Número 11

Publicación trimestral
ISSN 2528-7931

Boletín de Coyuntura

OBEST
OBSERVATORIO ECONÓMICO
Y SOCIAL DE TUNGURAHUA
"Contribuyendo al desarrollo local y provincial."

CONSUMO DE CARNE DE RES DE LAS FAMILIAS AMBATEÑAS

IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA COMUNITARIA EN TUNTATACTO

CUARTO SONDEO DE OPINIÓN CIUDADANA

INDUSTRIA MANUFACTURERA Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

UTA | Universidad Técnica de Ambato

www.uta.edu.ec

Diciembre 2016

BOLETÍN DE COYUNTURA, número 11, diciembre 2016, publicación trimestral del Observatorio Económico y Social de Tungurahua – OBEST (marzo, junio, septiembre y diciembre) con información económica y social de Ecuador y Tungurahua. El enfoque de sus investigaciones se centra en el campo económico, financiero, empresarial, desarrollo local, administración pública y políticas públicas; dirigida a empresarios, emprendedores, Gobierno y público en general, como herramienta previo a la toma de decisiones.

UTA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

OBSERVATORIO ECONÓMICO Y SOCIAL DE TUNGURAHUA
"Contribuyendo al desarrollo local y provincial."

OBEST

CONSEJO EDITORIAL

DIRECTOR – EDITOR

Econ. Mg. Diego Proaño Córdova
Decano de la Facultad de Contabilidad y Auditoría
Universidad Técnica de Ambato

MIEMBROS

Doctor Miguel Cervantes Jiménez
Director de Departamento de Teoría Económica y Economía Pública
Universidad Autónoma de México

Doctor Wilson Araque Jaramillo
Director del Área de Gestión y del Observatorio de la PyME
Universidad Andina Simón Bolívar – Ecuador

Licenciado Daniel Enrique Urie
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco – Argentina

Doctor Patricio Carvajal Larenas
Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas
Universidad Técnica de Ambato

Doctora Vasílica María Margalina
Docente Investigadora
Universidad Técnica de Ambato

Economista Ana María Sánchez
Especialista en Investigación y Desarrollo - OBEST
Universidad Técnica de Ambato

EQUIPO TÉCNICO

Dr. PhD. Galo Naranjo López	Rector UTA
Econ. Mg. Diego Proaño Córdova	Director/Editor OBEST
Econ. Ana María Sánchez	Especialista en Investigación y Desarrollo
Dra. Lorena Rivera Badillo	Especialista en Investigación y Desarrollo
Econ. Tatiana Vayas Carillo	Analista en Investigación y Desarrollo
Ing. Fernando Mayorga Núñez	Analista en Investigación y Desarorllo
Ing. Carolina Freire Paredes	Analista en Investigación y Desarrollo

DOCENTES INVESTIGADORES

Ing. Jorge Tamayo Viera
Econ. Nelson Lascano

COLABORACIÓN

Econ. Mg. Juan Pablo Martínez
Dra. Lilian Morales
Econ. Gladys Coello
Econ. Wilman Carrillo

OBSERVATORIO ECONÓNOMICO Y SOCIAL DE TUNGURAHUA

Dirección: Universidad Técnica de Ambato, campus Huachi. Av. Los Chasquis y Río Payamino. Facultad de Contabilidad y Auditoria (subsuelo)
Teléfonos: (593) 03-2848487 ext. 102
Fax: Fax: (593) 03 -2844362 ext. 111
e - mail: obeconomico@uta.edu.ec
Blog: http://blogs.cedia.org.ec/obest/

Publicación Trimestral
BOLETÍN DE COYUNTURA
Diciembre 2016
Número 11
ISSN 2528-7931

ÍNDICE

Consumo de carne de res de las familias ambateñas
Econ. Juan Pablo Martínez, Dra. Lilián Morales.....04
"Implementación de una micro empresa comunitaria de industrialización y comercialización de lácteos en la comunidad Tuntatacto, cantón Guano, provincia de Chimborazo, y su impacto en el desarrollo socioeconómico, año 2015"
Econ. Wilman Carrillo.....07
Cuarto sondeo de opinión ciudadana de instituciones, autoridades y aspectos locales en la zona urbana del cantón Ambato
Ing. Fernando Mayorga, Econ. Tatiana Vayas, Ing. Carolina Freire, Dra. Lorena Rivera.....10
Industria manufacturera y crecimiento económico en la provincia de Tungurahua
Econ. Gladys Coello 16
Guía para la elaboración de artículos.......... 19

EDITORIAL

Cumpliendo con los protocolos necesarios en los procesos de investigación científica, el Observatorio Económico y Social de Tungurahua, pone a disposición de sus lectores, el "Boletín de Coyuntura" número 11 con artículos locales y nacionales revisados por pares evaluadores de las universidades de Argentina, México, Quito y Ambato, para luego ser puestos en consideración de los miembros de Consejo Editorial, quienes con todo el rigor necesario, acordaron que se realice la publicación de los siguientes: Consumo de carne de res en las familias ambateñas, también el documento técnico sobre la Implementación de una micro empresa comunitaria de industrialización y comercialización de lácteos en la comunidad Tuntatacto, cantón Guano, provincia de Chimborazo, y su impacto en el desarrollo socioeconómico, año 2015, adicionalmente se expone el estudio sobre el Cuarto sondeo de opinión ciudadana de instituciones, autoridades y aspectos locales en la zona urbana del cantón Ambato y finalmente presenta la investigación denominada Industria manufacturera y crecimiento económico en la provincia de Tungurahua. Cabe indicar que toda la información que el Observatorio presenta en este ejemplar, responde a necesidades de la colectividad local y regional, habida de conocer información importante sobre la dinámica de su territorio, porque esta consiente que una población que dispone de datos, cifras, tablas, investigaciones y otras precisiones oportunamente, se encuentra en mejor condición para tomar decisiones. Esperamos apreciado lector y usuario que la información presentada en este boletín de coyuntura, sea de suma utilidad, nuestro interés es dotarle de herramientas técnicas e información relevante, para que sus decisiones se sustenten con información clara, oportuna y a su vez, esto coadyuve hacia el desarrollo local y regional sostenible.

Econ. Mg. Diego Proaño
DIRECTOR/EDITOR OBEST

UTA | Universidad Técnica de Ambato

CONSUMO DE CARNE DE RES DE LAS FAMILIAS AMBATEÑAS

Juan Pablo Martínez Mesías[1]
Lilián Morales[2]

Fecha de recepción: 15 Noviembre 2016
Fecha de aceptación: 30 Diciembre 2016

Pag 4-6

Resumen

Este artículo determina el perfil de consumo de carne de res en las familias del cantón Ambato. Se empleó un cuestionario y se obtuvieron 403 respuestas en la zona urbana y rural. La cantidad adquirida es de 7 libras total en alrededor de 8 veces mensuales, gastando en promedio 44,62 USD. Los consumidores prefieren el empaque al vacío que normalmente adquieren en supermercados y plazas-mercados. Los datos contribuyen a la planificación comercial de los establecimientos destinados a la venta de carne, así como también en el diseño de políticas públicas en áreas de salud y comercialización.

Palabras clave:
Perfil de consumo, preferencia de compra, carne de res

Abstract

The purpose of this paper is to establish the meat consumption profile of Ambato's families. By using a questionnaire, 403 people from urban and rural zones have been surveyed. The investigation describes beef purchases preferences considering 3.4 people per family, beef consumption per family is on average of 7 pounds with a frequency of 8 times a month and the spending is around 44,62 USD. With regard to packaging, people prefer vacuum packaging, which are found commonly at markets and supermarkets. This information contributes to commercial planning as well as to public politics design concerning health and merchandizing.

Keywords:
Economic growth, manufactures, causation.

Introducción

El objetivo del artículo es establecer el perfil de consumo de carne de ganado vacuno sin procesar de las familias del cantón Ambato. La carne de res sin hueso es uno de los productos con mayor contribución al incremento del Índice de precios al consumo (IPC) de la Zona 3 del Ecuador, según los datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca-MAGAP a diciembre del año 2015.

Metodología

Al no contar con datos oficiales sobre el consumo de carne de res por familia en el cantón Ambato, se realiza un estudio descriptivo mediante el cual se procede a recolectar información por medio de un formulario de encuesta, en base a los hábitos de consumo y perfil del consumidor, aplicado el mes de mayo del año 2016 en todo el cantón Ambato de la provincia de Tungurahua. Para el estudio, se cuenta con una población 369.578 habitantes en el cantón Ambato al año 2016, en base a la Proyección de la Población Ecuatoriana por años calendario, según cantones 2010-2020 del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

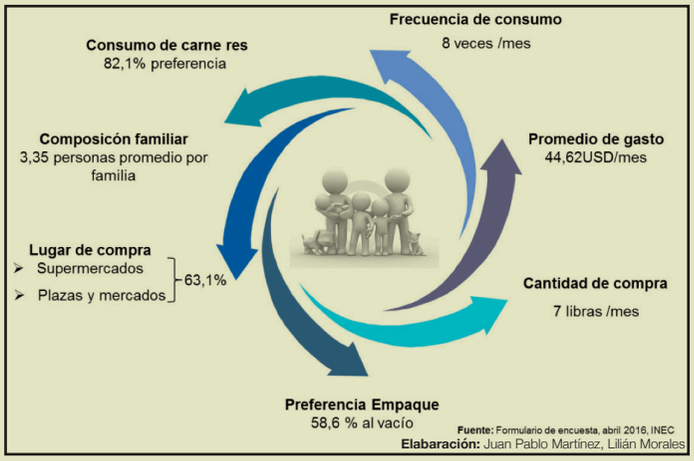
Con lo descrito, para la estimación de la muestra se aplicó la fórmula de población infinita con un error aceptado de 5% y $\alpha = .05$ ($z = 1.96$), lo que da como resultado una muestra de 384 personas. Sin embargo, se recolectaron 403 respuestas que corresponden a las personas responsables de la compra familiar que residen en la zona urbana y rural de Ambato.

Contenido

El consumo de carne roja en el cantón Ambato

En cuanto al consumo de carne roja, los resultados muestran un consumo del 82,1% de carne de res en la población encuestada en el cantón Ambato y en menor proporción la carne de cerdo con 17,9%.

Figura 1. Perfil del consumo de carne de res de las familias ambateñas



Fuente: Formulario de encuesta, abril 2016, INEC
Elaboración: Juan Pablo Martínez, Lilián Morales

En la Tabla 1 se presenta la información en cuanto a la compra semanal de carne de res en cantidad (libras) y gasto (dólares). Estos resultados muestran que las familias ambateñas compran en términos absolutos 2 libras semana, en promedio, mientras que el gasto/semana se concentra entre los rangos de "6USD a 10USD" y "11USD a 15USD" con un peso de 70,1%. Si extrapolamos los resultados a la compra mensual de carne res, resulta que las familias ambateñas compran en promedio 7 libras de carne de res al mes, con un gasto medio mensual de 44,62 USD.

Tabla 1. Compra por semana de carne de res en el cantón Ambato

Compra por semana de carne de res			Gasto en dólares por semana en carne de res		
Cantidad	Frecuencia	Porcentaje	Gasto en dólares	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 2 libras	209	63%	Hasta 5$	24	7,3%
2 - 4 libras	102	31%	6$ - 10$	132	39,9%
Más de 4 libras	20	6%	11$ - 15$	100	30,2%
			16$ - 20$	59	17,8%
			Más de 20$	16	4,8%
Total	331	100%	Total	331	100,0%

Fuente: Formulario de encuesta abril 2016
Elaboración: Juan Pablo Martínez, Lilián Morales

Al analizar el consumo de carne de res, se obtiene una frecuencia promedia de dos veces/semana, siendo esta opción la más representativa para 47% de los encuestados. En términos mensuales la frecuencia de consumo es de 8 veces.

[1]Economista, Magíster en Administración de Empresas mención Planeación - Docente de la Facultad de Contabilidad y Auditoría - jpmartinez@uta.edu.ec

[2] Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales - Docente de la Facultad de Contabilidad y Auditoría - lilianmorales@uta.edu.ec

Figura 2. Frecuencia consumo carne de res por semana de las familias
Ambato

Fuente: Formulario de encuesta abril 2016
Elaboración: Juan Pablo Martínez, Lilián Morales

Otras de las características estudiadas son: lugar de compra y presentación del producto. En relación al primer aspecto mencionado, las familias prefieren comprar la carne de res en supermercados (34,4%) y en plazas/mercados (28,7%). En referencia al segundo aspecto, se tiene que más de la mitad (58,6%) elige comprar empacada al vacío.

Tabla 2. Cantidad de compra semanal carne de res, en libras por ingresos de las familias
Ambato

Cantidad compra en libras	Ingreso								Total	%
	Menos de $366		Entre $366 y $500		Entre $500 y $1000		Más de $1000			
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%		
Menos de 2 libras	36	17,2%	62	29,7%	88	42,1%	23	11,0%	209	63,1%
2 - 4 libras	9	8,8%	23	22,5%	53	52,0%	17	16,7%	102	30,8%
Más de 4 libras	4	20,0%	6	30,0%	6	30,0%	4	20,0%	20	6,0%
Total	49	14,8%	91	27,5%	147	44,4%	44	13,3%	331	100,0%

Fuente: Formulario de encuesta abril 2016
Elaboración: Juan Pablo Martínez, Lilián Morales

Del total de los encuestados el 63,1% compra en promedio menos de 2 libras de carne de res por semana; esta cantidad es comprada mayoritariamente por el segmento de ingreso entre $500 a $1.000 (42,1%). Además el 30,8% compra entre 2 y 4 libras de carne de res por semana y corresponde al mismo segmento de ingresos. Por lo tanto, el 93,9% de familias del cantón Ambato, compran hasta 4 libras de carne de res a la semana.

