



**UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE CUENCA**  
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

## **UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN.**

### **CARRERA DE INGENIERIA EMPRESARIAL.**

Diseño del proyecto de inversión y gerenciamiento de un Centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia de la Ciudad de Azogues: “La Esperanza”.

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
INGENIERA EMPRESARIAL.**

**NOMBRE DEL ESTUDIANTE:**

Tannya Margarita Peralta Fernández

**Director:**

Ing. Jorge Ormaza Andrade. MBA

**Año:**

2019

## **DECLARACIÓN**

Yo, Tannya Margarita Peralta Fernández, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

---

Tannya Margarita Peralta Fernández

## **CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Tannya Margarita Peralta Fernández,  
bajo mi supervisión.

---

Ing. Jorge Ormaza Andrade. MBA

DOCENTE TUTOR

UNIVERSIDAD CATOLICA DE CUENCA

## **DEDICATORIA**

*Para ti, hoy, mañana y siempre que estas en el cielo*

*mi Angelito Hermoso.*

Dedico este trabajo y mi futura profesión a Dios, y a mi ángel, mi inspiración, mi héroe, mi confidente que hoy se encuentra en el cielo, mi abuelito Enrique René Peralta, quien desde muy pequeña me inculco los valores de sencillez, honestidad, trabajo y constancia y que hoy salen a flote, muestra de ello es que hoy obtengo mi título de Ingeniera Empresarial, fuiste y eres todo lo que una persona desearía tener; papito René, con todas las dificultades que tuviste en el camino de tu vida me has enseñado que la caída sirve para levantarse con fuerza y vencer los obstáculos, te extraño y te extrañare papito René, sé que desde el cielo estarás disfrutando de mis triunfos, viejito de mi corazón.

## **AGRADECIMIENTO**

En primera instancia se lo agradezco a Dios, el forjador de mi vida, a mi abuelito René Peralta quien desde el cielo guía mi camino, quiero también exaltar mi especial agradecimiento a mi padre Walter René Peralta Sigüencia; con mucho amor y cariño, les dedico todo mi esfuerzo en reconocimiento al sacrificio puesto para que yo pueda estudiar, se merecen esto y mucho más; a mi madre Betty Rosario Fernández Vascones, a Esthela , a mis hermanos Junior y Betty, mi enamorado Edwin León, a mis tíos Susana y Patricio, por ser mis constantes e incondicionales guías. A todos ustedes con amor.

Deseo también expresar mi gratitud al asesor de este trabajo de titulación, Ing. Jorge Ormaza Andrade, catedrático de la Universidad Católica de Cuenca, quien con su empeño, experiencia y capacidad ha hecho posible la realización de este trabajo, dotándome de seriedad, responsabilidad y rigor académico. Así mismo agradezco a la Universidad Católica de Cuenca sede Azogues, a cada uno de los catedráticos, formadores de conocimientos; al Ing. Juan Solís Muñoz, Docente de esta prestigiosa Universidad, por su paciencia y aporte de conocimientos previos a la realización de este trabajo.

Finalmente agradezco a toda mi familia y amigos.

# INDICE DE CONTENIDOS

<b>1. CAPÍTULO I. PERSPECTIVAS TEÓRICAS</b> .....	<b>1</b>
1.1. TEORÍA DE MODELO DE NEGOCIOS .....	1
1.2. LA INNOVACIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIO .....	2
1.3. TEORÍA DE MODELO DE EMPRENDIMIENTO .....	2
1.4. TEORÍA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA .....	3
1.5. TEORÍA SOBRE LAS MUJERES EN LA SOCIEDAD .....	5
1.5.1. <i>Violencia contra la mujer</i> .....	5
1.5.2. <i>Poder y dominio contra la mujer</i> .....	6
1.5.3. <i>Igualdad de género</i> .....	6
1.5.4. <i>Madres solteras</i> .....	7
1.5.5. <i>Emociones que percibe una mujer como madre soltera</i> .....	8
1.6. APOYO SOCIAL .....	8
1.7. TEORÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	8
1.8. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	10
1.9. SERVICIO .....	10
1.10. MODELO ESTRATÉGICO PARA IMPLEMENTAR UNA CULTURA DEL SERVICIO AL CLIENTE .....	11
1.11. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS .....	12
1.12. DEMANDA .....	12
1.12.1. <i>Demanda a partir de fuentes secundarias</i> .....	13
1.12.2. <i>Demanda a partir de fuentes primarias</i> .....	13
1.13. OFERTA .....	14
1.14. DEMANDA POTENCIALMENTE INSATISFECHA .....	14
1.15. PRECIOS .....	15
1.16. COMERCIALIZACIÓN .....	15
1.17. ESTRATEGIAS DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO .....	16
1.18. TEORÍA EN BASE A LA ORGANIZACIÓN Y MARCO LEGAL .....	16
1.19. LA RESPONSABILIDAD .....	17
1.20. TEORÍA SOBRE EL ESTUDIO TÉCNICO .....	18
1.21. TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA .....	18
1.22. INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	19
1.23. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	19
1.24. TEORÍA EN BASE A LA ESTRUCTURA ECONÓMICA Y FINANCIERA .....	20
1.25. INVERSIONES .....	20
1.26. INVERSIÓN INICIAL .....	20
1.27. DEPRECIACIÓN .....	21
1.28. AMORTIZACIÓN .....	21

1.29.	COSTOS .....	21
1.30.	GASTOS OPERATIVOS .....	22
1.31.	CAPITAL DE TRABAJO .....	22
1.32.	FINANCIAMIENTO.....	23
1.33.	ESTADO DE RESULTADOS.....	23
1.34.	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA .....	23
1.35.	TEORÍA DE LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS .....	24
1.36.	TEORÍA DE GERENCIAMIENTO .....	24
<b>2.</b>	<b>CAPÍTULO II. ENFOQUE METODOLÓGICO .....</b>	<b>26</b>
2.1.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	26
2.2.	ANTECEDENTES .....	27
2.3.	JUSTIFICACIÓN .....	27
2.4.	PREGUNTAS INICIALES DEL INVESTIGADOR.....	28
2.5.	OBJETIVO GENERAL.....	28
2.6.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	28
2.7.	RESUMEN EJECUTIVO .....	29
	<i>2.7.1. Argumentación teórica</i> .....	29
	<i>2.7.2. Viabilidad metodológica de modelo de negocios</i> .....	29
	<i>2.7.3. Conclusiones</i> .....	29
2.8.	MARCO TEÓRICO.....	30
	<i>2.8.1. Modelos de negocio</i> .....	30
	<i>2.8.2. Importancia de un modelo de negocio</i> .....	32
	<i>2.8.3. Mujeres</i> .....	37
	<i>2.8.4. Problemas emocionales que enfrenta una mujer como jefa de familia</i> .....	38
2.9.	ENFOQUE METODOLÓGICO .....	39
2.10.	MARCO ADMINISTRATIVO .....	44
	<i>2.10.1. Presupuesto</i> .....	44
2.11.	CRONOGRAMA .....	44
2.12.	OPINIÓN DE EXPERTOS .....	45
<b>3.</b>	<b>CAPÍTULO III. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA DE UN CENTRO DE APOYO PSICOTERAPÉUTICO SOCIAL PARA MUJERES, JEFAS DE FAMILIA DE LA CIUDAD DE AZOGUES: “LA ESPERANZA” .....</b>	<b>46</b>
	INTRODUCCIÓN .....	46
	ANTECEDENTES .....	48
	JUSTIFICACIÓN .....	49
3.1.	IDEA EMPRESARIAL Y ALCANCE .....	50
3.2.	DENOMINACIÓN .....	50

3.3.	DESARROLLO DE LA MISIÓN Y VISIÓN .....	51
3.3.1.	<i>Misión</i> .....	51
3.3.2.	<i>Visión</i> .....	51
3.4.	OBJETIVOS .....	51
3.4.1.	<i>Objetivo general</i> .....	51
3.4.2.	<i>Objetivos específicos</i> .....	52
3.5.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA DEL MODELO DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE APOYO PSICOTERAPÉUTICO SOCIAL PARA MUJERES, JEFAS DE FAMILIA DE LA CIUDAD DE AZOGUES “LA ESPERANZA”.....	52
3.5.1.	<i>Requerimientos a satisfacer del servicio</i> .....	52
3.5.2.	<i>Mercado objetivo</i> .....	53
3.5.3.	<i>Ventajas competitivas y/o ventajas comparativas</i> .....	53
3.6.	ESTUDIO DEL MERCADO .....	54
3.6.1.	<i>Objetivos</i> .....	55
3.6.2.	<i>Definición del producto (bien o servicio)</i> .....	55
3.6.3.	<i>Análisis de la demanda y la oferta</i> .....	55
3.6.3.1.	<i>Demanda</i> .....	55
3.6.3.2.	<i>Oferta</i> .....	58
3.6.3.3.	<i>Demanda potencial insatisfecha</i> .....	59
3.6.4.	<i>Precios</i> .....	60
3.6.5.	<i>Comercialización</i> .....	60
3.6.6.	<i>Estrategias de introducción al mercado</i> .....	60
3.7.1.	<i>Objetivos</i> .....	62
3.7.2.	<i>Localización optima</i> .....	62
3.7.3.	<i>Tamaño óptimo</i> .....	65
3.7.4.	<i>Factores que determina el tamaño</i> .....	65
3.7.4.1.	<i>Tamaño y Mercado</i> .....	65
3.7.4.2.	<i>Tamaño y aprovisionamiento de productos y servicios</i> .....	66
3.7.4.3.	<i>Tamaño y Financiamiento</i> .....	66
3.7.5.	<i>Ingeniería del proyecto</i> .....	67
3.7.5.1.	<i>Prestación del servicio</i> .....	67
3.7.5.2.	<i>Proceso de la prestación del servicio del Centro de apoyo psicoterapéutico social “La Esperanza”</i> .....	68
3.7.5.4.	<i>Distribución interna(layout)</i> .....	70
3.7.5.5.	<i>Análisis de la estructura Organizacional</i> .....	72
3.7.5.5.1.	<i>Organigrama funcional</i> .....	72
3.7.5.6.	<i>Marco legal y factores legales relevantes</i> .....	74
3.8.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO .....	76
3.8.1.	<i>Objetivos</i> .....	76