Tabla 3. Cantidad de compra semanal en libras de carne de res, según estructura familiar
Ambato

Cantidad compra en libras	Números Miembros Familiares				Total	%
	Hasta 3 miembros		Más de 3 miembros			
	Frec.	%	Frec.	%		
Menos de 2 libras	132	63,2%	77	36,8%	209	63,1%
2 - 4 libras	45	44,1%	57	55,9%	102	30,8%
Más de 4 libras	9	45,0%	11	55,0%	20	6,0%
Total	186	56,2%	145	43,8%	331	100%

Fuente: Formulario de encuesta abril 2016
Elaboración: Juan Pablo Martínez, Lilián Morales

Los resultados de la encuesta arrojan que en el Cantón de Ambato hay un promedio de 3,35 personas por hogar, un dato muy cercano al promedio de 3,57 publicado por INEC. Del total de encuestados, el 56,2% tienen a su cargo una familia de hasta 3 miembros, mientras que un 43,8% corresponde a familias con más de 3 miembros, revelando este último segmento que compran menos 2 libras y de 2 hasta 4 libras de carne de res por semana. Por otro lado, quienes tienen a su cargo hasta 3 miembros familiares compran mayoritariamente menos de 2 libras de carne de res a la semana.

Tabla 4. Cantidad de compra semanal en libras de carne de res, según edad
Ambato

Cantidad compra en libras	Edad										Total	%
	Hasta 25 años		De 25 a 35 años		De 35 a 45 años		De 45 a 55 años		Más de 55 años			
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%		
Menos 2 libras	38	18,2%	43	20,6%	73	34,9%	44	21,1%	11	5,3%	209	63,1%
2 - 4 libras	18	17,6%	15	14,7%	42	41,2%	18	17,6%	9	4,3%	102	30,8%
Más de 4 libras	3	15,0%	3	15,0%	5	25,0%	5	25,0%	4	1,9%	20	6,0%
Total	59	17,8%	61	18,4%	120	36,3%	67	20,2%	24	7,3%	331	100%

Fuente: Formulario de encuesta abril 2016
Elaboración: Juan Pablo Martínez, Lilián Morales

El 36,3% de los encuestados que han declarado que consumen carne de res se encuentran en el rango de edad de 35 a 45 años y un 20,2% de 45 a 55 años de edad. Es decir, un 56,5% de la población encuestada que dice consumir carne de res está en el rango de edad de 35 a 55 años, con un hábito de compra promedio de menos de 2 libras de carne de res semanales.

Tabla 5. Compra semanal de carne de res en dólares, según ingreso de las familias
Ambato

Compra en dólares	Ingreso								Total	%
	Hasta $366		$366 - $500		$500 - $1000		Más de $1000			
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%		
Hasta 5$	7	29,2%	10	41,7%	6	25,0%	1	4,2%	24	7,3%
6$ - 10$	25	18,9%	46	34,8%	50	37,9%	11	8,3%	132	39,9%
11$ - 15$	10	10,0%	22	22,0%	51	51,0%	17	17,0%	100	30,2%
16$ - 20$	5	8,5%	10	16,9%	34	57,6%	10	16,9%	59	17,8%
Más de 20$	2	12,5%	3	18,8%	6	37,5%	5	31,3%	16	4,8%
Total	49	14,8%	91	27,5%	147	44,4%	44	13,3%	331	100%

Fuente: Formulario de encuesta abril 2016
Elaboración: Juan Pablo Martínez, Lilián Morales

El 39,9% de los encuestados realiza compras de carne de res a la semana de entre $6 y $10, seguidos por el rango de $11 hasta $15, con un 30,2%. De las familias que compran en el rango de $6 hasta $10, el 37,9% corresponde al segmento de ingreso de entre $500-$1000, seguido por el segmento de $360 a $500 con un 34,8%. En lo que concierne a las compras de $11 a $15 semanales el 51% pertenece al segmento de ingresos de entre $500 a $1.000.

Tabla 6. Compra semanal de carne de res en dólares, según estructura familiar
Ambato

Gasto en dólares	Número de miembros familiares				Total	%
	Hasta 3		Más de 3			
	Frec.	%	Frec.	%		
Hasta 5$	14	7,5%	10	6,9%	24	7,3%
6$ - 10$	93	50,0%	39	26,9%	132	39,9%
11$ - 15$	48	25,8%	52	35,9%	100	30,2%
16$ - 20$	25	13,4%	34	23,4%	59	17,8%
Más de 20$	6	3,2%	10	6,9%	16	4,8%
Total	186	100%	145	100%	331	100%

Fuente: Formulario de encuesta abril 2016
Elaboración: Juan Pablo Martínez, Lilián Morales

El 50% de las familias de hasta 3 miembros gastan entre $6 y 10$ a la semana en la compra de carne de res, mientras que las compras de las familias de más de 3 miembros, llegan a un 36,8% en lo que se refiere a las compras de entre 11$ y 15$ a la semana.

Para el análisis se emplearon métodos descriptivos univariantes con la utilización de frecuencias y medidas de tendencia central.

Conclusión

En lo que concierne el consumo de carne roja en las familias del cantón Ambato, prevalece la de res sobre la de cerdo. Los resultados del estudio contribuyen a la planificación de los comerciantes de este sector, así como también en el diseño de políticas públicas en áreas de salud y mercado.

Anexo

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
OBSERVATORIO ECONÓMICO Y SOCIAL DE TUNGURAHUA
Contribuyendo al desarrollo local y provincial

ENCUESTA SOBRE CONSUMO DE CARNE DE RES EN FAMILIAS AMBATEÑAS

OBJETIVO: Determinar la demanda de carne empacada al vacío en las familias ambateñas y el perfil del consumidor

I. ASPECTOS GENERALES

Género: ☐ 1 Masculino ☐ 2 Femenino **Estado Civil:** .....

Edad del encuestado: ..... **Barrio de residencia de la familia:** .....

II. INSTRUCCIONES

Saludos cordiales: Le invitamos a contestar con la mayor objetividad el siguiente formulario a fin de obtener información valiosa y confiable, que será de estricto uso académico. Marque con una "x" las respuesta (s) que considere apropiada (s).

III. ASPECTOS ESPECÍFICOS

1.- ¿Usted o algún miembro de su familia consumen carne?

SI ☐ NO ☐

2.- ¿Usted toma la decisión de compra de carne para consumo en el hogar?

SI ☐ NO ☐

Si la respuesta es No terminar la encuesta.

3.- ¿Qué carne compra en mayor cantidad para el consumo diario de la familia?

Res ☐ Cerdo ☐

4.- ¿Cuántas libras de carne compra por semana? Escoger una opción

Menos de 2 libras ☐ 2 - 4 libras ☐ Más de 4 libras ☐

5.- Esta compra de carne lo consume..... Escoger una opción

1 vez por semana ☐ 2 veces por semana ☐ 3 o más veces por semana ☐ Otra _____

6.- ¿En función de la pregunta anterior, cuánto gasta semanalmente en la compra de carne de res o cerdo? Escoja una opción

Hasta $5 ☐ $6 - $10 ☐ $11 - $15 ☐ $16 - $20 ☐ Más de $20 ☐

7.- De los siguientes califique las características que influirían al momento de comprar la carne.

Características	Poco importante	Medianamente importante	Muy importante	Características	Poco importante	Medianamente importante	Muy importante
Aspecto y textura de la carne				Higiene en la manipulación y empacado			
Corte de la carne				Permisos sanitarios			
Forma de empacado de la carne				Otros (Especifique la respuesta)			

8.- ¿Compra carne previamente empacada (envasada al vacío) que cumpla con la mayoría de las especificaciones anteriores?

SI ☐ NO ☐

9.- Si tuviera que escoger entre comprar carne empacada o de la que se expende en mercados y carnicerías ¿Cuál elegiría?

Empacada ☐ Sin empacar ☐

10.- Escoja el lugar más frecuente en donde compra la carne para el consumo familiar (Una opción)

Plazas y mercados ☐ Supermercados ☐ Tiendas ☐ Carnicerías ☐ Otro _____

11.- ¿Cuántos miembros de su familia están a cargo del jefe de hogar? .....

12.- ¿Cuál es el nivel aproximado de ingreso familiar al mes? .....

13.- ¿Cuál es la ocupación de la persona de mayores ingresos en la familia? .....

14.- Cuál es el nivel de instrucción de la persona de mayores ingresos de la familia

Sin estudios ☐ Primaria ☐ Secundaria ☐ Superior ☐ Posgrado ☐

Referencias

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). Promedio de Personas por Hogar, según Cantón. [En línea] Recuperado de:
- http://www.inec.gob.ec/tabulados_CPV/28_Promedio%20de%20Personas%20por%20Hogar.xls

[Último acceso: 13 noviembre 2016].

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). INEC presenta sus proyecciones poblacionales cantonales. [En línea] Recuperado de:

www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblaciones-cantonales/

[Último acceso: 16 noviembre 2016].

- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP (2015, diciembre). Boletín Agrícola Integral Zona 3. [En línea] Recuperado de:

http://sinagap.agricultura.gob.ec/zonal-integral-zona3/boletin-2015.

[Último acceso: 14 septiembre 2016].

"IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA COMUNITARIA DE INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LÁCTEOS EN LA COMUNIDAD TUNTATACTO, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO, AÑO 2015"

Wilman Gustavo Carrillo Pulgar[1]

Pag 7-9

Fecha de recepción: 5 Diciembre 2016
Fecha de aceptación: 30 Diciembre 2016

Resumen

La investigación pretende evaluar la viabilidad empresarial para la puesta en marcha de una microempresa comunitaria, que integra la asociación de los pequeños productores de leche de la comunidad Tuntatacto, y el procesamiento de dicha materia prima, con la finalidad de generar valor agregado. Se determinó la oferta, demanda y la demanda insatisfecha, levantando información primaria en el mercado objetivo Riobamba. Se determina los recursos necesarios para la puesta en marcha y operatividad de la empresa, se obtuvo el monto de la inversión requerida, el capital de trabajo para tres meses de operaciones. Finalmente la evaluación financiera para observar su factibilidad.

Palabras clave:

Microempresa comunitaria, oferta, demanda, demanda insatisfecha

Abstract

This investigation has as an objective to evaluate the business viability for the start-up of a community micro-enterprise, which include the association of small producers of milk from the community of Tuntatacto and the processing of said raw material with the goal to generate aggregate value. The offer, demand and unsatisfied demand were determined by tracking primary information of the target market, Riobamba. The necessary resources are determined for the execution for the start-up and operation of the company, like for example, the amount of investment required and the amount of working capital for three months of operation. Finally, the financial evaluation was determined so that we can observe the final results.

Keywords:

Community micro-enterprise, offer and demand, unsatisfied demand

Introducción

La producción lechera es uno de los sectores más importantes en cuanto a la generación de empleo en el sector agrícola y en la economía del Ecuador, especialmente en la región andina. Más de 600.000 personas dependen directamente de la producción de leche, entre ellas muchas mujeres campesinas. Los productores de leche garantizan el autoabastecimiento a la población ecuatoriana por lo tanto contribuyen a la seguridad y soberanía alimentaria del país. La leche es el único producto tradicional que ha generado ingresos relativamente seguros y en permanente crecimiento en los últimos años para los pequeños productores. En las fincas y parcelas pequeñas, el ingreso lechero supera fácilmente al ingreso agrícola. La orientación lechera corresponde también a otra evolución importante en el agro serrano muy afectado por la migración de los varones y de los jóvenes en general.

La industria láctea es uno de los sectores más importantes de la economía nacional, tanto en lo referente a la generación de empleo directo e indirecto, valor agregado y espacio territorial. Esta actividad está ligada a la cría de ganado tanto de leche como de carne y a la industrialización de la leche y sus derivados. Según el censo del 2010, "la tercera parte del territorio nacional se destina a las actividades relacionadas con el campo de la cual más de la mitad (63%) corresponde a la actividad ganadera" (SICA, 2014).

La rama de la elaboración de productos lácteos ha sido una de las más dinámica, con una tasa de crecimiento promedio anual del 6,3% para el periodo 2000-2004, frente a la industria manufacturera que apenas alcanzó el 2,8%. La elaboración de productos lácteos contribuyó con el 0,6% del total del Producto Interno Bruto. (Banco Central del Ecuador, 2013).

De acuerdo a los datos de Censo Agropecuario del 2000 y las proyecciones del INEC al 2008, la sierra es la que tiene mayor contribución de este producto lácteo, aportando con el 74% a nivel nacional, seguido de la Costa con el 18,24% y el Oriente con el 7,76%; la provincia de Chimborazo está aportando con el 9% de la producción de la Sierra y el 6,94% de la producción a nivel Nacional, a nivel zonal las provincias de Cotopaxi y Tungurahua aportan con el 8,9% y 8,5%, respectivamente a la producción nacional de leche, las mismas que se encuentran en la zona tres.