3.8.2.	<i>Inversiones y capital de trabajo del negocio en marcha</i> .....	76
3.8.3.	<i>Inversión total</i> .....	77
3.8.4.	<i>Análisis de gastos (egresos)</i> .....	78
3.8.5.	<i>Estructura del financiamiento</i> .....	82
3.8.6.	<i>Gastos fijos y gastos variables</i> .....	83
3.8.7.	<i>Balance general</i> .....	83
3.8.8.	<i>Estado de resultados</i> .....	84
3.8.9.	<i>Flujo de caja</i> .....	85
3.9.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	86
4.	CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	88
4.1.	CONCLUSIONES.....	88
4.2.	RECOMENDACIONES.....	89
5.	REFERENCIAS.....	90

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	40
TABLA 2. MATRIZ DE PERTINENCIA Y RELEVANCIA .....	41
TABLA 3. PERFIL O GRAN VISIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS .....	42
TABLA 4. CRONOGRAMA .....	44
TABLA 5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	57
TABLA 6. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ANUAL .....	57
TABLA 7. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA .....	59
TABLA 8. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LA DEMANDA DEL MERCADO .....	65
TABLA 9. INVERSIÓN INICIAL .....	76
TABLA 10. CAPITAL DEL TRABAJO .....	77
TABLA 11. INVERSIÓN .....	77
TABLA 12. PRESUPUESTO DE EGRESOS.....	81
TABLA 13. AMORTIZACIÓN.....	83
TABLA 14. GASTOS FIJOS Y GASTOS VARIABLES .....	83
TABLA 15. BALANCE GENERAL .....	84
TABLA 16. ESTADO DE RESULTADOS.....	84
TABLA 17. FLUJO DE CAJA .....	86
TABLA 18. EVALUACIÓN VAN, TIR .....	87

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. PRESUPUESTO.....	44
CUADRO 2. CÁLCULO DE LA MUESTRA .....	56
CUADRO 3. FACTORES QUE DETERMINAN LA LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA .....	62
CUADRO 4. REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO .....	70
CUADRO 5. EQUIPOS DE OFICINA Y ENSERES.....	70
CUADRO 6. GASTOS, SERVICIOS BÁSICOS.....	78
CUADRO 7. GASTOS DE PUBLICIDAD.....	78
CUADRO 8. REMUNERACIONES.....	79
CUADRO 9. DEPRECIACIÓN .....	79
CUADRO 10. GASTOS DE PERMISOS .....	80
CUADRO 11. GASTOS, ÚTILES DE OFICINA.....	80
CUADRO 12. GASTOS, ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA.....	80
CUADRO 13. OTROS GASTOS .....	81
CUADRO 14. GASTO DE INTERÉS DEL PRÉSTAMO .....	81
CUADRO 15. EDAD DEL ENCUESTADO.....	101
CUADRO 16. ESTADO CIVIL DEL ENCUESTADO.....	101
CUADRO 17. A CARGO DEL HOGAR .....	102
CUADRO 18. MOTIVO POR EL QUE SE ENCUENTRA A CARGO DEL HOGAR .....	103
CUADRO 19. PRESENCIA DE MALTRATOS.....	103
CUADRO 20. NÚMERO DE HIJOS .....	104
CUADRO 21. FACTORES QUE LA AFECTAN .....	105
CUADRO 22. ASISTENCIA A AYUDA PROFESIONAL .....	106
CUADRO 23. ACEPTACIÓN DE ASISTENCIA AL CENTRO DE APOYO .....	107
CUADRO 24. DISPOSICIÓN DE PAGO .....	108
CUADRO 25. DÍAS DE ATENCIÓN .....	108
CUADRO 26. HORARIOS DE ATENCIÓN.....	109
CUADRO 27. TEMAS A TRATAR .....	110

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. ESLOGAN DEL SERVICIO .....	51
GRÁFICO 2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ANUAL .....	58
GRÁFICO 3. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	59
GRÁFICO 4. UBICACIÓN DEL CENTRO DE APOYO PSICOTERAPÉUTICO SOCIAL PARA MUJERES DE LA CIUDAD DE AZOGUES “LA ESPERANZA” .....	64
GRÁFICO 5. TAMAÑO DEL PROYECTO .....	66
GRÁFICO 6. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS DEL SERVICIO .....	69
GRÁFICO 7. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA .....	71
GRÁFICO 8. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	72
GRÁFICO 9. EDAD DEL ENCUESTADO .....	101
GRÁFICO 10. ESTADO CIVIL DEL ENCUESTADO .....	102
GRÁFICO 11. A CARGO DEL HOGAR.....	102
GRÁFICO 12. MOTIVO POR EL QUE SE ENCUENTRA A CARGO DEL HOGAR .....	103
GRÁFICO 13. PRESENCIA DE MALTRATOS .....	104
GRÁFICO 14. NÚMERO DE HIJOS.....	105
GRÁFICO 15. FACTORES QUE LA AFECTAN .....	105
GRÁFICO 16. ASISTENCIA A AYUDA PROFESIONAL .....	107
GRÁFICO 17. ACEPTACIÓN DE ASISTENCIA AL CENTRO DE APOYO.....	107
GRÁFICO 18. DISPOSICIÓN DE PAGO .....	108
GRÁFICO 19. DÍAS DE ATENCIÓN.....	109
GRÁFICO 20. HORARIOS DE ATENCIÓN .....	109
GRÁFICO 21. TEMAS A TRATAR.....	110

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. PROYECCIÓN CANTONAL DEL ECUADOR, 2010-2020 .....	95
ANEXO 2. ACEPTACIÓN DE PRECIO A PAGAR POR EL SERVICIO .....	96
ANEXO 3. ENCUESTA .....	97
ANEXO 4. TABULACIONES DE LAS ENCUESTAS .....	101

## RESUMEN

El presente trabajo de titulación de enfoque cuantitativo y de tipo exploratorio y descriptivo resuelve la situación problemática del entorno: *¿La aplicación de un centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia de la ciudad de Azogues, como un modelo de negocio con mira a la identificación y tratamiento de los problemas emocionales y psicológicos que perciben en el entorno familiar, laboral y externo?* Y constituye la salida idónea a la investigación formativa de la carrera de Ingeniería Empresarial. En el capítulo I se explora las teorías que soportan las características del entorno, de la unidad de análisis. En este apartado se encuentran las siguientes teorías de bases científicas digitales como Redalyc org. Tylor & Francis, Scopus, etc., teoría de modelo de negocios, la innovación de un modelo de negocio, teoría de modelo de emprendimiento, teoría de la economía popular y solidaria, teoría sobre las mujeres en la sociedad, violencia contra la mujer, poder y dominio contra la mujer, igualdad de género, madres solteras, emociones que percibe una mujer como madre soltera, apoyo social, teoría de la investigación de mercados, importancia de la investigación de mercados, servicio, modelo estratégico para implementar una cultura del servicio al cliente, servicios complementarios, demanda, demanda a partir de fuentes secundarias, demanda a partir de fuentes primarias, oferta, demanda potencialmente insatisfecha, precios, comercialización, estrategias de introducción al mercado, teoría en base a la organización y marco legal, la responsabilidad, teoría sobre el estudio técnico, tamaño óptimo de la planta, ingeniería del proyecto, estructura organizacional, teoría en base a la estructura económica y financiera, inversiones, inversión inicial, depreciación, amortización, costos, gastos operativos, capital de trabajo, financiamiento, estado de resultados, estado de situación financiera, teoría de la evaluación de proyectos, teoría de gerenciamiento.

En el capítulo II se describe el encuadre metodológico que responde al método científico. Se va desde lo general a lo particular. Es decir, desde los planos teóricos, el problema de investigación, los protocolos normativos a la realidad concreta. Se retroalimentan los hallazgos y se retorna a la fuente primaria que es el conocimiento acumulado. Constan también las técnicas y los instrumentos que permitirán obtener los datos de la investigación de campo, procesarlos y realizar el análisis diferencial. En el capítulo III el lector encontrará la propuesta del diseño del modelo de negocios y el gerenciamiento a nivel estratégico.

**Palabras clave:** *investigación, mujeres, datos, entorno, problemas, emociones, sociedad, igualdad.*

## ABSTRACT

This paper titling quantitative approach and exploratory and descriptive solves the problematic situation of the environment: *Does the application of a Center for psychotherapeutic social support for women heads of households in the city of Azogues, as a business model looks identification and treatment of emotional and psychological problems perceived in the family, work and external environment?* And is the ideal solution to the formative research career Enterprise Engineering. Chapter I theories supporting environmental characteristics, the analysis unit is scanned. In this section are the following theories of digital scientific basis as Redalyc org. Tylor & Francis, Scopus, etc., theory of business model innovation business model, theory model of entrepreneurship, theory of popular and solidarity economy, theory of women in society, violence against women, power and domination against women, equal gender, single mothers, emotions perceive a woman as a single mother, social support theory of market research, the importance of market research, service, strategic model to implement a culture of customer service, additional services, demand, demand from secondary sources, demand from primary sources, offer potentially unmet demand, pricing, marketing, market introduction strategies, theory based on the organization and legal framework, responsibility, theory of the technical study, optimal size of the plant, project engineering, organizational structure, theory based on the economic and financial structure, investment, initial investment, depreciation, amortization, costs, operating expenses, working capital, financing, income statement, statement of financial position financial, theory of project evaluation, management theory.