Según la caracterización realizada por la Agenda de Competitividad (2010), sobre la cadena de lácteos en Chimborazo, la producción de leche se concentra en los pequeños productores y de bajo nivel tecnológico, la cual cuenta con varios eslabones, que va desde productores, intermediarios (piqueros), industriales y comerciantes.

Tuntatacto es una comunidad rural del cantón Guano, cuenta con un número de habitantes aproximado de 150 familias, las que en su gran mayoría se dedican como mecanismo de supervivencia a la producción ganadera y unos pocos a la producción agrícola. El mercado consumidor de la producción del centro de acopio de Tuntatacto, es en un 100% la Empresa PARMALAT, misma que sirve como Empresa ancla a la que se le entrega la leche enfriada, en un promedio de 2.500 litros diarios.

Debido a esto los productores entregan únicamente materia prima, por lo que los ingresos provenientes de su venta al centro de acopio y enfriamiento son bajos. En caso de los productores que no forman parte de la asociación se ven obligados a vender su materia prima a intermediarios a bajos precios, por lo que en épocas de sequía no cubren con lo que invierten en el mantenimiento del ganado y el costo del alimento se incrementa, lo cual repercute en disminución de la producción (GADMCG, 2012)

El cambio de la matriz productiva impulsada por el gobierno nacional y aplicada por los gobiernos autónomos descentralizados del Ecuador, está orientada a dejar de ser productores de materias primas para convertirse en productores de bienes y servicios con valor agregado.

Sin lugar a dudas este proceso de industrialización propuesto beneficiará a los pequeños productores asociados y no asociados de la comunidad, y de los sectores aledaños en la generación de fuentes de trabajo y por ende en el desarrollo socio económico de las familias del cantón, y al fortalecimiento institucional del GAD Municipal del Cantón Guano.

Lo que se quiere es determinar en qué medida la producción y comercialización de productos lácteos con valores agregados (leche pasteurizada, yogurt y queso) impacta en el desarrollo social y

[1]Economista, docente de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, de la Universidad Nacional de Chimborazo. wilmancarrillo@hotmail.com

económico, de los productores de leche de la comunidad. Además se quiere determinar la viabilidad económica para implementar una microempresa productora y comercializadora de productos lácteos en la Comunidad Tuntatacto provincia de Chimborazo.

En este sentido habría que preguntarse, ¿En qué medida la Implementación de una micro empresa comunitaria de Industrialización y Comercialización de lácteos (leche pasteurizada, yogurt y queso), mejorará el nivel socioeconómico, de los productores de leche de la comunidad Tuntatacto, Cantón Guano Provincia de Chimborazo en el año 2015?.

Metodología

La investigación es no experimental, documental y de campo, de tipo cuantitativa y cualitativa, se utilizó instrumentos de apoyo de tipo primaria como encuestas, y secundarias revisando información estadística de los organismos gubernamentales y no gubernamentales pertinentes. El estudio de mercado para los consumidores de los productos lácteos estuvo enfocado a la ciudad de Riobamba, la población del área urbana según las proyecciones del INEC para el año 2014 es de 158.804 habitantes. El mercado objetivo será la población económicamente activa (43,62%), que son 69.270 habitantes. El número de encuestas a realizar será de 382 personas para los demandantes de los productos lácteos. Para realizar la encuesta a los productores lácteos de la comunidad, se toma en cuenta el total de familias que son 148 familias. (Ver anexo página 18)

Contenido.

Discución de resultados

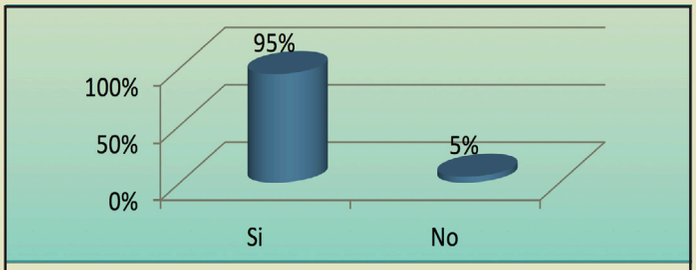
Para poder realizar la investigación se tuvo que realizar evidencias de tipo primarias a los demandantes y a los oferentes de los productos lácteos, los mismos que arrojaron resultados sorprendentes.

Tabla 1. Consumidores de lácteos Riobamba junio 2015

	Total	%
Si	362	95%
No	20	5%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta, trabajo campo junio 2015
Elaborado: Wilman Carrillo

Figura 1. Consumidores de lácteos Riobamba junio 2015



Fuente: Tabla 1 Encuesta, trabajo campo junio 2015
Elaborado: Wilman Carrillo

El 95% de los encuestados consumen productos lácteos, estos forman parte de la dieta alimenticia de las familias, en tanto que el 5% de la población no consumen por algún motivo, especialmente de salud.
La mayor parte de la población consume leche diariamente 31%, el 22% consume cada dos días y el 22% cada tres días, es decir el 75% de la población consumen leche pasteurizada casi todos los días por la mayoría de familias, debido a que son necesarios para mantener una buena dieta para la salud.

La mayor frecuencia de consumo de queso de la población riobambeña es cada tres y cuatro días con el 24% y 20% respectivamente, seguido en frecuencias por las personas que consumen cada dos días con el 17%.El rango de frecuencias de consumo de queso esta entre dos y cuatro días que abarca el 61% de la población.

El 58% de la población consultada compra productos lácteos en la tienda del barrio, el 25% en supermercados y, el 8% lo adquiere directamente del productor, esto se justifica por cuanto estos productos son altamente perecibles y los consumidores prefieren tener productos lácteos frescos.

El 62% de los encuestados manifiesta que el atributo más importante al comprar leche es su precio, seguido por la marca con el 22%. El precio es lo más importante para el consumidor, no le importa la marca, lo fundamental está en el precio y su calidad.
Las mayores frecuencias en cuanto a consumo es la siguiente: leche entre 3 a 4 litros semanales con un 33%, de 1 a 2 litros semanales con un 21% y, de 2 a 3 litros semanales con el 19%. Como se evidencia la leche es consumida de forma masiva por las familias y es el tipo de lácteo más utilizado. El 71% de los encuestados manifiesta que compran de 1 a 2 quesos de 500 gramos cada semana, el 15% señala que compran de 3 a 4 semanal. Esto nos hace afirmar que existe gran demanda por cuanto los consumidores adquieren semanalmente este producto. Cabe indicar, que el producto "queso", en la ciudad de Riobamba no está posesionada como un producto que se vende por la marca más bien es un producto posicionado que se ofrece en el mercado y se vende según el precio.

El 49% de la población encuestada señala que compra aquella leche que está en el rango de $ 0,51 a 1 dólar, el 20% compra leche que está en el rango de 0,40 a 0,50 centavos. Esto nos hace concluir que el mercado riobambeño se rige por los precios y no por la marca y la calidad de la leche.

El 30% de la población encuestada señala que compra quesos que está en el rango de $ 1,51 a $2 dólares, el 27% compra quesos que está en el rango de $2,01 a $2,50 dólares y, el 20% compra este producto a un precio que está en el rango de $ 1,01 a $ 1,50 dólares. Los precios en este caso son muy variados con valores que oscilan entre $ 1 a $ 2,50 dólares, esto es por la variedad de oferta que se encuentra en el mercado, especialmente de producto artesanal, comunitario e informal.

El 26% de la población señala que compra el producto yogurt, que está en el rango de $ 2,51 a $ 3 dólares, el 20% compra yogurt que está en el rango de $ 1,50 a $2,0 dólares y, el 18 % compra este producto a un precio que está en el rango de $ 2,01 a $ 2,50 dólares. En este estudio se pudo determinar que la población prefiere un yogurt que ya está posesionado en el mercado, aunque el precio de este producto sea el más caro que se encuentre en la ciudad.
El 41% de la población cuenta con un presupuesto de entre $11 a $20 dólares para el consumo de productos lácteos, el 38% cuenta con un presupuesto de $21 a $ 30 dólares. Estos valores representan un alto nivel de ingresos destinados al consumo semanal de estos productos.

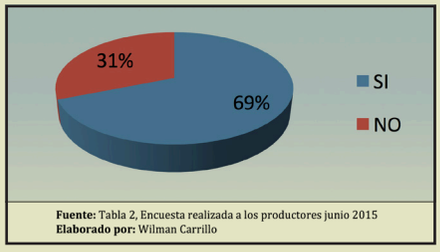
Resultado de la encuesta a los productores

Tabla 2. Productor Lechero

	Frecuencia	Porcentaje
SI	102	69%
NO	46	31%
TOTAL	148	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores junio 2015.
Elaborado por: Wilman Carrillo

Figura 2. Productor Lechero



Fuente: Tabla 2, Encuesta realizada a los productores junio 2015
Elaborado por: Wilman Carrillo

El 69% de las familias de la comunidad de Tuntatacto la actividad pecuaria es su actividad económica principal, producción de leche, el resto se dedica a otras actividades productivas como la agricultura y la construcción. El 81% de los encuestados desea que se cree una microempresa de lácteos en la comunidad para que se generen nuevos ingresos para sus miembros. El 36% venden su producción a los comerciantes del sector a razón de $ 0,30 cada litro, el 26% lo venden a $0,31, el 23% vende a $ 0,32, el 10% $ 0,33 y tan solo el 4% manifiestan que lo venden a razón de $ 0,34 lo que significa que el precio es muy bajo comparado con los costos que tienen los productores pecuarios de la zona.

El 51% manifiestan que no satisfacen las necesidades básicas de su familia con los precios que percibe de cada litro de leche vendido, mientras que el 49% ,manifiesta que con las justas les alcanza para gastos en salud, servicios básicos, educación, etc. El 94% de los jefes de familia de la comunidad está de acuerdo en crear una microempresa comunitaria de producción de lácteos y solo el 4% no desean la conformación de la microempresa de producción de lácteos. El 95% de los encuestados manifiestan que se sienten conformes si les pagan a $0,35 cada litro de leche tan solo el 5% no lo desea por lo que si se incrementa el precio se mejorará su situación socioeconómica.

El resultado de la evaluación financiera refleja que los flujos de efectivo a valor presente son mayor a cero, con un valor de $821.457,47, una TIR de 89,6%, que es la tasa que hace que el VAN sea cero, además si se compara este valor con el costo de oportunidad 11,99%, se ve que es mucho mayor. El capital invertido para el negocio se recuperará en un tiempo aproximado de 1 año, 6 meses y nueve días, el costo beneficio es de 1,30.

Tabla 3. VAN,TIR,B/C

Años	Ingresos	Costos	Flujo de efectivo	Tasa (1+t)^-1	Ingresos actualizados	Egresos actualizados
0		256987	-256987	1,00	0	256987
1	822000	638472	183528	0,89	733994	570115
2	904200	663022	241178	0,80	720951	528652
3	994620	688269	306351	0,71	708141	490027
4	1094082	714212	379870	0,64	695557	454057
5	1203490	740813	462677	0,57	683198	420545
Total	5018392	3701776	1316616		3541841	2720383

VAN	821457,47
TIR	89,6%
B/C	1,30

Elaboración: Wilman Carrillo

Conclusiones

Mediante la investigación de mercado realizado se determinó que, la demanda insatisfecha para el año 2015 se estimó de la siguiente manera 5.031.011 litros de leche pasteurizada, 188.572 /año de queso y 1.747.093 litros/año de yogurt para lo cual la planta aportara con 180.000 litros de leche pasteurizada, 192.000 kg/año de queso y 180.000 litros/año de yogurt. Por lo que la planta es viable con todo esto se tomó la decisión de implementarla en unión de todos los miembros de la comunidad. La materia prima inicial es de 3.000 litros día.

Los flujos de efectivo a valor presente son > 0 con un valor de $821.457,47 con lo cual según este indicador la rentabilidad quedaría demostrada, de la misma manera se obtuvo una TIR de 89,6%, que es la tasa que hace que el VAN sea cero, además si se compara este valor con el Costo de Oportunidad 11,99%, se ve que es mucho mayor. El capital invertido para el negocio se recuperará en un tiempo aproximado de 1 año, 6 meses y nueve días, lo cual es muy atractivo para el inversionista por cuanto es un período corto de tiempo, finalmente en lo referente al costo beneficio refleja que por cada dólar invertido se tiene un rendimiento de 1,30 dólares.

Pagando a $0,35 cada litro a los productores de leche de la comunidad Tuntatacto representan $ 0,03 promedio más de lo que perciben actualmente por cada litro de leche por lo que si se obtiene más ingresos por la venta de leche esto mejorará las condiciones socioeconómicas de los habitantes de la comunidad.
Con todos los estudios realizados y las evaluaciones se concluye que es factible la puesta en marcha de la microempresa comunitaria Lácteos Tuntatacto la misma que empezó con pruebas técnicas en el mes de octubre del 2015.