Chapter II methodological framework that responds to the scientific method is described. It goes from the general to the particular. That is, from the theoretical plans, the research problem, regulatory protocols to concrete reality. the findings are fed back and returned to the primary source is the accumulated knowledge. also consist techniques and instruments that

will get the data from field research, process them and make the differential analysis. In Chapter III the reader will find the proposed business model design and management at the strategic level.

**Keywords: research, women, information, environment, problems, emotions, society, equality.**

## **1. Capítulo I. Perspectivas teóricas**

### **1.1. Teoría de modelo de negocios**

En mucho tiempo quizá desde fines de los años cuarenta o comienzo de los cincuenta, no han existido tantas nuevas técnicas gerenciales como las que hoy existen: la reducción empresarial, la fuente de provisión externa, la gestión de calidad total, el análisis del valor económico, la reestructuración. Cada una constituye una herramienta poderosa, pero con las excepciones de la provisión externa y la reestructuración, estas herramientas están destinadas a hacer de una manera diferente lo que ya se está haciendo. Estas son herramientas operativas sobre “cómo hacer algo”.

Sin embargo, “que hacer” está llegando a ser el desafío cada vez más importante que enfrentan las gerencias, especialmente las gerencias de las grandes compañías que han disfrutado de un éxito a largo plazo.

La causa de origen de casi todas estas crisis no es que las cosas se hagan de manera diferente o indebida, en realidad en la mayoría de los casos se hacen las cosas correctas, pero improductivamente. Las suposiciones sobre las cuales ha desarrollado y manejado la organización ya no concuerdan con la realidad, estas son las suposiciones que determinan la conducta de toda organización, dictan sus decisiones sobre qué hacer y qué no hacer y definen lo que la organización considera resultados significativos. Estas suposiciones conciernen a los mercados, a la identificación de los clientes, a sus valores y su conducta, a las ventajas y desventajas de una compañía.

Un modelo de negocio efectivo implica combinaciones únicas de recursos y capacidades que resultan en una mayor creación de valor, produciendo retornos superiores a la empresa. (Cervilla & Puente, 2013).

Algunas negociaciones parecen necesitar un sencillo sí o no, otras involucran múltiples temas o más de dos negociadores, que pueden hablar en nombre propio o estar representando un cliente, existen negociaciones que exigen mucha creatividad para ensamblar las necesidades subyacentes de los negociadores a fin de crear soluciones innovadoras, otras necesitan objetividad o legitimidad.

Para que un negociador este bien preparado necesita tiempo, energía y esfuerzo. Debe saber asignar prioridades a sus esfuerzos y tomar buenas decisiones sobre la forma de invertir su tiempo. (Leon Romero, 2008).

### **1.2. La innovación de un modelo de negocio**

De otra forma se puede mencionar también la innovación de un modelo de negocio este se da a través de los rápidos avances en tecnologías de la información y la comunicación, estas han permitido a las empresas cambiar fundamentalmente la forma en que se hacen negocios, es decir, la forma en que se organizan y llevan a cabo intercambios y actividades con relación a los clientes, proveedores, socios y otros interesados. (Zott & Amit, 2009).

### **1.3. Teoría de modelo de emprendimiento**

El emprendedor se identifica porque es capaz de hacer algo novedoso, de dar uso a algo que ya existe y así participar en la transformación de su propia vida y la de su entorno, tiene la capacidad de generar ideas, adaptarlas, proponer diversas alternativas y ver en un problema una oportunidad. (Duarte & Ruiz, 2009).

(Schumpeter, 2010) Aborda el concepto de emprendimiento, ya que este se encuentra en función fundamental del emprendedor quien debe escuchar el mercado y sus necesidades y guiarse por las mismas ya que detectando las necesidades existentes da el origen de una nueva idea mejorada, con valor agregado.

Si bien es cierto que este proceso inicia con una idea de negocios, también vale la pena tener en cuenta que el emprendedor potencial identifica oportunidades, aunado al conocimiento, habilidades y destrezas que lo impulsan a llevar a cabo sus intenciones iniciales. Proceso llevado a cabo por un individuo para crear algo nuevo que agregue valor, asignado el tiempo y el esfuerzo necesarios, asumiendo los riesgos financieros, sociales y psicológicos asociados, y recibiendo la recompensa resultante en términos monetarios, de satisfacción personal y de independencia. (Cervilla & Puente, 2013).

Dentro del emprendimiento observamos elementos esenciales como trabajo, producción, tierra, mano de obra, estos son relevantes tanto para la creación de empresa como para la sostenibilidad de las mismas, así como la participación en la economía de los empresarios y personas de negocios. En la búsqueda de capital el emprendedor debe estar consciente que existen varias oportunidades para buscar el mismo, ya sea a través de una capital semilla de familiares o amigos, de igual forma se puede dar la obtención de capital a través de capitales de riesgo o inversiones que buscan este tipo de proyectos para colocar su capital como su experiencia y conocimiento. El emprendedor al buscar este tipo de capital y el desarrollo de su proyecto de negocio muestran abiertamente una actitud en busca de la independencia y por lo tanto satisfacción y logro personal. (McClelland, 2010)

#### **1.4. Teoría de la economía popular y solidaria**

(Askunze, 2013), menciona que: se han reconocido como parte de esa otra forma de entender y hacer economía desde criterios relacionados con la justicia social, así como la contraposición con las desigualdades y el conjunto de consecuencias nocivas producidas por el funcionamiento del sistema capitalista.

Es importante indicar que, en varios países de América Latina, también se utiliza el término de Economía Popular y Solidaria para referirse al tema en mención. Bertucci y

Marinho afirman que precisamente es con Caritas de Brasil que nace la utilización de este término, entendida como iniciativas populares de generación de trabajo y renta, basadas en la libre asociación de trabajadores y en los principios de autogestión y cooperación. Es así que la Economía Popular y Solidaria no es una economía individual o individualista sino una economía colectiva, asociativa, una economía hecha por y para grupos humanos. La organización colectiva es quizá, la condición más grande e importante. (Ochoa, 2011). El nuevo sistema económico tiene como centro y fin al ser humano, privilegia el mundo del trabajo por sobre el capital y persigue el cambio de la matriz productiva. (Torres, Fierro, & Alonso, 2017).

(Singer, 2002), afirma que la economía solidaria solo se convertirá en una propuesta creíble si logra demostrar su efectividad en el seno del mercado convencional. En este caso que algún tipo de ventaja o protección institucional sea justificable y de inicio necesario, es así que las empresas deben superar esa fase y ser capaces de mantenerse por la calidad y eficiencia de sus servicios, sin embargo, el concepto de eficiencia no debe limitarse a la simple condición económica o la economía solidaria no se convertirá en la alternativa que anhela, por lo que necesita avanzar hacia otros tipos de eficiencia, como la social y la eco eficiencia, garantizando inclusión social y preservación ambiental. (Luzio, Viera, & Benison, 2013).

Lo que realmente impacta de la Economía Popular y Solidaria es que está pensada por y para los sectores populares, que a diferencia de los modelos liberales buscan garantizar la utilización de su propia fuerza de trabajo, como de los recursos disponibles, la satisfacción de las necesidades básicas a nivel material como inmaterial.

La economía sigue siendo economía como actividad humana, el cómo se hace esa actividad humana está marcada por el concepto de persona y sociedad que esté detrás. La

economía es un ámbito de las relaciones humanas, “Economía solidaria”, define primero el estilo de las relaciones humanas y por extensión el modelo en el ámbito de la economía. La economía solidaria es el resultado de las relaciones económicas de hombres y mujeres “solidarios”. La economía solidaria y las diversas instituciones económicas que la fundamentan no son el resultado de análisis académicos, ni de mandatos políticos, es el resultado y praxis de quienes han aprendido a ser solidarios y a cambiar sus proyectos de vida y direccionarnos desde la luz de quien enseñó la parábola del Buen Samaritano para inaugurar la “nueva sociedad de prójimos”. Es “popular” porque está a favor del pobre, porque opta por el pobre y es “solidaria” porque se inscribe en el camino del aprendizaje del mandamiento del “amor”.

Esto no da pie para que se pueda entender a la economía solidaria como una versión moderna de la “ayuda caritativa”; todo lo contrario, la economía solidaria se fundamenta en la “racionalidad”, pero no para beneficio individual en base a la divinización de la propiedad, sino para beneficio colectivo en base al valor de la “comunidad” como lugar donde se desarrolla la vida y se dan las relaciones humanas. (Herran, 2013).

## **1.5. Teoría sobre las mujeres en la sociedad**

### **1.5.1. Violencia contra la mujer**

Cuando hablamos de malos tratos, nos encontramos generalmente con diversidad de criterios sobre el propio concepto de maltrato de acuerdo con variables espaciales, temporales y culturales llegándose a veces a que un mismo caso pueda ser considerado como tal función de las personas que lo detectan, los malos tratos hacia la mujer con los que se producen en el ámbito familiar o doméstico, privado por tanto, y en el contexto del propio domicilio, por parte de un agresor que tiene un vínculo afectivo con la mujer (marido, compañero, padre, hermano o hijo). (del Mar Torres, 2017).

### **1.5.2. Poder y dominio contra la mujer**

La honestidad femenina se calificaba con su conducta sexual y era censurable que las mujeres salieran a la calle por las noches, durante el día el que las mujeres se sentaran en la puerta de su casa o frecuentaran peluquerías era motivo de escándalo y murmuraciones y para quienes mostraran estas conductas no había defensa en caso de violación. El discurso de la iglesia asociaba el castigo físico a la purificación y es posible que ello haya sido interiorizado por algunos hombres y mujeres, ellos para ejercerlo y ella para soportarlo.

Sin embargo, el pensamiento positivista participó directamente a través de los discursos de la construcción de las identidades femeninas y masculinas destinando a las mujeres las actividades de madres, esposas y educadoras dentro del hogar. Antiguamente se consideraba que las mujeres tenían solo capacidad para realizar actividades propias de su sexo, dejando a los varones los papeles activos; sin duda la situación ha evolucionado y el trato que recibe la mujer hoy, en pleno siglo XXI, difiere mucho del que se le daba antiguamente, No obstante, no cabe duda y es necesario señalar que no en todas partes del mundo estos cambios han tenido la misma repercusión. (del Mar Torres, 2017).

### **1.5.3. Igualdad de género**

Según (Lopez, 2001), las diferencias de género se muestran en todos los factores de la vida. Sabemos, por la psicología diferencia, que desde la más temprana infancia los adultos diferencian a niños y niñas y nombran sus sentimientos de diferente modo. El llanto de un bebé, cuando no existen signos externos que nos permitan afirmar que pertenece a un sexo u otro, será interpretado por los adultos desde sus propias expectativas de genero según se les diga que es una niña “llora porque esta triste” o un niño “llora porque está enfadado”. Así las emociones tendrán género, serán nombradas de un diferente modo para unos y otros, al igual que las respuestas que dan los adultos que nos educan en unas y otras emociones.

De este modo, en los niños se fomentará la agresividad, la actividad, la trasgresión y la fuerza, en las niñas la obediencia, la pasividad, la ternura y el acatamiento de la ley. La diferencia entre los géneros comporta distintos modos de expresión del malestar, que vuelven a reproducir las formas de apropiación de la identidad de género. Así, la mujer un transformacional, el maltratador deberá ir convirtiéndola previamente en objeto, el hombre, así caracterizado, cuando posee a la mujer en un objeto que busca, para recuperar la ilusión narcisista de sí, se dedicara a aislarla de otros, (las mujeres se quejan de que el marido les prohíbe salir, que sus únicas relaciones han quedado reducidas a sus hijos y a su marido, que este odia a la familia de la esposa y a conseguido que mantenga pocas relaciones con ella), a de subjetivarla, a moldearla de acuerdo a los rasgos que desea para su objeto siguiendo un proceso largo y doloroso para ella. (Lopez, 2001).

#### **1.5.4. Madres solteras**

Se denomina madres solteras a las mujeres que dan a luz fuera del matrimonio, sea por decisión propia o porque así se dieron las circunstancias. En la mayoría de las sociedades el porcentaje de mujeres en esta condición ha ido en aumento en todos los estratos socioeconómicos. (Ceballos, 2011).

(Soule 1972), clasifica a las madres solteras en tres perfiles psicológicos: el célibe, la débil y la pobre. La madre soltera célibe es la que prefiere no correr el riesgo de algún tipo de ser dominada por causa de un hijo, a menudo es independiente financiera y moralmente, por lo que prescindiendo de cualquier hombre cría sola a su hijo. La madre soltera débil es la que busca relacionarse con otra persona de forma duradera e idealmente llegar al matrimonio; procura la estabilidad moral, psicológica, social y material. La madre soltera pobre es la que padece profundas carencias afectivas y emocionales, es frecuente que llegue a tener, más hijos en circunstancias similares, no posee estructura personal, carece de voluntad y socialmente está a merced de todas las influencias.

### **1.5.5. Emociones que percibe una mujer como madre soltera**

Las mujeres al ser madres solteras manifiestan que existe una discriminación y abandono por parte de los familiares y la sociedad. El rechazo de la familia produce un sufrimiento intenso que les abre una herida de la cual nunca se repone al ciento por ciento.

Se perciben imponentes, desamparadas, con gran angustia y desesperación. Muchas veces renuncian a sus sueños e ideales. (Ceballos, 2011).

### **1.6. Apoyo Social**

La importancia del apoyo social justifica el hecho de que en la actualidad sea uno de los ámbitos privilegiados en la aplicación de los resultados de una investigación psicosocial. Se trata de la construcción de sistemas adecuados de apoyo social, fundamentalmente a través de la creación de grupos de apoyo y autoayuda, cuya efectividad como estrategia grupal de intervención ha sido puesta de manifiesto en distintos ámbitos. Sin embargo, la posibilidad de intervención debe ir más allá del ámbito individual o grupal, siendo necesario crear programas que superen dichos niveles.

Es imprescindible crear programas de intervención basados en la comunidad, programas que traten de optimizar el acceso a los recursos necesarios para combatir las consecuencias negativas de las condiciones de vida. Pero además es necesario abogar por programas que incrementen dichos recursos, aún a riesgo de hacer referencia así a procesos de intervención y cambio social.

Programas, en definitiva, que ayuden a generar los recursos materiales y a mejorar las condiciones de vida que, en última instancia, son responsables del deterioro. (López & Sánchez, 2001).

### **1.7. Teoría de la investigación de mercados**

La investigación de mercados es la relación que existe entre el consumidor, el cliente y el público con el cual se comercializa a través de la información, dicha información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing.

Actualmente muchas compañías proporcionan estudios de mercado de diferentes tipologías y el portafolio se puede concentrar en dos grandes grupos, estudios cuantitativos y estudios cualitativos. Los estudios cuantitativos están destinados a caracterizar fenómenos estudiados en los mercados y su interacción cuantificándolos, estos estudios buscan cuantificar, medir, ponderar. Los estudios cualitativos se resumen, como estudios exploratorios que buscan entender los fenómenos y los interpretan colocando argumentos como ¿Por qué? ¿De qué forma? ¿Como? Así estos estudios pretenden entender y decodificar las razones que llevan a los individuos a sostener determinadas opiniones y comportamientos.

En el área cualitativa, frente a las circunstancias actuales del mercado, la apuesta se reitera en el desarrollo continuo de nuevas e innovadoras soluciones para el mercado. Así se proporciona estudios de evaluación de la satisfacción del cliente, estudios de posicionamiento y desarrollo de nuevo productos o marcas, estudios de interpretación de hábitos, actitudes y opiniones de los consumidores, estudios de valoración de la imagen corporativa, entre otros. (Patinha, 2017).

La investigación de mercados es el enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y el suministro de información para el proceso de la toma de decisiones por parte de la gerencia de mercado. (Kinnear & Taylor, 2000).

Las mayores oportunidades y riesgos, así como los factores de diferenciación, provienen de las fuerzas externas que la organización no controla, pero que, sin embargo, se puede aprovechar. Especialmente hay que ser visionarios, permitiendo también que los factores

tecnológicos nos ayuden a seleccionar información relevante crítica para el negocio, siguiendo así un desarrollo equilibrado. (Patinha, 2017).

### Información previa y pronósticos

La información previa y los pronósticos de las tendencias relativas a ventas, participación en el mercado, rentabilidad, tecnología, población, demografía y estilo de vida, pueden ayudar al investigador a entender lo que subyace al problema de investigación de mercados. La información previa y los pronósticos pueden ser útiles para descubrir oportunidades y problemas potenciales. (Malhotra, 2008).

### **1.8. Importancia de la investigación de mercados**

La decisión de llevar a cabo una investigación de mercado debe sustentarse en consideraciones como la comparación entre costos y beneficios, los recursos con los que se cuenta para realizar la investigación y para llevar a la práctica sus hallazgos, así como la actitud y disposición de la administración para su realización. (Malhotra, 2008).

Es primordial que en una parte de la investigación se analice detenidamente a la competencia, identificando quienes son los que tienen un mejor posicionamiento dentro del mercado meta y poder determinar cuáles son las ventajas y desventajas de los mismos sobre la empresa a analizar, para ver en qué áreas se puede mejorar y conseguir ser el líder en el mercado. (Salazar, Aceves, & Valdez, 2010).

### **1.9. Servicio**

Las organizaciones están compuestas de seres humanos quienes generan y practican una cultura donde se manejan mitos, creencias, leyendas y hábitos que influyen de una u otra forma el estilo gerencial. Al hablar de cultura de servicio, se debe reflejar al interior y

exterior de la organización, elementos como: comunicación asertiva, respeto a la persona y a la diferencia, transparencia en el actuar.

Sin embargo, algunas organizaciones tienen estructura de servicio y no cultura de servicio, ya que se quedan en la superficialidad de una buena atención y no se trasciende a la vivienda y al placer de servir.

En la actualidad el servicio está enmarcado en atraer, conquistar y mantener la fidelidad del usuario, resultado de la gestión administrativa de las relaciones con el cliente donde se satisfagan las necesidades. La prestación del servicio requiere de recursos materiales, técnicos, financieros y lo más importante de todo el ser humano, quien pone su alma en el servir.

#### **1.10. Modelo estratégico para implementar una cultura del servicio al cliente**

Para enfocar el estilo gerencial hacia la cultura del servicio, se requiere identificar en la organización las áreas críticas de éxito que la apunten a satisfacer un cliente. Como la cultura del servicio está ligada con los mitos, creencias, leyendas y hábitos, parte importante de la filosofía se debe interiorizar el cliente como corazón del modelo y proponer un cambio en la pirámide de la estructura organizacional, donde en el nivel más alto se encuentre el cliente, seguido de las divisiones, subgerencias y en la base de la gerencia quien debe gestionar la relación con los usuarios. (Restrepo, Restrepo, & Estrada, 2006).