Referencias

• Aching, C. (2006). Guía rápida, ratios financieros y matemáticas de la mercadotecnia. Perú: Prociencia y cultura s.a.
• Adelman , I. (1974). Teorías del Desarrollo Económico. México: Fondo de Cultura económica.
• Angulo Rodríguez, C. (2012). Elaboración de un texto de desarrollo socio económico. Lima Perú: Universidad Nacional de Callao.
• Baca, G. (2007). Evaluación de Proyectos. México: McGrawHill/ Interamericana editores.
• Banco Central del Ecuador. (2013). Producto Interno Bruto por clase de actividad. Quito : BCE.
• Caldas, M. (2001). Preparación y Evaluación de Proyectos. Quito: Editorial Publicaciones H.
• CEPAL. (2014). Numero de personas ocupadas en las fincas productoras. Quito: CEPAL.
• Chain, N. S., & Chain, R. S. (2008). Preparación y evaluación de proyectos. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana S.A.
• CILE. (Junio de 2015). Cemtro de la industria lactea del Ecuador. Quito, Pichincha, Pichincha.
• Constitución de la República del Ecuador. (2008).
• GADMCG. (2012). Modelo de Gestion del Canton Guano. GAD Guano-Ecuador: GAG.Municipal.
• INEC. (2014). Ecuador en cifras. Recuperado el 02 de 11 de 2014, de Ecuador en cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/
• Meneses, E. (2002). Preparación y Evaluación de Proyectos. Quito.
• MIES. (2008). Ley de la Economía Popular y Solidaria. Quito, Pichincha, Ecuador.
• SICA. (03 de 07 de 2014). www.SICA.gob.ec. Obtenido de SICA: www.SICA.gob.ec
• Stutely, R. (2000). Plan de negocios: La estratégia Inteligente. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
• Verduzco, L. (2012). Innovación en Responsabilidad Social De la Responsabilidad Social Integral al Desarrollo Sustentable . México: Universidad Anáhuac Mayab.

CUARTO SONDEO DE OPINIÓN CIUDADANA DE INSTITUCIONES, AUTORIDADES Y ASPECTOS LOCALES EN LA ZONA URBANA DEL CANTÓN AMBATO

Fernando Mayorga[1] Tatiana Vayas[2]
Carolina Freire[3] Lorena Rivera[4]

Pag 10-15

Fecha de recepción: 5 Diciembre 2016
Fecha de aceptación: 30 Diciembre 2016

Resumen

En este artículo se presentan los resultados del cuarto sondeo de opinión ciudadana realizado en la zona urbana del cantón Ambato para determinar el nivel de imagen de sus instituciones y la percepción sobre la credibilidad de las autoridades de la provincia de Tungurahua, así como también medir, a través del índice de percepción ciudadana, aspectos locales relacionados con servicios básicos, seguridad vial, calidad del transporte público, seguridad ciudadana e instituciones de educación superior.

Palabras clave:
Índice, opinión, percepción ciudadana, sondeo.

Abstract

This research shows the results of the fourth citizen opinion probe that was done in the urban area of Ambato to determine the image level of its institutions and the perception about the credibility of Tungurahua's province authorities, as well as, the information as used to measure local aspects related to basic services, road security, public transportation quality, citizen security and higher education institutions through the perception citizen index.

Keywords:
Index, opinion, citizen perception, probe.

Introducción

El Observatorio Económico y Social de Tungurahua – OBEST, en su rol de generar indicadores trascendentales de fuente primaria de la provincia que contribuyan como herramienta en la toma de decisiones, realiza sondeos de opinión ciudadana.

Desde diciembre de 2014 el OBEST ha venido aplicando semestralmente el sondeo de opinión ciudadana sobre instituciones, autoridades y aspectos locales en la zona urbana del cantón Ambato, con la finalidad de dar seguimiento continuo a la evolución del índice de percepción sobre autoridades e instituciones.

El sondeo de opinión ciudadana proporciona información útil para que las instituciones y autoridades evaluadas del cantón Ambato, conozcan la percepción que tiene la ciudadanía sobre ellos y los ayuden a tomar decisiones en beneficio de la población. De igual manera, esta información es presentada al público en general para que conozcan aspectos de su ciudad y la percepción que tienen del entorno en el que viven.

Metodología

A partir del 26 de octubre del presente año, se realizó el levantamiento de información para la cuarta ronda del sondeo de opinión ciudadana sobre instituciones, autoridades y aspectos locales en la zona urbana del cantón Ambato por parte del equipo técnico del OBEST de la Universidad Técnica de Ambato – UTA, con una duración de 4 días calendario.

La elaboración del sondeo toma tres modelos como base de investigación: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de México, denominado "Confianza en las instituciones, México en perspectiva comparada". (Moreno, A., 2010:37). Estudio del Salvador del Instituto Universitario de Opinión Pública – IUDOP, de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas – UCA sobre "La percepción de la seguridad y la confianza en instituciones públicas. Línea de base del plan de acción asocio para el crecimiento". (Aguilar, J., 2013:41-51). Estudio de IBOPE inteligencia sobre el Índice de Confianza Social Chile – 1ra medición 2011.

El universo objeto de estudio corresponde a los 165.185 pobladores que residen en la zona urbana del cantón Ambato (INEC – Censo 2010). La muestra calculada es de 630 personas a quienes se aplica la encuesta de acuerdo a la estratificación de 49 zonas urbanas censales determinadas por el INEC (2010), con un coeficiente de confiabilidad del 95% y un error probable del 4%.

En el análisis se evidencia que el 56% de los encuestados fueron mujeres y el 44% hombres. El 42% de los encuestados tienen estudios de bachillerato, el 33% posee educación superior, el 22% educación básica, el 1% posgrado y el 1% ningún nivel de instrucción.

> La base del sondeo es ponderar la percepción, la misma que es un proceso subjetivo, selectivo y temporal, porque inciden intereses y actitudes personales, la experiencia, expectativas y las demandas de tipo temporal situacional o social. (Sánchez, R., 2014:49)

En esta cuarta ronda de investigación se mantienen las preguntas de percepción sobre la imagen de las instituciones; credibilidad de autoridades; la calidad del suministro de los servicios; transporte público; uso de fotorradares; actos delincuenciales; y, la opinión que tienen los ciudadanos urbanos sobre las universidades.

En esta investigación se eliminaron las preguntas respecto a matriculación vehicular, sector cooperativo y control de velocidad; además se incorporó como institución al Consejo Nacional Electoral – CNE y como servicio al parqueo tarifado para su evaluación.

La variable edad, permitió evidenciar un promedio de 43,5 años para el total de informantes, edad máxima de 73,5 años y mínima de 23,5.

A continuación se presenta el contenido del artículo en cuatro secciones de Ambato y la provincia de Tungurahua:

[1] Ingeniero en Ciencias Económicas y Financieras – Analista en Investigación y Desarrollo del OBEST-UTA. fa.mayorga@uta.edu.ec
[2] Economista - Analista en Investigación y Desarrollo del OBEST-UTA. tl.vayas@uta.edu.ec
[3] Ingeniera Comercial - Analista en Investigación y Desarrollo del OBEST-UTA. lc.freire@uta.edu.ec
[4] Doctora en Ciencias de la Empresa – Economía y Finanzas - Especialista en Investigación y Desarrollo del OBEST-UTA. pl.rivera@uta.edu.ec

1. Imagen de las instituciones
2. Credibilidad de las autoridades
3. Aspectos locales
    - Calidad de los suministros públicos
    - Calidad del servicio de transporte público
    - Uso de fotorradares y seguridad vial
    - Actos delincuenciales
4. Imagen de las Universidades

Contenido

1. Imagen de las Instituciones de Ambato y la provincia de Tungurahua

Se pregunta a los encuestados de acuerdo a su precepción, cuál es la cualidad que asignan a las instituciones públicas y privadas que operan en Ambato, para lo cual tienen cuatro opciones de respuesta: "muy buena"; "buena"; "regular" y "mala", con respecto a la imagen de doce entidades que se detalla en la Tabla 1.

Tabla 1. Percepción ciudadana sobre imagen institucional en la zona urbana del cantón Ambato (% encuestados) Octubre 2016

	Gobernación	Municipalidad de Ambato	EMAPA	Policía Nacional	ECU 911	IESS	Medios de Comunicación	Sector Financiero	CNE	Registro Civil	Empresa Eléctrica	SRI
Muy buena	6%	14%	16%	23%	31%	9%	15%	14%	8%	22%	27%	17%
Buena	61%	49%	60%	51%	49%	29%	61%	60%	53%	59%	61%	56%
Regular	27%	27%	18%	21%	14%	31%	21%	22%	29%	15%	9%	22%
Mala	6%	10%	5%	5%	5%	30%	3%	3%	9%	4%	3%	6%

Fuente: Formulario de encuesta OBEST, Octubre 2016
Elaboración: Equipo OBEST

De las doce instituciones evaluadas, la opinión de los ciudadanos ambateños sobre la imagen de las instituciones públicas y privadas se detalla a continuación:

Tabla 2. Instituciones de Ambato con puntuaciones significativas Octubre 2016

Escala	Puntuaciones significativas
Muy buena	ECU 911
Buena	Gobernación Medios de comunicación EEASA
Regular	IESS
Mala	IESS

Fuente: Formulario de encuesta OBEST, Octubre 2016
Elaboración: Equipo OBEST

Con el fin de realizar una comparación de los resultados del segundo, tercer y cuarto sondeo de opinión ciudadana, se presenta el análisis que relaciona el índice de percepción ciudadana sobre imagen institucional aplicada en junio 2015, marzo 2016 y octubre 2016 evidenciando los resultados en la figura 1.

Es importante indicar que en este apartado existen diferencias entre la segunda, tercera y cuarta ronda, específicamente en lo que respecta a las instituciones a ser evaluadas y para un mejor análisis, se detalla en la tabla 3.

Tabla 3. Detalle de instituciones evaluadas en la II, III y IV rondas del sondeo 2015-2016

Institución	II Ronda	III Ronda	IV Ronda
CNE	-----	-----	•
ECU 911	•	•	•
EMAPA	•	•	•
EEASA	•	•	•
Gobernación	•	•	•
IESS	•	•	•
Medios de comunicación	•	•	•
Municipalidad de Ambato	•	•	•
Policía Nacional	•	•	•
Registro Civil	•	•	•
Sector Cooperativo	•	•	-----
Sector Financiero	•	•	•

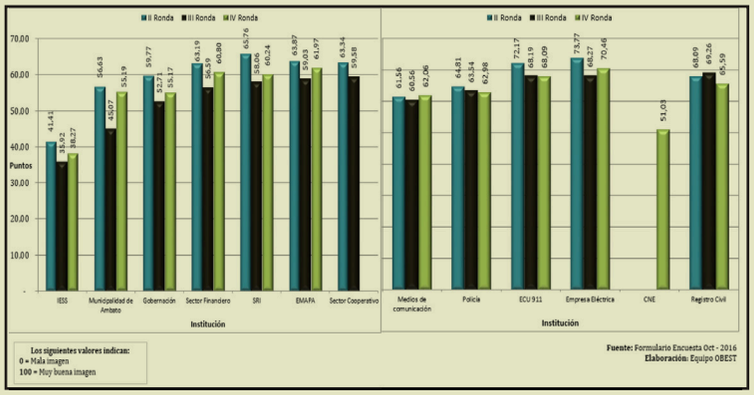
Fuente: Formularios de encuesta OBEST, II, III Y IV ronda
Elaboración: Equipo OBEST

El índice de percepción ciudadana de la imagen institucional se elabora con base a las frecuencias de respuesta descritas en la figura 1, las que se ponderan en una escala de 0 a 100 puntos.

> El índice de percepción ciudadana sobre la imagen institucional es la descripción cuantitativa de las cualidades funcionales y atributos psicológicos que el público mentalmente atribuye a la empresa o institución y no es una cualidad inherente a la organización.
> (Muñoz, M., 2010: 165)

Cabe recalcar que el índice no mide ni evalúa la gestión y desempeño de estos establecimientos. Con este antecedente se puede presentar el ranking de percepción de imagen.

Figura 1. Índice de Percepción ciudadana sobre imagen institucional en la zona urbana del cantón Ambato (escala: 0 a 100 puntos) II, III y IV ronda del sondeo



Se expone el análisis de las instituciones en tres dimensiones: 1) mejor puntuada; 2) menor puntuada; y, 3) varianza entre valoraciones obtenidas en la tercera y cuarta ronda.

Primera dimensión: Los datos sitúan a la Empresa Eléctrica (EEASA) con 70,46 puntos, siendo esta la mejor puntuada de las doce instituciones evaluadas, por tanto, se evidencia una percepción positiva de los ambateños a la imagen que proyecta esta entidad en un contexto general.

La comparativa en esta dimensión muestra que en la cuarta ronda, la Empresa Eléctrica lidera el grupo de instituciones evaluadas (70,46 puntos), reemplazando al Registro Civil que en la tercera ronda ocupó el primer puesto (69,26 puntos), tomando en cuenta que los sujetos encuestados son quienes asignan atributos o cualidades a una institución derivadas de su vivencia.

Segunda dimensión: La puntuación más baja tiene el IESS con 38,27 puntos, reflejando la opinión negativa de los sujetos encuestados, respecto a esta institución.