Desde el punto de vista de los autores (Montoya & Boyero, 2013), establecen que el servicio consiste en el conjunto de vivencias resultado del contacto entre la organización y el cliente, por lo que se considera la mejor manera de generar una relación adecuada, de la cual dependen sus supervivencia y éxito.

Según estos autores de la satisfacción que se brinde a través del servicio deriva que la empresa conserve el cliente y por eso debe entender la importancia esencial de esta práctica. (García, 2016).

Una de las principales inquietudes de toda organización es el tema del servicio al cliente y ello se debe a que constituye un aspecto fundamental para el éxito organizacional, independiente de la actividad comercial desempeñada. En este sentido, el servicio al cliente se convierte en ese elemento diferenciador de la empresa para el logro de una fidelización de sus clientes y para la atracción de unos nuevos. (Montoya Agudelo & Boyero Saavedra, 2013).

### **1.11. Servicios complementarios**

Las innovaciones tecnológicas, principalmente las computadoras y las telecomunicaciones han permitido mejorar los servicios.

Los cambios en la estrategia de las empresas han llevado a multiplicar los puntos de venta y prestación del servicio mediante sucursales, distribuidores o concesiones, aglutinarse en calidad de emprendedores independientes alrededor de la empresa a la cual le prestan sus servicios variados, asociarse con otras empresas en alianzas estratégicas temporales para el mutuo fortalecimiento y también contratación de personal especializado en los servicios para los altos niveles de administración y mercadotecnia. (Saldaña & Cervantes, 2013).

### **1.12. Demanda**

Los conceptos más importantes para la medición de la demanda son los de demanda de mercado y la demanda de la empresa, teniendo en cuenta siempre que en uno de ellos se puede hablar de una previsión y un potencial.

La demanda de mercado para un producto es el volumen total susceptible de ser comprado por un determinado grupo de consumidores, en un área geográfica concreta, para un determinado periodo de tiempo, en un entorno definido de marketing y bajo un programa específico de marketing. (Kotler & Keller, 2006).

La demanda de la empresa vendría definida por la cuota estimada sobre la demanda del mercado en función de distintos grados de esfuerzo de marketing en un determinado momento.

Para un producto-mercado cualquiera, la demanda puede venir definida por el volumen que sería adquirido por un grupo de compradores determinado en un periodo de tiempo dado, bajo las condiciones del entorno y con unos niveles de esfuerzo de marketing decididos por la organización oferente, con la intención de obtener una actitud favorable de los consumidores y/o compradores. (Coca & Villarroel, 2006).

#### **1.12.1. Demanda a partir de fuentes secundarias**

Se denominan fuentes secundarias aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema.

Documentos oficiales del sector, periódicos, revistas especializadas, registros estadísticos y/o aduaneros, estudios e investigaciones, legislación de la materia. (BACA, 2010).

#### **1.12.2. Demanda a partir de fuentes primarias**

Las fuentes primarias de información están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo.

La opinión de los actores del mercado.

Fuentes: consumidores, productores, distribuidores, personal experto que trabaja en la rama.

Métodos de obtención de información: visitas de prospección, encuestas, entrevistas. (BACA, 2010).

### **1.13. Oferta**

Es la capacidad de servicio existente y está relacionado al problema identificado, expresada en la misma unidad de medida que la demanda. (Andia, 2011).

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. (BACA, 2010).

### **1.14. Demanda potencialmente insatisfecha**

Término usado en todo proyecto que engloba los siguientes conceptos:

Demanda no atendida, es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubrirá una porción o la totalidad de la brecha identificada.

Demanda atendida, es aquella donde se brinda el servicio y/o producto a casi la totalidad del mercado, pero se satisface en forma parcial la necesidad identificada, por lo que también representa una demanda insatisfecha. Aquí el proyecto debe presentar un nuevo servicio que incorpore estos requerimientos, por lo tanto, la oferta actual del nuevo servicio sería nula.

De manera que, la demanda insatisfecha, es aquella que incluye unas de las demandas antes mencionadas o su combinación. (Andia, 2011).

### **1.15. Precios**

En las operaciones de fusiones o adquisiciones, tanto el potencial comprador como el vendedor tendrán diferentes percepciones sobre el rango de valores adecuados a las características de la empresa. El comprador que aspira al control de la empresa-objetivo fundara su valoración en un plan de empresa diferenciado, con distintos supuestos operativos y financieros.

En la estrategia de fijación del precio de compraventa y para garantizar el éxito de la operación, debe existir una diferencia entre el precio mínimo por el que el vendedor está dispuesto a vender y el precio máximo por el que el comprador está dispuesto a comprar y así se configura el área de negociación de las partes. (Narváez, 2009).

### **1.16. Comercialización**

(Kotler 1995) afirma que, el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿Cuándo?, ¿dónde?, ¿A quién?, y ¿cómo?, en el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo, a la estrategia geográfica y en el tercero a la definición del público objetivo. Finalmente, hace referencia a la estrategia a seguir para la introducción de producto al mercado.

Comercializar se traduce como el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y en el momento preciso, una mercancía o servicio para que lo clientes que conforman el mercado, lo conozcan y consuman. Si se refiere a un producto es encontrar para él la presentación y el acondicionamiento susceptible de interesar a los futuros compradores, la red más apropiada de distribución y las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal. Un aspecto de vital importancia para la creación de un sistema de comercialización es el conocimiento que se posee sobre el mercado. Para llevar a vías de hecho la comercialización, no basta con tener

buenas intenciones y disposición, es necesario tomar en consideración requisitos previos que aseguren los elementos básicos para poder garantizarla.

En la actividad comercializadora resulta vital conocer las necesidades de los clientes para diseñar el producto o servicio deseado para ellos. La comercialización no depende del deseo, la voluntad o la necesidad del que oferta, requiere de organización y de un personal idóneo y altamente especializado, por lo que es necesaria una continuada superación de los que se encargan de hacerlo. (Diaz, 2014).

### **1.17. Estrategias de introducción al mercado**

Por estrategias de mercado se entiende a la manera de promover la venta de uno o varios productos por cualquier medio posible y ponerlos en disposición de los consumidores, así como también atraer clientes nuevos. (Fisher 2003), deduce que el conjunto de las 4p, se les conoce como la mezcla de la mercadotecnia que no es otra cosa que la oferta completa que la organización hace a sus consumidores, su producto, su precio, su plaza, y su promoción. (Coronado, Cordova, Garcia, Santiago, & Vasquez, 2013).

El comportamiento de un mercado financiero está en gran medida determinado por las estrategias de sus participantes y sus posibilidades de aplicarla, de modo que entender la forma en que estas estrategias interactúan es de gran relevancia para entender la dinámica de los mercados. Existen un sin fin de posibles estrategias que un agente puede usar, desde lo más sofisticado como utilizar herramientas de la inteligencia artificial para indicar cuando comprar o vender, hasta lo más simple, diferentes estrategias irán asociadas con diferentes grados de éxito. (Gordillo, Martinez, & Stephens, 2012).

### **1.18. Teoría en base a la organización y marco legal**

Una organización es un grupo humano que trabaja para lograr un propósito común, es eficaz si se concentra en una única labor. Toda organización se crea de manera consiente y

deliberada y se estructura en función de metas y objetivos que dan sentido a su funcionamiento, para que una organización pueda cumplir el cometido que se propuso es necesario que existan sistemas de actividades, caracterizados por una coordinación consciente y razonables y que el mismo cree expectativas fijas de comportamiento recíproco entre los miembros de la organización.

El conjunto de relaciones entre las actividades de la organización constituye su estructura, la estructura es de carácter relativamente estable en el tiempo, tiene hacia determinados fines. El proceso de fijación de esos fines y el grado de cooperación que le acuerden sus miembros variaran según el tipo de organización.

### **1.19. La responsabilidad**

Las organizaciones al tener la categoría de personas podrán realizar vinculaciones con otras organizaciones dentro del marco que les fijan las leyes, al adquirir personería jurídica, adquiere vida propia independiente de las personas físicas que la integran.

Por eso, un tema no menor es el de la responsabilidad de quienes las integran frente a las personas con las que la organización contrata. Con el tema de la personería se da seguridad jurídica a las transacciones que se realizan entre organización y entre miembros de la misma organización, de esta manera en caso de incumplimiento de una obligación o por cualquier otra circunstancia es la persona jurídica la que responderá con los bienes que posee y no las personas que la conforman con sus bienes propios o particulares. (Seltzer & Repetto, 2007).

(Weber), analizó las organizaciones de acuerdo a modelos ideales de comportamiento. Creo así el modelo burocrático que era la aplicación formal. Promulgó la burocracia como el método más efectivo para administrar las organizaciones.

(Fayol), tuvo una mirada más amplia de las organizaciones, propuso la idea que administrar es gobernar los negocios, manteniendo una relación equitativa de todas las áreas

de la organización. Sostiene que sus ideas son aplicables a todo tipo de organizaciones y señala la necesidad de realizar una teoría común a todas las organizaciones.

### La organización como organismo

Este enfoque consiste en atribuirle vida y propósitos propios a las organizaciones las que al igual que cualquier otro organismo viviente, tienen como objetivo final la supervivencia y el crecimiento de la propia organización. De esta manera se considera que la administración era el cerebro de las organizaciones, que los empleados eran los órganos encargados de llevar a cabo las tareas. (Seltzer & Repetto, 2007).

#### **1.20. Teoría sobre el estudio técnico**

El objetivo del estudio técnico es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. De la selección de la función optima se derivarán las necesidades existentes que, junto con la información relacionada con el proceso de producción permitirán cuantificar el costo de operación. (Sapag, 2008).

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto, además de proporcionar información de utilidad al estudio económico financiero.