Manteniendo el mismo esquema de análisis que la dimensión anterior, respecto a la comparativa entre la tercera y cuarta ronda, el IESS se mantiene en el último puesto en el ranking de percepción.

Tercera dimensión: Los datos de la cuarta ronda, muestran que ocho de las doce instituciones evaluadas registran una tendencia creciente con respecto a los resultados de la tercera ronda.

La Municipalidad de Ambato es la institución que refleja un mayor crecimiento (22,47%), es decir, los ciudadanos ambateños opinan positivamente de este organismo.

Por lo contrario, al analizar las puntuaciones decrecientes de la imagen de las instituciones entre la tercera y cuarta ronda, la variación negativa con mayor peso, es para el Registro Civil (-5,30%), datos que la desplazaron del primer al tercer puesto en el ranking de percepción.

2. Credibilidad de las autoridades de Ambato y la provincia de Tungurahua

Para efectos de medir la percepción de los sujetos encuestados sobre la credibilidad de las autoridades de Ambato y la provincia de Tungurahua se formuló una interrogante con alternativas de selección de "mucha", "algo", "poco" y "nada". En la cual el Prefecto de la provincia de Tungurahua obtuvo la mayoría de respuestas en el nivel de "mucha credibilidad" entre las cinco autoridades consideradas en este sondeo.

Tabla 4. Percepción ciudadana sobre credibilidad de autoridades locales en la zona urbana del cantón Ambato (% encuestados) Octubre 2016

	Alcalde	Prefecto	Gobernadora	Concejales de Tungurahua	Asambleistas de Tungurahua
Mucha credibilidad	10%	26%	12%	5%	3%
Algo de credibilidad	33%	33%	33%	26%	24%
Poca credibilidad	33%	29%	36%	44%	37%
Nada de credibilidad	23%	12%	19%	25%	36%

Fuente: Formulario de encuesta OBEST, Octubre 2016
Elaboración: Equipo OBEST

La comparación del índice de credibilidad de autoridades locales en la segunda, tercera y cuarta rondas del sondeo (junio 2015, marzo 2016 y octubre 2016).

Los datos de la segunda y tercera ronda presentan un escenario a la baja para todas las dignidades, donde el orden del ranking del tercer sondeo, de primero a quinto lugar, es: Prefecto de la provincia de Tungurahua, Gobernadora, Concejales del cantón Ambato, Asambleístas de Tungurahua; y, finalmente Alcalde de Ambato.

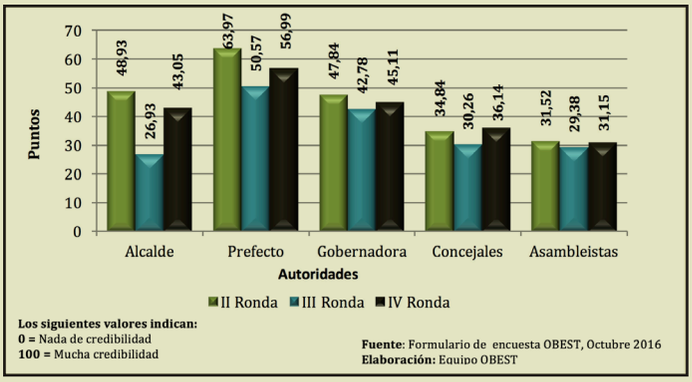
En la cuarta ronda, la tendencia es creciente para todas las autoridades y la tabla de posicionamiento se modifica, teniendo como resultado el siguiente orden, de primero a quinto lugar: Prefecto de la provincia de Tungurahua, Gobernadora, Alcalde de Ambato, Concejales; y, finalmente Asambleístas de Tungurahua.

El índice de percepción ciudadana sobre la credibilidad de autoridades, indica que una persona es creíble cuando posee en sí atributos que le hacen acreedora de la confianza de las personas, a la aprobación de su ejemplo, discurso y representatividad en su cargo, (Burgoa, L., 1995: 49) mas no evalúa a la persona ni su desempeño en sus funciones laborales.

Respecto a la variación creciente de la credibilidad a las autoridades que manifiestan los ciudadanos ambateños, se hace una comparación al índice calculado entre los datos de la tercera y cuarta ronda.

En primer lugar se ubica el Prefecto de la provincia de Tungurahua con un índice de 56,99 puntos, registra un incremento de 6,42 puntos; seguido de la Gobernadora con 45,11 puntos (sube 2,34 puntos); en tercer lugar se encuentra el Alcalde de Ambato con 43,05 puntos, su crecimiento es de 16,12 puntos; la cuarta posición tienen los Concejales del cantón Ambato con 36,14 puntos, esto es 5,87 puntos más que en el tercer sondeo; y, finalmente están los Asambleístas de Tungurahua con 31,15 puntos con un aumento de 1,77 puntos.

Figura 2. Índice de Percepción ciudadana sobre credibilidad de autoridades locales en la zona urbana del cantón Ambato (escala: 0 a 100 puntos) II, III y IV ronda del sondeo



Los siguientes valores indican:
0 = Nada de credibilidad
100 = Mucha credibilidad

Fuente: Formulario de encuesta OBEST, Octubre 2016
Elaboración: Equipo OBEST

3. Aspectos locales

Se da esta definición a los servicios recibidos por los ciudadanos tales como: transporte público, suministro de servicios públicos, y control de velocidad por fotorradares. Además se presentan los actos delincuenciales más comunes del cantón Ambato.

Calidad de suministros públicos

El mayor peso porcentual en la escala "muy bueno" lo poseen los servicios de agua potable y alumbrado público con una frecuencia porcentual de 31% en ambos casos; en la escala "bueno" nuevamente se sitúa el suministro de agua potable con el 56%, y en el caso del parqueo tarifado el 30% de la población considera que es "regular" mientras que el 16% piensa que es "malo".

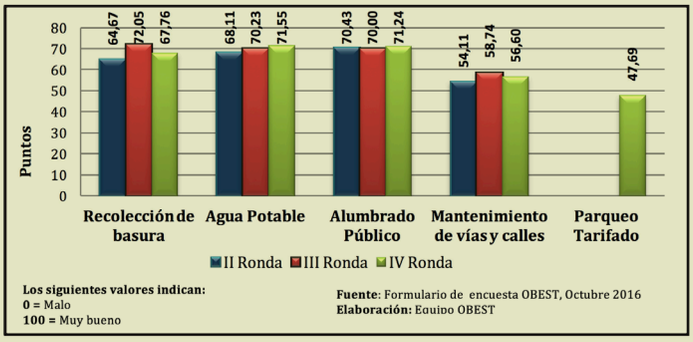
Tabla 5. Percepción ciudadana sobre el suministro de servicios básicos en la zona urbana del cantón Ambato (% encuestados) Octubre 2016

	Suministro de agua potable	Alumbrado Público	Mantenimiento de vías y calles	Servicio de recolección de basura	Parqueo Tarifado
Muy bueno	31%	31%	18%	29%	7%
Bueno	56%	55%	45%	50%	47%
Regular	10%	11%	27%	15%	30%
Malo	3%	2%	10%	4%	16%

Fuente: Formulario de encuesta OBEST, Octubre 2016
Elaboración: Equipo OBEST

En cuanto al índice de percepción calculado, se muestran los siguientes resultados, el más alto de ellos es el suministro de agua potable con 71,55 puntos.

Figura 3. Índice de Percepción ciudadana sobre el suministro de servicios básicos en la zona urbana del cantón Ambato (escala: 0 a 100 puntos) II, III y IV ronda del sondeo



Los siguientes valores indican:
0 = Malo
100 = Muy bueno

Fuente: Formulario de encuesta OBEST, Octubre 2016
Elaboración: Equipo OBEST

Al analizar los índices de percepción sobre el suministro de servicios básicos entre la tercera y cuarta ronda del sondeo, se evidencia que el suministro de agua potable y alumbrado público incrementan su índice mientras que la recolección de basura y el mantenimiento de vías y calles decrecen; es así que, el servicio de recolección de basura pasa del primer al tercer lugar (disminución de 4,29 puntos). En el segundo y tercer sondeo el servicio con menor puntuación fue el mantenimiento de vías y calles (54,11 y 58,74 puntos respectivamente), pero en el cuarto sondeo el parqueo tarifado es el menor puntuado (47,69 puntos).

Calidad del transporte público

Se consulta a los ciudadanos que residen en la zona urbana del cantón Ambato, sobre la calidad del servicio del transporte público tanto de buses como de taxis de manera independiente, para que seleccionen su percepción en función de las siguientes escalas: "muy bueno", "bueno", "regular" y "malo".

Tabla 6. Percepción ciudadana sobre la calidad del servicio de transporte público en la zona urbana del cantón Ambato (% encuestados) Octubre 2016

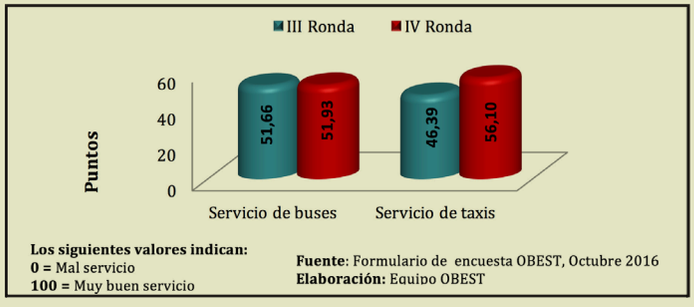
	Buses	Taxis
Muy bueno	8%	10%
Bueno	51%	57%
Regular	32%	26%
Malo	9%	7%

Fuente: Formulario de encuesta OBEST, Octubre 2016
Elaboración: Equipo OBEST

En general se observa que más de la mitad de los encuestados tienen una "buena" percepción del servicio que provee buses y taxis, sin embargo tres de cada diez personas consideran que el servicio de buses es "regular" y en el caso de taxis dos de cada diez. En cuanto a la percepción negativa, menos de la décima parte de los sujetos encuestados consideran que el servicio que brindan buses y taxis es "malo" (9% y 7% respectivamente).

Al comparar el índice de percepción ciudadana de la calidad del servicio de buses y taxis entre la tercera y cuarta ronda del sondeo, se observa un crecimiento en ambos, siendo el servicio de taxis el que presenta un incremento mayor (9,71 puntos).

Figura 4. Índice de Percepción ciudadana sobre la calidad del servicio de transporte público en la zona urbana del cantón Ambato (escala: 0 a 100 puntos) III y IV ronda del sondeo



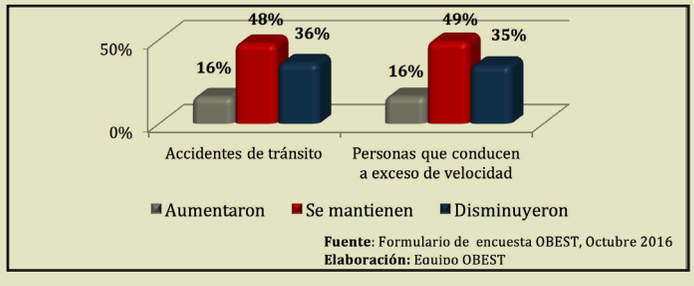
Los siguientes valores indican:
0 = Mal servicio
100 = Muy buen servicio

Fuente: Formulario de encuesta OBEST, Octubre 2016
Elaboración: Equipo OBEST

Percepción ciudadana del uso de fotorradares y seguridad vial

Se consulta a los pobladores locales su percepción respecto a la seguridad vial a partir de la implementación de los fotorradares en Ambato según las siguientes variables: accidentes de tránsito y personas que conducen en exceso de velocidad, con opciones de respuesta: "aumentaron", "se mantienen" y "disminuyeron".

Figura 5. Percepción ciudadana sobre el uso de fotorradares en cuanto a seguridad vial en la zona urbana del cantón Ambato (% encuestados) Octubre 2016

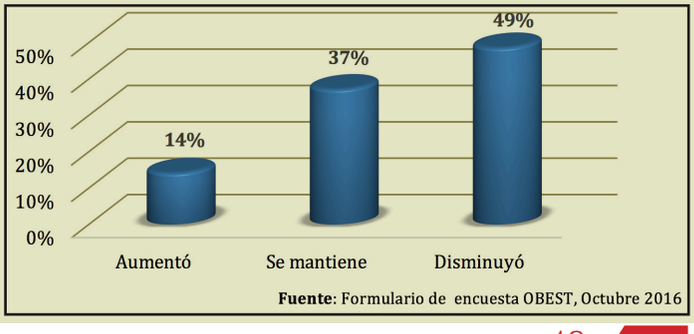


Fuente: Formulario de encuesta OBEST, Octubre 2016
Elaboración: Equipo OBEST

En el tercer y cuarto sondeo de opinión se mantiene el resultado en que cuatro de cada diez encuestados consideran que los accidentes de tránsito y las personas que conducen a exceso de velocidad se han mantenido a partir de la implementación de fotorradares en el cantón Ambato, sin embargo, la percepción positiva sobre la disminución de accidentes de tránsito pasa del 39% al 36%.