#### **1.21. Tamaño óptimo de la planta**

Para determinar el tamaño óptimo de la planta es necesario conocer con mayor precisión tiempos predeterminados o tiempos y movimientos del proceso, o en su defecto diseñar y calcular esos datos con una buena dosis de ingenio y de ciertas técnicas. Si no se conocen

estos elementos, el diseño de la planta viene a ser un arte más que un acto de ingeniería. (BACA, 2010).

El tamaño de la organización representa la principal contingencia de la teoría burocrática, ya que tiene un papel de suma importancia en la definición de una gran cantidad de variables de la estructura de la organización. (Kimberly, 1976), señala cuatro indicadores del tamaño de la organización, los cuales son aplicables y conceptualmente independientes: la capacidad física, la complejidad de sus entradas y salidas, los recursos disponibles y el número de trabajadores. (Zapata, 2015).

### **1.22. Ingeniería del proyecto**

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

(Lilien & Rangaswamy, 1998), es el arte y la ciencia de desarrollar y usar modelos computarizados de toma de decisión, adaptables e interactivos para analizar, planear e implementar estrategias y tácticas de marketing. (Paramo, 2002).

### **1.23. Estructura organizacional**

Al hablar de estructura organizacional, se deja en claro que en toda organización existe una estructura formal y una informal.

La informal se representa generalmente con lo no escrito, lo que no está representado en los modelos formales; lo formal se puede identificar con los elementos visibles susceptibles de ser representados, modelados con el uso de diversas técnicas como organigramas, manuales de procedimientos, documentación. (Cuenu, 2011).

De manera que la estructura organizativa se establece como un modelo estable de los componentes de la organización, en la cual se desarrollan las actividades y los procesos estratégicos, técnicos y operativos, se distribuye el poder y la jerarquía, se establece el sistema de relaciones formales y asigna a través de ella la capacidad para tomar decisiones. (Zapata, 2015).

#### **1.24. Teoría en base a la estructura económica y financiera**

El patrimonio de una empresa está compuesto por bienes, derechos y obligaciones, el balance de situación pone de manifiesto esta situación refleja lo que tiene y lo que debe una empresa en un determinado momento del tiempo. El objetivo del balance es ayudar a representar una imagen fiel del patrimonio de la empresa, puede entenderse como una fotografía que muestra la relación entre las propiedades de la empresa y los derechos existentes contra esas propiedades.

La estructura financiera recoge información relativa de autonomía financiera de las empresas al aproximar lo que representa la autofinanciación y los fondos ajenos a corto plazo sobre el total de recursos. (Rodríguez, Rodríguez, & Hernández, 2001).

#### **1.25. Inversiones**

Todo proyecto de inversión genera efectos o impactos de naturaleza diversa. Directos, indirectos, externos e intangibles. Estos últimos rebasan con mucho las posibilidades de su medición monetaria y sin embargo no considerarlos resulta pernicioso por lo que representan en los estados de ánimo y definitiva satisfacción de la población beneficiaria o perjudicada. En la valoración económica pueden existir elementos perceptibles por una comunidad como perjuicio o beneficio, pero que, al momento de su ponderación en unidades monetarias, sea imposible o altamente difícil materializarlo. (Reyes, 2013).

#### **1.26. Inversión inicial**

La inversión inicial es uno de los puntos más difíciles para el empresario. Debemos conocer la forma exacta, que cantidades económicas podremos aportar para arrancar el negocio (recursos propios) y que cantidades debemos pedir a entidades bancarias o inversores para financiarnos.

Para ello debemos especificar cada uno de los gastos que tengamos para la puesta en marcha de nuestro negocio. Se divide entre inversiones (contablemente amortizables) y gastos (no amortizables). (Reyes, 2013).

### **1.27. Depreciación**

Disminución de activos por venta, aumento de pasivos aumento de capital. La depreciación del periodo se deduce de la utilidad, pero no representa una erogación de efectivo. Esto permite generar un ahorro que se materializa como una fuente de financiamiento. En consecuencia, la depreciación es una fuente interna de recursos derivada de la utilización de los activos fijos, que se relaciona por su naturaleza y origen con la utilidad del periodo. (Vargas, 2007).

### **1.28. Amortización**

Debe entenderse aquella situación jurídica que afecta el derecho de propiedad y corta la capacidad de circulación de la tierra en los mercados inmobiliarios, sin importar su régimen legal y el alcance de la limitación. La amortización puede manifestarse de variadas maneras, todo depende de las disposiciones que la declaren y de la forma jurídico-administrativa en la cual se plantee sustraer los bienes inmuebles de la circulación en los mercados de tierras. (Perez & Mackinlay, 2015).

### **1.29. Costos**

Dentro de la planificación de los costos de un proyecto, es extremadamente común olvidarnos de algunas líneas de costos. Eso provocará un menor costo previsto, y consecuentemente un mejor resultado financiero, maquillando el real resultado del proyecto. Ésta es una de las principales causas para el frecuente fracaso del presupuesto o plan financiero de los proyectos. Además de los procesos de planificación, existe un proceso básico de acompañamiento que es el de Control de Costos, donde se acompaña la planificación y se controlan las alteraciones de recursos que implicarán cambios en los costos. (Oldenburg, 2008).

Un aspecto importante de considerar son los estimados de costos y según (Fuenmayor 1995) se toman como un valor predeterminado del costo, calculado utilizando métodos racionales, el cual provee a la gerencia de una base de información para tomar decisiones. (Oliveros & Rincon de Parra, 2011).

### **1.30. Gastos operativos**

Los gastos operativos son los incurridos en la ejecución de las actividades del día a día de una organización, pero no directamente relacionados con la producción, estos incluyen nóminas, comisiones de ventas, beneficios para empleados y contribuciones de pensiones, transporte y viajes, amortización y depreciación, alquiler, reparaciones y los impuestos. (Bujan, 2013).

### **1.31. Capital de trabajo**

Es el margen de seguridad con el que cuentan las empresas para financiar su giro habitual, es fácil ver que cuando este escasea, ya que las empresas no pueden desarrollar ni sus actividades normales que son las que las ayudan a generar valor, ni buscar nuevos negocios para aumentar su valor. La falta de capital de trabajo en la mayoría de los casos, es el comienzo de las dificultades financieras. (Rizzo, 2007).

### **1.32. Financiamiento**

En la actualidad, tanto la provisión de bienes públicos internacionales como las necesidades de desarrollo específicas de cada nación precisan de diversas fuentes de financiación, esta cuestión va más allá de la ayuda que puedan brindar los países industrializados y comprende una visión más sistemática del financiamiento para el desarrollo. El financiamiento para el desarrollo de una organización ya sea mediante la movilización de recursos nacionales o internacionales, aprovecha las ganancias procedentes del comercio, promoviendo la cooperación económica internacional o bien a través del endeudamiento externo, implica la transferencia de fondos entre países, sectores, instituciones, unidades familiares y personas.

Las estrategias de financiamiento siempre tienen un contenido social y los objetivos fijados por las políticas públicas son determinantes en la movilización y distribución de recursos para usos diversos y determinan quien adquiere su control. (Perez V. , 2017).

### **1.33. Estado de resultados**

Es el estado financiero que muestra el resultado de las operaciones llevadas a cabo por la entidad y la rentabilidad de sus operaciones. En él se presentan los ingresos y los gastos de la entidad, en un periodo determinado, por sus operaciones ordinarias o accesorias. (Marcotrigiano Z, 2013).

### **1.34. Estado de situación financiera**

Presenta información relacionada con los recursos que posee una entidad y las fuentes de financiamiento utilizadas para obtener dichos recursos.

La situación financiera de una entidad es la relación entre los activos, los pasivos y el patrimonio en una fecha concreta, de esta manera se muestran los recursos de los que dispone

una entidad para la realización de sus fines (activo) y las fuentes externas e internas de dichos recursos (pasivo y patrimonio). (Marcotrigiano Z, 2013).

### **1.35. Teoría de la evaluación de proyectos**

Los proyectos están presentes a lo largo de nuestra vida, pues estamos frecuentemente planteándonos objetivos, dando soluciones a problemas o aprovechando potencialidades detectadas en cualquier ámbito. Cada proyecto es único, pues tiene su propia orientación y particular camino para lograr su objetivo, es decir se puede lograr un objetivo de distintas maneras.

El elaborar un proyecto no solamente implica la redacción exquisita de un documento, sino la elaboración de un documento que se constituirá en un instrumento de ayuda para lograr una situación futura deseada, es decir un proyecto permite aterrizar una idea que tenemos y nos permite soñar con los pies en la tierra. (Cosio, 2011).

### **1.36. Teoría de gerenciamiento**

El término gerencia es difícil de definir debido a que tiene diversos significados para diversas personas, algunos lo identifican con funciones realizadas por empresarios, gerentes, otros lo refieren a un grupo particular de personas. Ya que al hablar de gerencia nos centramos en la manera en que una empresa u organización es llevada a cabo, las normas establecidas por sus autoridades, la organización de las diferentes áreas de trabajo.

Dentro de este contexto cabe mencionar también el modelo gerencial sustentado en valores, ya que como se viene diciendo el éxito de una empresa en gran parte depende de las personas que forman parte de esta, por lo que el hombre es el eje central de la empresa desde el punto de vista de la ética, los valores determinan el comportamiento moral del ser humano, es por ello que existe una relación entre los valores compartidos los cuales conforman las

reglas y normas de la organización lo que conforma la cultura de la organización. (Leiva, 2010).