Adicionalmente se busca captar la opinión de los ciudadanos respecto a la influencia que tiene el uso de los fotorradares en el turismo local, obteniendo los siguientes resultados:

Figura 6. Percepción ciudadana sobre el uso de fotorradares en cuanto a turismo en la zona urbana del cantón Ambato (% encuestados) Octubre 2016



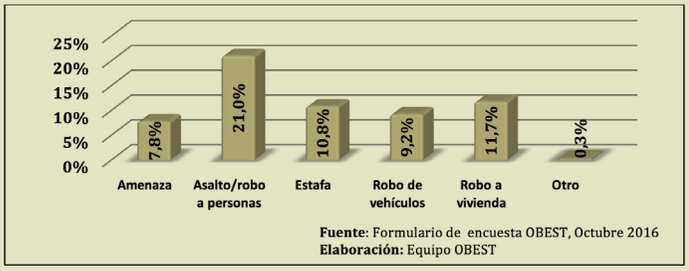
Fuente: Formulario de encuesta OBEST, Octubre 2016

En el presente sondeo el 49% de los encuestados coincide de acuerdo a su percepción que a partir de la implementación de fotorradares en Ambato, el turismo ha disminuido en el cantón, frente al 69% del sondeo anterior, mientras que, las personas que creen que se ha mantenido pasa del 23% al 37%; y los que consideran que el turismo ha aumentado sube del 8% al 14%.

Actos delincuenciales

El objetivo principal de esta pregunta es identificar el tipo de acto delincuencial más común que sufren los ciudadanos del cantón Ambato de manera directa o indirecta como consecuencia de los delitos: amenaza, asalto/robo a personas, estafa, robo a vehículos o sus partes, robo a vivienda.

Figura 7. Víctimas de actos delincuenciales en los últimos 12 meses en la zona urbana del cantón Ambato (% encuestados) Octubre 2016



En la tercera y cuarta ronda del sondeo de opinión, se evidencia que 2 de cada 10 encuestados afirman haber sido víctimas de asalto/robo a personas en los últimos 12 meses, siendo éste el delito más frecuente. El robo de vehículos pasa del segundo al cuarto lugar como delito frecuente mientras que el robo a viviendas se ubica en segunda posición con 11,7% de víctimas.

4. Percepción de la imagen de las Universidades en el cantón Ambato

La definición del índice de percepción ciudadana sobre la imagen de las universidades locales, es igual al índice de percepción ciudadana sobre imagen institucional, es decir que no se evalúa su gestión o calidad, sino cómo las personas observan a la institución académica, indistintamente si han sido usuarios de las mismas.

Por la importancia que refiere la actividad académica en el desarrollo del país, se considera relevante conocer la opinión ciudadana sobre la imagen de las instituciones de educación superior locales: Universidad Regional Autónoma de los Andes – UNIANDES, Universidad Indoamérica, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato – PUCESA y Universidad Técnica de Ambato – UTA.
En la estructura de la pregunta se plantea cuatro opciones: "muy buena", "buena", "regular" y mala".

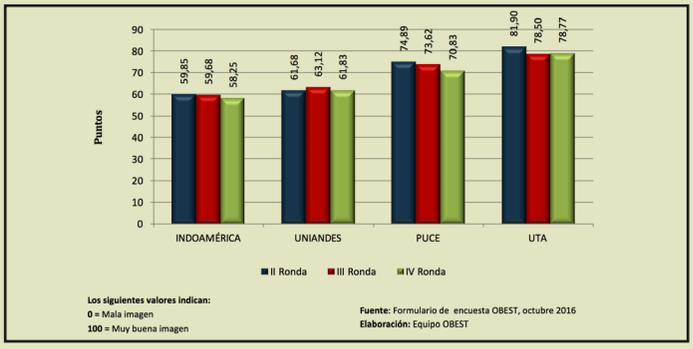
Tabla 7. Percepción ciudadana sobre la imagen de las universidades locales en la zona urbana del cantón Ambato (% encuestados) Octubre 2016

	UNIANDES	INDOAMÉRICA	PUCESA	UTA
Muy buena	13%	10%	28%	46%
Buena	64%	59%	60%	46%
Regular	21%	27%	10%	7%
Mala	2%	3%	1%	1%

Fuente: Formulario de encuesta OBEST, Octubre 2016
Elaboración: Equipo OBEST

De las universidades descritas, UNIANDES, PUCESA Y UTA son consideradas por los encuestados en su mayoría como "buenas" a excepción de la UTA que tiene una frecuencia porcentual de 46% en las opciones "muy buena" y "buena".

Figura 8. Índice de Percepción ciudadana sobre la imagen de las universidades locales en la zona urbana del cantón Ambato (escala: 0 a 100 puntos) II, III y IV ronda del sondeo



Los resultados registran las siguientes posiciones: primer lugar para UTA (78,77 puntos), segundo PUCESA (70,83 puntos), en tercer puesto UNIANDES (61,83 puntos) y en cuarta posición la Universidad Indoamérica (58,25 puntos).

Estos datos comparados con el tercer sondeo de opinión presentan variaciones decrecientes a excepción de la UTA que registra un leve incremento de 0,27 puntos; sin embargo, el ranking no se modifica.

Conclusiones

En este artículo, se evidencian los resultados obtenidos del cuarto sondeo de opinión ciudadana de instituciones, autoridades y aspectos locales del cantón Ambato; en el cual se aplicaron métodos por muestreo aleatorio simple, estratificado por zonas basado en el índice de confianza en investigaciones de México, El Salvador y Chile.

Los resultados muestran que la institución que proyecta una mejor imagen en los habitantes es la Empresa Eléctrica Ambato (EEASA) (70,46 puntos) seguido por el ECU 911 (68,09 puntos).

La autoridad con mayor credibilidad para los ciudadanos es el Prefecto de Tungurahua (56,99 puntos), seguido por la Gobernadora (45,11 puntos). Además, el Alcalde de Ambato ha tenido una recuperación significativa con respecto a los datos de la tercera ronda del sondeo (crecimiento de 16,12 puntos).

El servicio público con mejor puntuación, de acuerdo a la perspectiva de los encuestados, es el agua potable (71,55 puntos), seguido por el alumbrado público (71,24 puntos). Además, la calidad del servicio de transporte público refleja una recuperación notoria, en relación al sondeo anterior, especialmente en taxis.

La mayoría de los habitantes de la zona urbana consideran que, desde la implementación de los fotorradares, el turismo ha disminuido en la ciudad (49% de encuestados); mientras que, los accidentes de tránsito y las personas que conducen a exceso de velocidad se han mantenido (48% y 49% de encuestados, respectivamente).

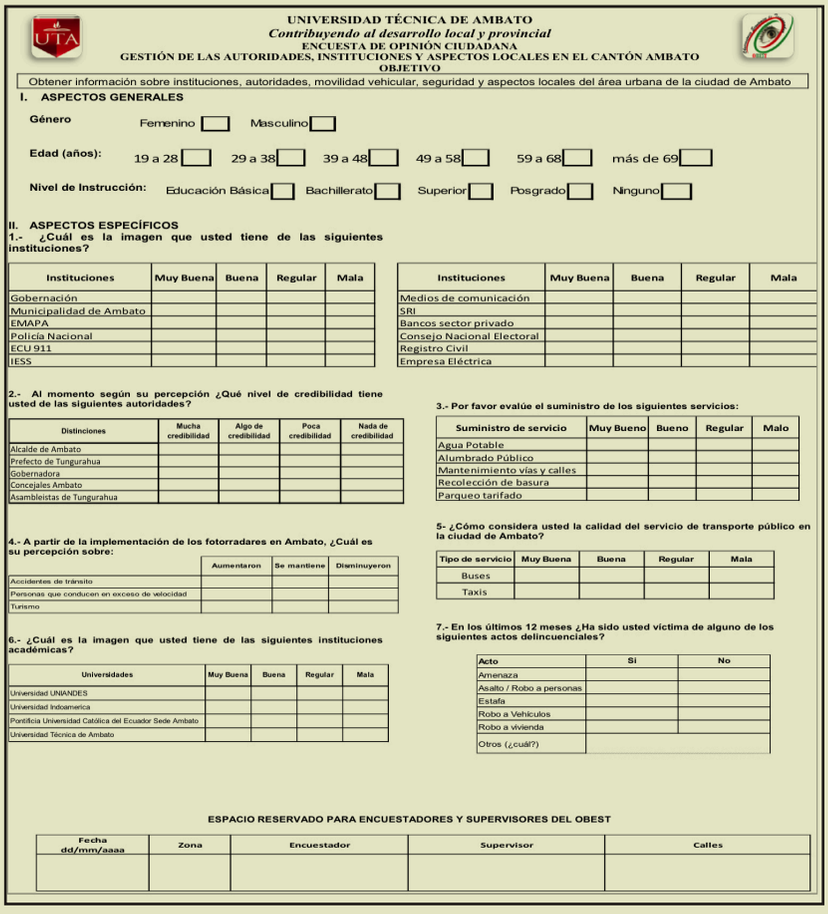
El acto delincuencial con mayor frecuencia en Ambato en los últi-

mos 12 meses, según sus habitantes, es el asalto/robo a personas (21% de encuestados), seguido por robo a viviendas (11,7% de encuestados).

La institución de educación superior que muestra una mejor imagen de acuerdo a la opinión de la población es la UTA (78,77 puntos), manteniéndose en primer lugar desde la tercera ronda del sondeo.

Los resultados de este trabajo contribuyen como herramienta para la toma de decisiones por parte de los gestores de desarrollo de la provincia de Tungurahua; además, mantiene informada a la ciudadanía ambateña de aspectos locales de su cantón.

Anexo



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
Contribuyendo al desarrollo local y provincial
ENCUESTA DE OPINIÓN CIUDADANA.
GESTIÓN DE LAS AUTORIDADES, INSTITUCIONES Y ASPECTOS LOCALES EN EL CANTÓN AMBATO
OBJETIVO

Obtener información sobre instituciones, autoridades, movilidad vehicular, seguridad y aspectos locales del área urbana de la ciudad de Ambato

I. ASPECTOS GENERALES

Género Femenino ☐ Masculino ☐

Edad (años): 19 a 28 ☐ 29 a 38 ☐ 39 a 48 ☐ 49 a 58 ☐ 59 a 68 ☐ más de 69 ☐

Nivel de Instrucción: Educación Básica ☐ Bachillerato ☐ Superior ☐ Posgrado ☐ Ninguno ☐

II. ASPECTOS ESPECÍFICOS

1.- ¿Cuál es la imagen que usted tiene de las siguientes instituciones?

Instituciones	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Gobernación				
Municipalidad de Ambato				
EMAPA				
Policía Nacional				
ECU 911				
IESS				

Instituciones	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Medios de comunicación				
SRI				
Bancos sector privado				
Consejo Nacional Electoral				
Registro Civil				
Empresa Eléctrica				

2.- Al momento según su percepción ¿Qué nivel de credibilidad tiene usted de las siguientes autoridades?

Distinciones	Mucha credibilidad	Algo de credibilidad	Poca credibilidad	Nada de credibilidad
Alcalde de Ambato				
Prefecto de Tungurahua				
Gobernadora				
Concejales Ambato				
Asambleistas de Tungurahua				

3.- Por favor evalúe el suministro de los siguientes servicios:

Suministro de servicio	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Agua Potable				
Alumbrado Público				
Mantenimiento vías y calles				
Recolección de basura				
Parqueo tarifado				

4.- A partir de la implementación de los fotorradares en Ambato, ¿Cuál es su percepción sobre:

	Aumentaron	Se mantiene	Disminuyeron
Accidentes de tránsito			
Personas que conducen en exceso de velocidad			
Turismo			

5- ¿Cómo considera usted la calidad del servicio de transporte público en la ciudad de Ambato?

Tipo de servicio	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Buses				
Taxis				

6.- ¿Cuál es la imagen que usted tiene de las siguientes instituciones académicas?

Universidades	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Universidad UNIANDES				
Universidad Indoamerica				
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato				
Universidad Técnica de Ambato				

7.- En los últimos 12 meses ¿Ha sido usted víctima de alguno de los siguientes actos delincuenciales?

Acto	Si	No
Amenaza		
Asalto / Robo a personas		
Estafa		
Robo a Vehículos		
Robo a vivienda		
Otros (¿cuál?)		

ESPACIO RESERVADO PARA ENCUESTADORES Y SUPERVISORES DEL OBEST

Fecha dd/mm/aaaa	Zona	Encuestador	Supervisor	Calles

Referencias

• Aguilar, J. (2013). La percepción de la seguridad y la confianza en instituciones públicas. Línea de base del plan de acción asocio para el crecimiento. San Salvador, El Salvador: Instituto Universitario de Opinión Pública, de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas.
• Burgoa, L. (1995). Palabras y creencias. Ensayo crítico acerca de la comunicación humana y de las creencias. Murcia, España: Secretariado de Publicaciones, Universidad de Murcia.
• IBOPE inteligencia. (2011). Índice de confianza social Chile – 1era medición.
• Moreno, A. (2010). Confianza en las instituciones. México en perspectiva comparada. México, D. F., México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. Cámara de Diputados / LXI Legislatura.
• Muñoz, M. (2010). Protocolo y relaciones públicas. Madrid, España: Ediciones Paraninfo, S.A.
• Sánchez, R. (2014). Gestión y psicología en empresas y organizaciones. Madrid, España: ESIC editorial.

Coordinación General
Econ. Diego Proaño C., Mg.

Análisis, diseño e interpretación
Equipo Técnico OBEST

Planificación de trabajo de campo
Equipo Técnico OBEST

Levantamiento de información
Supervisión equipo técnico OBEST
Encuestadores OBEST
Equipo de encuestadores de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la UTA
Equipo de encuestadores de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la UTA
Colaboración
Ing. Jorge Tamayo Viera
Econ. Nelson Lascano

INDUSTRIA MANUFACTURERA Y CRECIMIENTO ECONÓMICO EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA

Gladys Gimena Coello Gómez [1]

Pag 16-18

Fecha de recepción: 5 Diciembre 2016
Fecha de aceptación: 30 Diciembre 2016

Resumen

La presente investigación, mediante un marco teórico de economistas heterodoxos, con información del Valor Agregado Bruto de 2009 a 2014, pretende contribuir con datos a la evidencia empírica del crecimiento económico de la provincia de Tungurahua, marcado por el desarrollo del sector manufacturero, lo que explica el cumplimiento del principio de causación circular y acumulativo; caracterizado por la interdependencia entre el crecimiento del producto manufacturero y el resto de sectores de la economía de la provincia; lo que a su vez marca la diferencia entre su dinamismo económico y el de las demás provincias de la zona 3 del Ecuador.

Palabras clave: crecimiento económico, manufacturas y causación.

Abstract

The present research, using a theoretical framework of heterodox economists, with information on the Gross Value Added from 2009 to 2014, aims to contribute with data to the empirical evidence of the economic growth in the province of Tungurahua, marked by the development of the manufacturing sector, which explains fulfillment with the tenet of circular and cumulative causation; characterized by the interdependence between the growth of the manufacturing product and the rest of sectors of the economy in the province; at the same time it marks the difference between the economic dynamism and the other provinces of zone 3 of Ecuador.

Keywords:

Economic growth, manufactures, causation.

Introducción

La provincia de Tungurahua está reconocida a nivel nacional como una de las zonas de mayor importancia económica en el Ecuador; es tan cierta esta afirmación que en la medición de algunos indicadores macroeconómicos, como por ejemplo el Índice de Confianza del Consumidor (BCE, 2016) o del Empleo (INEC, 2015), considera a la ciudad de Ambato entre las cinco ciudades más importantes del país para la construcción de estas variables.

El desarrollo de la actividad manufacturera de la provincia de Tungurahua, ha generado una base de industrias que además de apoyar al proceso de sustitución de importaciones, se suma a la oferta exportable del Ecuador. Se pueden citar ejemplos de empresas como Plasticaucho (productora de calzado, botas de caucho, entre otros) que exporta el 40% de su producción a Perú, Colombia; o Fairis que abastece con vidrios al 95% de la producción de electrodomésticos del país y adicionalmente exporta a México, Perú, Colombia; o Industria Metalmecánica Cepeda que produce carrocerías para buses, cuya demanda es a nivel nacional (Diario El Comercio, 2013). Por consiguiente, existe un importante aporte de la manufactura en el crecimiento económico que genera un círculo virtuoso en la provincia, mejora sus indicadores y la ubica como la provincia con mayor crecimiento de la Zona 3.

En este contexto, el presente trabajo tiene como objetivos: a) contrastar el enunciado de la primera Ley de Kaldor con la relación de causalidad entre el crecimiento del sector industrial manufacturero y el crecimiento del Valor Agregado Bruto en la provincia de Tungurahua; y b) analizar el crecimiento económico de la provincia de Tungurahua respecto de otras provincias que conforman la Zona 3 del Ecuador, y las características de los componentes sectoriales, especialmente de la manufactura, lo que determina su dinámica y su diferenciación, generando un círculo virtuoso de causación acumulativa (MYRDAL,1979).

Metodología

La investigación se efectuó a través de un estudio exploratorio, descriptivo, transversal y no experimental, utilizando fuentes bibliográficas, relacionadas con investigaciones nacionales e internacionales previas en donde se analizan las variables que determinan las diferencias del crecimiento económico entre las distintas regiones. La información estadística utilizada procede de la publicación de las Cuentas Nacionales realizadas por el Banco Central del Ecuador (BCE), específicamente de los datos correspondientes al Valor Agregado Bruto (VAB) cantonal y por sectores de la economía. El análisis se circunscribe a las cuatro provincias que conforman la Zona 3 (Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo y Pastaza) durante el periodo 2009-2014.

Contenido

Nicolás Kaldor, economista perteneciente a la Escuela Postkeynesiana, hizo grandes aportaciones para entender el proceso de crecimiento, dando origen a las hoy conocidas Leyes del Crecimiento de Kaldor, las cuales no fueron aceptadas por la ortodoxia económica. La primera Ley de Kaldor afirma que existe una fuerte relación de causalidad que va del crecimiento del producto manufacturero al crecimiento del PIB; con la particularidad de que el sector industrial por sí solo no es el que genera el crecimiento sino la correlación entre las dos variables, que permite que los recursos subutilizados o desempleados o de baja productividad en el sector primario o en el de servicios se trasladen a la industria, sin reducir la oferta de los demás sectores. Otro aspecto importante dentro de esta Ley es el efecto multiplicador de la manufactura, debido a que la variación del ingreso por el crecimiento de este sector incrementa significativamente la demanda de bienes y servicios de todos los sectores, genera encadenamientos productivos, promueve procesos de aprendizaje conforme crece la división del trabajo, con los consecuentes resultados de especialización y aumento de la productividad del trabajo. (SANCHEZ & CAMPOS, 2010).

Por otro lado, Gunnar Myrlad se refirió a la causación circular acumulativa, sea de orden descendente o ascendente -según genere pobreza o promueva la acumulación- como aquel modelo que puede iniciarse por cualquier cambio importante y persistente que altere substancialmente las variables económicas: un cambio en las relaciones de intercambio, la demanda, la capacidad de ganar dinero, la inversión, la producción, etc. Además, pueden existir regiones que ofrezcan condiciones naturales propicias para que las actividades económicas se concentren en ellas. Sin embargo, cada vez es más admitido que la fuerza de atracción actual de algunos de los centros económicos más dinámicos tuvo su origen muchas veces en un accidente histórico:

[1] Economista. Máster en Economía y Regulación de Servicios Públicos. Docente. Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE, Ecuador (ggcoello@espe.edu.ec).

el inicio con éxito de alguna actividad específica (Martínez, 1998). Con la finalidad de comprobar el cumplimiento de la primera Ley de Kaldor y los planteamientos de Myrlad, al caso del crecimiento económico de la provincia de Tungurahua, se va analizar el desenvolvimiento del VAB de las cuatro provincias de la Zona 3 del Ecuador, conformada por Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi y Pastaza.

De acuerdo con los datos del Banco Central del Ecuador, en el año 2014 el Valor Agregado Bruto (VAB) del Ecuador alcanzó un total de USD 96.431.417.000,00 de los cuales el aporte de la Zona 3 fue de USD 6.500.027.250,00, equivalente al 6,7%. El VAB por provincias se resume en la Tabla 1, en donde se observa que la provincia de Tungurahua genera el 39% del VAB de la Zona 3; es decir un VAB superior al de las demás provincias que conforman la Zona 3.

Tabla 1. Valor Agregado Bruto de las provincias de la Zona 3 del Ecuador
Año 2014

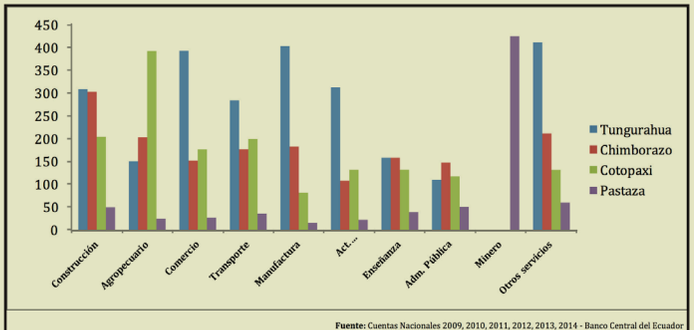
Provincia	VAB (2014) en dólares	Porcentaje
Tungurahua	2.529.219.120	39%
Chimborazo	1.645.283.490	25%
Cotopaxi	1.569.886.540	24%
Pastaza	755.638.100	12%
Totales	6.500.027.250	100%

Fuente: Cuentas Nacionales 2014 - Banco Central del Ecuador
Elaboración: Coello, G. (2016)

En la Figura 1, se puede observar que Tungurahua aporta con un mayor VAB casi en todos los sectores, destacándose la manufactura como sector líder en producción en la provincia de Tungurahua, seguida de la actividad comercial, la cual se desarrolla como parte del proceso de comercialización de los productos manufacturados de la región. Las provincias en donde los sectores primarios de la economía son los que mayormente aportan al VAB (Cotopaxi con la agricultura y Pastaza con la minería) son las que menores niveles de VAB presentan.

En Ecuador, en el VAB del año 2014 se observa que el sector manufactura es el principal actor de la economía, con un total de USD 13.956.141.000 (aporta con el 14,5% al VAB total del Ecuador), de los cuales la provincia de Tungurahua genera el 3%, siendo la quinta provincia del Ecuador que aporta al VAB manufactura antecedida de Guayas, Pichincha, Manabí y Azuay; en noveno lugar está Chimborazo, en décimo cuarto Cotopaxi y en décimo octavo Pastaza (de un total de 24 provincias del Ecuador).

Figura 1. Componentes del Valor Agregado Bruto por provincia de la Zona 3 del Ecuador Año 2014



Fuente: Cuentas Nacionales 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 - Banco Central del Ecuador
Elaboración: Coello, G. (2016)

En el año 2009 la provincia de Tungurahua se encontraba en el noveno lugar en generación de producto en el sector manufactura para pasar a ocupar el puesto número cinco en el año 2014, a nivel nacional. En la tabla 2 se calculan las tasas interanuales de crecimiento del sector manufacturero de la provincia de Tungurahua, las cuales presentan variaciones; en el año 2010 se observa un alto crecimiento (66%) el cual es producto de factores exógenos como las salvaguardias aplicadas en el año 2009, pero que fueron convertidas en oportunidades para lograr un crecimiento endógeno menos vertiginoso pero permanente en el tiempo.

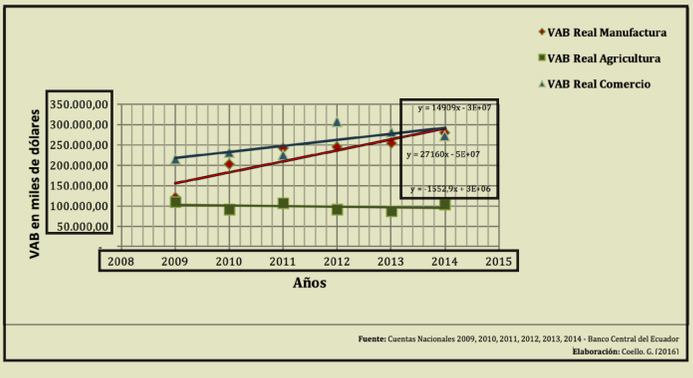
Tabla 2. Variación del VAB nominal y VAB Real de la Provincia de Tungurahua
Periodo 2009-2014

AÑOS	2009	2010	2011	2012	2013	2014
VAB Nominal (en millones de dólares)	138,51	247,71	313,70	333,27	357,12	402,19
VAB Real (en miles de dólares)	120,86	201,14	241,08	243,95	253,56	278,96
Tasa de crecimiento interanual		66%	20%	1%	4%	10%

Fuente: Cuentas Nacionales 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 - Banco Central del Ecuador
Elaboración: Coello, G. (2016)

A partir de lo mencionado, como se puede mirar en la Figura 2, si comparamos la evolución en términos reales del VAB de la manufactura (sector secundario de la economía) con el VAB de la agricultura (sector primario) se observa que entre los años 2009 y 2014, el sector primario se mantiene estable, mientras que el secundario crece de manera importante; tomando en consideración que del año 2009, el VAB real de los dos sectores parte de valores similares. Con respecto al sector terciario de la economía de Tungurahua (se compara únicamente con el comercio) se observa que ha tenido una tendencia negativa y de convergencia hacia el VAB de la manufactura; esto podría estar explicado por el hecho de que quienes realizaban actividades netamente comerciales pasaron a ser productores.

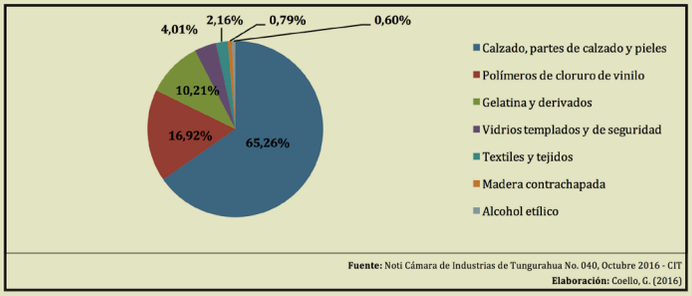
Figura 2. Tendencia de crecimiento del Valor Agregado Bruto Real de la manufactura, agricultura y comercio de la Provincia de Tungurahua
Periodo 2009-2014



Fuente: Cuentas Nacionales 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 - Banco Central del Ecuador
Elaboración: Coello, G. (2016)

El desarrollo de la manufactura ha permitido crear una oferta exportable de la provincia de Tungurahua hacia el extranjero (USD 4.000.000,00 promedio mensual), compuesta principalmente por calzado. En la Figura 3 se presenta en resumen las exportaciones que realiza el sector manufactura de la provincia de Tungurahua (CIT, 2016). Las exportaciones se realizan básicamente a Colombia (75%), Perú (17%), México (5%) y a Hong Kong, Estados Unidos y Costa Rica (3%).