## **2. Capítulo II. Enfoque Metodológico**

En este apartado se desarrolla el capítulo dos del presente trabajo de titulación con el tema del diseño del proyecto de inversión y gerenciamiento de un Centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia de la ciudad de Azogues, “LA ESPERANZA”, y que corresponde al enfoque metodológico. Seguimos el hilo conductor desde la problematización del tema, la revisión del conocimiento acumulado, el constructo metodológico y la gestión administrativa.

Lo anterior se enmarca en lo que define el manual de investigación formativa (2016 de la Universidad Católica de Cuenca) “la investigación es un proceso metódico y sistemático dirigido a la solución de problemas o a dilucidar interrogantes científicas, mediante la producción de nuevos conocimientos, los cuales constituyen la solución o respuesta a tales interrogantes”. Tal parece entonces, que las políticas de investigación formativa dan sentido al trabajo de titulación en tanto el enunciando siguiente: “La investigación formativa es parte del proceso educativo superior, consiste en la investigación dentro del perfil educativo y los planes de estudio”.

El mismo documento de la página 2 al tratar sobre los objetivos señala: “crear en los estudiantes la cultura de investigación y la generación del conocimiento, identificando esta como el único medio de innovación que permite alcanzar la independencia tecnológica y el desarrollo del país”. el tipo de investigación

Así mismo, el manual de investigación formativa desarrolla en adelante los tipos de investigación, los enfoques, métodos, instrumentos y técnicas.

### **2.1. Problema de Investigación**

El problema de investigación en este tipo de trabajos se circunscribe a grandes interrogantes. Tal como lo define Hernández, (2010) el problema de investigación condiciona

el alcance, los métodos, las técnicas, los instrumentos a ser utilizados en el desempeño del trabajo de campo. En la línea de pensamiento del mismo autor, la revisión minuciosa del marco teórico ha llevado al investigador a formular la siguiente pregunta: *¿La aplicación de un centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia de la ciudad de Azogues, como un modelo de negocio con mira a la identificación y tratamiento de los problemas emocionales y psicológicos que perciben en el entorno familiar, laboral y externo?*

## **2.2. Antecedentes**

La unidad académica de administración, carrera de Ingeniería Empresarial, con sujeción a la ley orgánica de educación superior, el reglamento de régimen académico, sub estatuto orgánico, y las propias resoluciones del honorable Consejo Directivo ha resuelto que los trabajos de titulación de la carrera versen sobre modelo de negocios. En tal sentido que el presente diseño se ajusta a la guía metodológica con normativa APA.

Con el antecedente, tomando en cuenta la vocación económica y productiva de la zona de planificación N°6 de las provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago, mediante un exhaustivo rastreo de fuentes primarias, el investigador ha detectado el problema de investigación y en consecuencia ha derivado el tema de trabajo de titulación, aspectos estos, que explícitamente son tratados en los apartados correspondientes.

Es aspiración de la presente investigación responder a la política pública de cambio de la matriz productiva y alentar los propósitos de la economía popular y solidaria.

## **2.3. Justificación**

El tema de investigación: Diseño del proyecto de inversión y gerenciamiento de un Centro de capacitación laboral para madres solteras, se justifica desde publicaciones especializadas, el plan nacional del buen vivir. En correspondencia con el problema de investigación: *¿La*

*aplicación de un centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia de la ciudad de Azogues, como un modelo de negocio con mira a la identificación y tratamiento de los problemas emocionales y psicológicos que perciben en el entorno familiar, laboral y externo?* A su vez responde a las preguntas iniciales del investigador.

#### **2.4. Preguntas Iniciales del Investigador**

Las preguntas iniciales del investigador, se sitúan en sospechas, temores y legítimas preocupaciones que tiene el investigador respecto al problema de investigación y en general se lo puede categorizar en:

- 1 ¿Se cuenta con los recursos suficientes para acometer el trabajo de investigación?
- 2 ¿Las fuentes de consulta estarán disponibles para el levantamiento de información primaria?
- 3 ¿Existe suficiente marco teórico que enriquezca el trabajo de titulación?
- 4 ¿Es pertinente y relevante el tema al problema de investigación?
- 5 ¿El investigador cuenta con el tiempo y la tutoría suficiente para concluir con éxito su investigación?
- 6 ¿Hay viabilidad social y ambiental en la comunidad donde se implementará el modelo de negocios?

#### **2.5. Objetivo general**

Diseñar un modelo de negocios para la inversión en un centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia del Cantón Azogues.

#### **2.6. Objetivos específicos**

- *Rastrear los aportes teóricos sobre lo dicho y no dicho en relación al modelo de negocio.*

- *Investigar el potencial del mercado de producto.*
- *Encontrar el modelo de negocio en el ámbito legal y la gestión administrativa.*
- *Localizar el proyecto de inversión con el dimensionamiento de la planta.*
- *Evaluó económico, financieramente el proyecto de inversión.*
- *Diseñar el modelo de gerenciamiento del proyecto de inversión.*

## **2.7. Resumen ejecutivo**

### **2.7.1. Argumentación teórica**

La fundamentación teórica del trabajo de titulación; Diseño del proyecto de inversión y gerenciamiento de un Centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia de la ciudad de Azogues, estadista desde la perspectiva de (SALAS, 2009). “Un modelo se valida a través de las teorías que sostienen las relaciones entre los elementos ordenados con los que se describe la realidad”.

Así mismo en la línea de pensamiento teórico se considera ha (George & Bock, 2011). “Refiere al modelo de negocios como una estructura transactiva, según la cual el comportamiento de la empresa está en función de las características de su respectivo modelo.”

### **2.7.2. Viabilidad metodológica de modelo de negocios**

El investigador se ancla en el método científico para tratar de resolver el problema de investigación. Recordemos que de acuerdo con (Hernandez, 2010). “El método científico tiene 10 pasos, que lo trabajamos en 10 momentos de acción: conocer, observar y proponer.” Desde esta perspectiva metodológica el trabajo de titulación es viable.

### **2.7.3. Conclusiones**

Las conclusiones a nivel de diseño son las siguientes:

La argumentación teórica con al menos 5 referencias es potente en la medida en que soporta las aproximaciones al problema de investigación.

El enfoque metodológico es riguroso puesto que se basa en el método científico.

El diseño del modelo de negocios tiene una lógica que va desde la argumentación teórica, el soporte metodológico y la concreción de la propuesta.

## **2.8. Marco Teórico**

### **2.8.1. Modelos de negocio**

El impulso de poner en marcha un nuevo negocio parte de la generación o identificación de una idea, o una problemática a la cual se le busca una solución. Sin embargo, el éxito de un negocio está dado por transformar la idea en una oportunidad, por lo que esa oportunidad debe ser desarrollada a través de un modelo de negocio mismo que cumpla con las expectativas del cliente, así como de las personas que forman parte de este.

De la misma manera, las empresas a nivel mundial y dentro de nuestro entorno han ido incluyendo entre sus herramientas clave no solo el concepto de estrategia y de la cadena de valor sino también un modelo de negocio, por lo que algunos de los cambios en el modelo de negocio han llevado a que cambien en forma total la empresa, de manera que lo que busca es la atención del cliente y brindar los mejores servicios a través de su mejoramiento continuo. Es importante mencionar que la tecnología es también una de las variables clave para comprender los cambios o creación de nuevos modelos de negocios, por lo que se debe de considerar un modelo dinámico para el modelo de negocio.

Dar una definición clara de lo que es modelo de negocio aun es vaga, dado los ámbitos que se maneja y los elementos que incluye, es por esto que no existe una definición generalmente aceptada acerca del modelo de negocio, puesto que estos modelos son perecederos, así lo menciona (Trimble & Govindarajan, 2011). La innovación en los modelos de negocio es un factor crítico para el éxito, en el actual ambiente complejo y cambiante, la supervivencia de una empresa depende de su capacidad de adaptación.

Un modelo de negocio es una arquitectura de productos, servicios y flujos de información incluyendo una descripción de varios actores del negocio y sus roles, una descripción de los beneficios potenciales de diferentes actores del negocio y la descripción de las fuentes de ingreso. (Timmers, 1998).

(George & Bock, 2011), Refiere el modelo de negocios como una estructura transactiva, según la cual el comportamiento de la empresa está en función de las características de su respectivo modelo.

Un modelo de negocios contiene diferentes fuentes de ideas y la profundidad de cada concepto difiere del campo en el que se aplique, ya que este al generar un modelo de negocios se dependen muchos tipos de variables por lo que un modelo de negocios se relaciona con la forma en la que un negocio hace dinero, entrega valor a los clientes, a la lógica de la compañía, es estático, no reflexivo y se centra en una oportunidad.

Un modelo de negocios esta visto como una forma de innovación, es decir un conjunto de procesos vinculados a la evolución de la empresa.

El éxito o fracaso de un modelo de negocio, depende en gran medida de la forma en que interactúa con otros modelos del mismo sector. El error consiste en que muchas veces las compañías construyen su modelo de negocio sin pensar en la competencia. La evaluación de los modelos de negocio en forma aislada lleva una apreciación equivocada de sus fortalezas y debilidades y por tanto malas decisiones. (Casadesus & Ricart, 2011).

(Cervilla & Puente, 2013), Un modelo de negocio es un conjunto de variables de decisión, interrelacionadas que integran consideraciones estratégicas, operacionales y económicas y permiten crear ventajas competitivas en mercados definidos.

Son muchos las variantes de conceptos de modelo de negocio que aparecen en la literatura, pero su característica común es la que hace referencia a la forma en la que la empresa lleva a

cabo su actividad competitiva, usualmente un modelo de negocios se empleaba en compra, venta, donde intervenía el vendedor, el producto y el cliente mediante la venta directa, hoy, en la actualidad gran parte de los modelos intentan obtener un precio razonable y competitivo al mercado aprovechando las oportunidades que les ofrece.