Figura 3. Exportaciones realizadas por los socios de la Cámara de Industrias de Tungurahua
Periodo Octubre de 2016



Fuente: Noti Cámara de Industrias de Tungurahua No. 040, Octubre 2016 - CIT
Elaboración: Coello, G. (2016)

Conclusiones

En la Zona 3 del Ecuador, la provincia que genera un mayor Valor Agregado Bruto es Tungurahua. En esta provincia se observa una fuerte causalidad entre el crecimiento del producto de la manufactura y el crecimiento de la región, adicionalmente se ha dado una transferencia de recursos entre los sectores primarios (agricultura) y terciario (comercio) de la economía hacia el sector secundario (manufactura), este último con tendencia de crecimiento permanente en el periodo de análisis 2009-2014. El crecimiento de otros sectores como el de servicios, los encadenamientos productivos, el reconocimiento de productos de origen de la provincia (calzado, textiles, metalurgia), impulsa un proceso virtuoso de causación circular acumulativa de orden ascendente, que diferencia a Tungurahua de las demás provincias que conforman la Zona 3, en las cuales el sector primario de la economía es el principal generador del VAB.

El desarrollo del sector manufacturero en su correlación con el crecimiento de otros sectores de la economía tungurahuense ofrece condiciones propicias para que las actividades económicas se concentren en ella y a la vez propaguen un crecimiento económico generalizado de la provincia. De esta manera los planteamientos de los autores económicos heterodoxos Kaldor y Myrlad, sobre el crecimiento económico generado a partir del éxito de alguna actividad específica, en este caso la manufactura, son aplicables al reconocido dinamismo económico de la provincia de Tungurahua.

Referencias

• Banco Central de Ecuador. (2016). Índice de Confianza del Consumidor ICC. Recuperado en: www.bce.fin.ec
• CIT. (2016). Noti Cámara de Industrias de Tungurahua No. 040. Ambato: Cámara de Industrias de Tungurahua.
• Diario El Comercio. (11 de Noviembre de 2013). Ambato tiene industrias de exportación. pág. 1.
• Guerrero García, M., & Pérez Martínez, Y. (2009). Procedimiento para el proceso de comercialización en cadenas de tiendas. Edición electrónica gratuita
• Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2015). Indicadores Laborales. Recuperado en: www.ecuadorencifras.gob.ec
• Martínez, J. (1998). Procesos acumulativos y desarrollo:de Myrdal a Porter. Economía y Sociedad No. 8, 49-58
• MYRDAL, G. (1979). Teoría Económica y Regiones Subdesarrolladas. México: Fondo de Cultura Económica.
• SANCHEZ, I., & CAMPOS, E. (2010). Industria manufacturera y crecimiento económico en la frontera norte de México. Región y Sociedad, 2.

Anexo

Artículo Implementación de una microempresa comunitaria en Tuntatacto.

ENCUESTA CONSUMIDORES

Objetivo: Determinar la demanda, los gustos y preferencias de los consumidores de productos lácteos.
Instrucciones: Lea la pregunta y responda con un tick en la opción que corresponda.

1. ¿Consume usted productos lácteos (leche, queso, yogurt)?
Si ☐ No ☐ *Si contesta No pase a la pregunta 11

2. ¿Con que frecuencia consume usted?

	Leche	Queso	Yogurt
Todos los días			
Cada dos días			
Cada tres días			
Cada cuatro días			
Cada cinco días			
Cada seis días			
Cada siete días			

3. ¿Dónde compra habitualmente productos lácteos?
Tienda del Barrio ☐ Supermercado ☐
Directo del productor ☐ Otro ☐

4. ¿Cuál es el atributo más importante al comprar?

	Leche	Queso	Yogurt
Marca			
Precio			
Lugar de Compra			
Presentación			

5. ¿Si una nueva microempresa comunitaria de la localidad le ofrecería productos lácteos de buena calidad, presentación y a un precio accesible, estaría usted dispuesto a consumir los productos de dicha microempresa comunitaria?
Si ☐ No ☐

6. ¿Cuántos litros de leche compra a la semana?
De 1 a 2 litros ☐ De 2 a 3 litros ☐
De 3 a 4 litros ☐ De 4 a 5 litros ☐
De 5 a 6 litros ☐ De 6 a 7 litros ☐

7. ¿Cuántos quesos compra a la semana?
De 1 a 2 unidades ☐ De 2 a 3 unidades ☐
De 3 a 4 unidades ☐ De 4 a 5 unidades ☐

8. ¿Cuántos litros de yogurt compra a la semana?
De 1 a 2 litros ☐ De 2 a 3 litros ☐
De 3 a 4 litros ☐ De 4 a 5 litros ☐
De 5 a 6 litros ☐ De 6 a 7 litros ☐

9. ¿Cuánto paga usted por?:

Valores	Leche	Queso	Yogurt
De $0,25 a $0,50			
De $0,51 a $1,00			
De $1,01 a $1,50			
De $1,51 a $2,00			
De $2,01 a $2,50			
De $2,51 a $3,00			
Más de tres			

10. ¿En promedio cuanto es el presupuesto de gasto semanal en su hogar por consumo de los productos lácteos mencionados?

	Valor semanal
Entre 1 a 10 USD	
Entre 11 a 20 USD	
Entre 21 a 30 USD	
Entre 31 a 40 USD	
Más de 41	

11. ¿Qué empaque considera el más apropiado para el producto?

	Leche	Yogurt	Queso
Funda			
Cartón			
Botella plástica			
Botella de vidrio			

12. ¿Qué medio de difusión cree que es el más apropiado para productos lácteos?
Televisión ☐ Radio ☐ Afiches ☐
Trípticos ☐ Internet ☐ Periódico ☐

ENCUESTA PRODUCTORES DE TUNTATACTO

Objetivo: Determinar las características socioecónicos de los productores de leche de la comunidad Tuntatacto.

1. ¿Es Usted Productor Lechero?
Si ☐ No ☐

2. ¿Piensa Usted que la creación de una microempresa comunitaria de Lácteos mejorara su nivel socioeconómico y el de su familia?
Si ☐ No ☐

3. ¿Cuántas personas conforman su familia?
De 1 a 4 personas ☐ Más de 4 personas ☐

4. ¿A qué precio vende el litro de leche a los comerciantes?
$ 0,30 ☐ $ 0,31 ☐ $ 0,32 ☐
$ 0,33 ☐ $ 0,34 ☐

5. ¿Piensa Usted que el precio que le pagan por la leche es justo?
Si ☐ No ☐

6. ¿Con el dinero que percibe por la venta de leche le alcanza para satisfacer necesidades como educación, salud, alimentación, etc. de su familia?
Si ☐ No ☐

7. ¿Vendería su producción lechera a una microempresa comunitaria conformada por todos los habitantes de Tuntatacto?
Si ☐ No ☐

8. ¿Le gustaría que el litro de leche sea comprado a $ 0,35?
Si ☐ No ☐

GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ARTÍCULOS "BOLETÍN DE COYUNTURA" Y " REVISTA DE COYUNTURA" OBEST

Originalidad

Los artículos presentados deben ser de coyuntura en el área social y económica de los sectores públicos y privados, los mismos deben ser inéditos y originales, que no hayan sido publicados anteriormente en ningún medio impreso o electrónico, antes de conocer la decisión de la editorial.

Presentación

Las investigaciones deben ser presentadas en forma impresa con oficio dirigido al Director/Editor Economista Diego Proaño y en forma electrónica al email: obeconomico@uta.edu.ec.

Normas generales

•Ámbito geográfico de estudio: provincia de Tungurahua, provincias que conforman la zona de planificación No. 3, del país.
•Tipo de archivo: Documento de word y excel (en caso de existir tablas y figuras)
•Tamaño de papel: A4 (impreso anverso y reverso)
•Fuente: Cambria
•Tamaño de fuente: 10 puntos.
•Interlineado: 1,5 con espacio posterior y anterior de 0 puntos.
•Márgenes: izquierdo y derecho 3 cm y superior e inferior 1,5 cm
•El artículo completo debe constar de 6 páginas, incluido: texto, tablas, figuras, imágenes, anexos, entre otros.
•La numeración de la página debe estar situada en la parte inferior derecha de la hoja.
•Los datos numéricos deben tener formato miles, y los decimales separados con una coma. A excepción cuando se indique años, aplica en texto, tablas y figuras.
•Toda palabra que lleve tilde o diéresis deberá respetar la regla ortográfica, aplicándose también en mayúsculas.
•Para referirse al nombre de organizaciones, estas se harán en el idioma original seguido de su acrónimo, separado por un guión, y de ser necesario se incluirá su traducción en castellano.
•Para escribir citas bibliográficas dentro del texto, se aplicará las normas APA versión 6. No es necesario hacer uso de citas de pie de página.

Normas para la elaboración de tablas y figuras

•La representación de datos e información estadística se denominará Tabla y a las representaciones gráficas se las denominará Figura, con el número respectivo. (no se debe colocar símbolos o abreviaciones como: #, Nº, No., entre otras)
•Las tablas y figuras deben incluir un título en negrillas situado en la parte superior del mismo, si éste supera las dos líneas debe estar a espacio mínimo posterior y anterior de 0 puntos y centrado.
•Se escribirá con mayúscula solo la primera letra de la primera palabra de los títulos del texto, tablas y figuras, a excepción de los nombres propios.
•En los casos que se identifique en el título: unidades, periodos o años, se debe colocar una tercera línea indicando a espacio seguido y en minúsculas.
•El tamaño de fuente dentro de las tablas y figuras será de tamaño 10 y el tipo de letra Cambria.
•Todo texto al interior de las tablas y figuras, debe ser en formato de oración, es decir, la primera letra de la palabra inicial de la oración en mayúscula, a excepción de los nombres propios.
•La descripción de los ejes de los rótulos o leyendas de las figuras deben respetar las reglas ortográficas y tipo de fuente antes mencionado.
•Todas las tablas y figuras deben tener fuente y elaboración, en el caso de las figuras esta debe estar contenida dentro del espacio de la figura.
•La fuente y elaboración debe ser con letra cambria y fuente 8 a espacio mínimo, con negrillas las palabras fuente y elaboración.
•Si las tablas y figuras han sido previamente usadas, es responsabilidad del autor el obtener el permiso correspondiente para evitar problemas posteriores relacionados con los derechos de autor.

Estructura del artículo

El artículo debe presentar los siguientes elementos:
•Título, debe incluir: a) el nombre del artículo, b) nombre completo del autor o de los autores ubicados en la parte inferior del nombre del artículo con pie de página en el cual se describa la profesión, cargo, institución a la que pertenece el autor y el correo electrónico de cada uno.
•Resumen, debe ser de un solo párrafo, corto y conciso (máximo 100 palabras).
•Palabras clave, serán de 3 a 5 representarán los principales ideas del artículo.
•"Abstract", traducción al inglés del resumen.
•Keywords, traducción al inglés de las palabras clave.
•Introducción, debe incluir el propósito, la importancia y conocimiento actual del tema.
•Metodología, métodos empleados para la elaboración del artículo.
•Contenido, se detallan los resultados de la información en texto, tablas y figuras.
•Conclusiones, se debe destacar los métodos principales, datos sobresalientes y contribución más importante del artículo.
•Anexos, se incluyen los instrumentos que se usaron en la investigación.
•Referencias, debe incluir todas las publicaciones referidas en el texto. No se deben incluir reportes no publicados u otro tipo de información que no es posible obtener, se colocan al final de cada artículo organizado en orden alfabético con viñetas y a espacio mínimo, según normas APA versión 6.

Procedimiento editorial

El artículo debe ser entregado mediante oficio dirigido al Economista Diego Proaño Director/Editor OBEST y enviado al correo electrónico del Observatorio, posteriormente pasa a los evaluadores internos y externos encargados de la revisión y emisión de los cambios respectivos, que deben ser realizados por el autor. Cuando la investigación haya sido corregida será entregada en forma física y digital al Editor, para que el Consejo Editorial decida los artículos que serán publicados.

OBEST
OBSERVATORIO ECONÓMICO Y SOCIAL DE TUNGURAHUA
"Contribuyendo al desarrollo local y provincial."

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Publicación Trimestral
BOLETÍN DE COYUNTURA
Diciembre 2016
Número 11
ISSN 2528-7931

OBSERVATORIO ECONÓMICO Y SOCIAL DE TUNGURAHUA
Dirección: Universidad Técnica de Ambato, campus Huachi, Av. Los Chasquis y Río Payamino.
Facultad de Contabilidad y Auditoría (subsuelo)
Teléfonos: (593) 03-2848487 ext.102
Fax: (593) 03-2844362 ext. 111
e- mail: obeconomico@uta.edu.ec
blog: http://blogs.cedia.org.ec/obest/

www.uta.edu.ec