(Ostewalder & Pigneur, 2012), Un modelo de negocio describe las bases de como una organización crea, proporciona y captura valor.

Mediante el desarrollo de una empresa, la ejecución de sus recursos y capacidades tratan de buscar el equilibrio que les permita lograr una ventaja competitiva sostenible, es aquí donde el modelo de negocio ayuda a formular e implantar la estrategia y se podría decir que aparece en el punto en el cual se vinculan las elecciones de la dirección.

### **2.8.2. Importancia de un modelo de negocio**

Es importante que un modelo de negocio sea dinámico de manera que se debe ir adaptando a los cambios del entorno, las nuevas tecnologías, las necesidades de los consumidores y otros elementos que hacen que sea complicado pensar que el modelo de negocio se mantenga, es así que el modelo de negocio deberá estar relacionado con el entorno y la estrategia de la empresa. Así menciona, (Barrios, 2010). A veces coincide el modelo de negocio con la estrategia. Pero no siempre, todas las empresas tienen un modelo de negocio, pero no toda empresa tiene una estrategia, un modelo de negocio es el resultado directo de la estrategia, pero no es la estrategia en sí misma, la construcción de un modelo de negocio es más un arte que una ciencia y relacionado con esto se presenta la dificultad de innovar en el mismo.

Con lo dicho anteriormente se ha detectado a través de información obtenida las necesidades que hoy en día tienen las mujeres ya que muchas en ocasiones nos encontramos vulnerables ante distintos acontecimientos que se presentan en la vida cotidiana es así que

muchas no sabemos cómo enfrentar este tipo de acontecimientos lo que las orilla a sentir emociones negativas.

Dentro del entorno en el cual vivimos muchas veces existe desigualdad de género, existe el machismo mismo que priva a las mujeres de muchas actividades es por esto que se da la violencia en contra de la mujer misma que sigue siendo un reto eliminarla, sobre todo cuando su normalización forma parte del sistema y condiciones sociales, económicas, políticas y culturales en las que vivimos, además de que históricamente hemos vivido siglos de opresión, injusticia y violencia, a pesar de que se ha impulsado que la violencia de género sea un asunto central de la agenda de naciones, de manera cotidiana las mujeres continúan siendo un objeto de acoso callejero, celos control del dinero, insultos con lenguaje sexista y machista, comportamientos violentos en las relaciones de pareja, manipulación emocional, matrimonio infantil, agresiones físicas, prohibición de ejercer derecho a trabajar, impedimento de estudiar, humillaciones, burlas, etc.

Si bien los hombres también son víctimas de la violencia, la violencia contra las mujeres se caracteriza por su alta prevalencia al interior de la familia, su aceptación por la sociedad y su grave impacto a largo plazo sobre la salud y bienestar de las mujeres además de la afectación a sus hijas e hijos.

Debido a que estas mujeres día con día enfrentan una gran cantidad de problemas con los cuales tienen que lidiar para lograr seguir adelante, muchas de estas mujeres también son madres y tienen que luchar contra el tipo de violencias anterior mencionadas, además de que puedan no contar con el apoyo de su pareja, es decir, realizan funciones que no tiene con quien compartir por lo que ocupan casi todo su tiempo libre, trayendo como consecuencia que la madre tenga el tiempo justo y no disponga de un momento para su vida personal y social, originando alejamiento de sus amistades y el consiguiente sentimiento de soledad y

abandono, es por esto que se genera la idea de la creación de un centro en el cual se pueda identificar los problemas emocionales que contraen las mujeres, y de esta manera brindarles el apoyo a través de charlas, seguimientos que se realicen.

Por consiguiente, se ha analizado la problemática que existe dentro de nuestro entorno, como centro nos plasmamos hacia las mujeres, mismas que son víctimas de violencia de género fomentada desde el hogar, medios de comunicación y demás instituciones, a través de las cuales se promueven relaciones sociales basadas en la desigualdad, lo que significa los roles asignados desde el núcleo familiar que reproducen patrones de comportamiento sobre el significado de ser hombre y mujer, en los que se impone el dominio masculino sobre el femenino, se considera a la mujer como propiedad del hombre o que es incapaz de tomar sus propias decisiones. (Hernandez L. , 2014).

De manera que, debido a todos estos acontecimientos mencionados ocurridos desde la violencia, misma que afecta psicológicamente a la mujer, se observa que muchas surgen en el hogar lo que cual induce a la mujer a cumplir un rol sola, ya que esto conlleva muchas veces al divorcio, separación o muchas veces el no llegar a unir sus vidas, surgiendo una familia monoparental, que también afecta a la mujer ya que de esta manera sufren un mayor riesgo de caer en la pobreza, ser excluidas por la sociedad y por el mercado laboral.

(McGrath, 2011), El gran interés actual por la innovación en los modelos de negocio se puede explicar por el ritmo de cambio del mundo actual, la competencia inter-industrial y la oferta de mejores experiencias para los consumidores.

La moral colectiva de los pueblos o grupos sociales, a medida que estos avanzan en la comprensión científica y racional de los fenómenos diversos, es decir, en su culturalización, pierde su rigidez intolerante e irracional y se enriquece abarcando actitudes, ideologías, comportamientos, que difieren de la forma imperante, sin ser por ello menos valiosos ni

respetables. Sin embargo, mientras en algunos campos, esta moral social evoluciona al compás del tiempo, en otros se conserva restos arcaicos que crean desfases y desniveles en lo que había de ser un desarrollo armonioso de la mentalidad colectiva y del pensar y proceder de sus componentes, dentro de las marginaciones ejercidas sobre grupos determinados, se encuentra el caso específico de las mujeres y más que todo madres solteras y del montaje mental y real que existe en su contra.

Analizada esta problemática se genera una oportunidad de implementar un centro de apoyo social para estas mujeres que necesitan resaltar su autoestima, y dotarlas de emociones positivas que incurran positivamente en su vida y en la vida de sus hijos quienes muchas veces están bajo su dependencia.

Se ha observado que a nivel mundial y dentro de nuestro entorno existen programas, instituciones enfocados al bienestar social, pero desafortunadamente son escasos los proyectos formulados y puesto en vigencia de las Organizaciones pertinentes, ya sea por falta de interés y conocimiento de los gestores sociales, en especial como es el caso de las mujeres, jefas de un hogar, no existe un apoyo, el cual suministre una mejor calidad de vida, que se oriente y capacite a estas mujeres.

Es por esto que desde aquí recae la iniciativa de llevar a cabo un centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia, ya que no existe un tipo de modelo de negocio similar dentro de nuestro entorno como lo es la ciudad de Azogues, es por esto que se ha pensado en que muchas de las mujeres tienen un rol de alta exigencia lo que las convierte en jefas de familia por diversas circunstancias, como se dio a conocer la violencia inter familiar provoca diversos acontecimientos negativos los cuales llevan a grandes consecuencias como la separación, y así de esta manera se convierten en la cabeza de su familia, trayendo consigo emociones negativas que la afectan en la vida diaria, ya que al no

contar con el apoyo de su pareja se vuelven vulnerables, muchas veces se les hace imposible encontrar un empleo fijo por su situación, muchas no cumplen con sus planes de vida, otras simplemente viven la vida de maltrato hundiéndose en una esfera de dolor y soledad.

Todo esto se convierte en una barrera, por eso se ha visto la necesidad y se busca en este trabajo el poder implementar dentro de la ciudad un centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, en el cual se busca encontrar los problemas emocionales que sufren las mujeres y que es lo que las provoca sentirse de esa manera, y así romper el silencio e impulsar de esta manera acciones para visibilizarla construyendo nuevas formas de relacionarnos y garantizar mejores condiciones de vida para las mujeres que eliminen la discriminación que se da en general. Por tanto, que cada una forme parte de este proyecto, es decir a través de la ayuda social que se brinde puedan encontrar sus debilidades, fortalezas y así mejorar su autoestima y puedan combatir contra los problemas que se presentan, sepan cómo sobrellevar y como tratar sus emociones positivamente.

El Buen Vivir, como eje central que sustenta la construcción de políticas de igualdad, no sólo confirma los avances en relación a la igualdad formal y los derechos humanos asumidos por el país en acuerdos internacionales, sino que amplía y profundiza los alcances de los derechos y las condiciones materiales para su concreción. En este sentido, la construcción de la igualdad supone no sólo valerse de las estadísticas que muestran las brechas de desigualdad a fin de generar una política, sino entender las causas estructurales que las producen para intervenir en ellas.

De igual manera, el Buen Vivir permite reinterpretar la igualdad de oportunidades y generación de capacidades de las personas, en el que se ubica como condición necesaria el reconocimiento, las potencialidades, la diversidad y aportes previos de individuos y colectivos, las dinámicas, formas de organización productiva, social y cultural que han sido

estigmatizadas y afectadas por la desigualdad. La igualdad de oportunidades no se traduce en ofrecer trato igual a individuos, colectivos o sectores que viven en condiciones de desigualdad, porque redundaría en más desigualdad, sino en reconocer los aportes, potencialidades y necesidades específicas de cada uno de ellos, para superar las condiciones de desventaja en que viven y potenciar su realización plena, tanto en lo individual como en lo colectivo.” (Jara, 2013).

### **2.8.3. Mujeres**

A partir de lo anterior dicho en este caso nos centramos en las mujeres, de ahí radica la posibilidad de establecer un centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, misma que fomentaría a cada una de las mujeres a través de distintas charlas el cómo contrarrestar sus emociones al ser víctimas de violencias maltratos familiares, etc.

Así como son víctimas de maltratos familiares también son víctimas de exclusión laboral, es por eso que como se mencionó, el plan nacional del buen vivir busca la igualdad de género donde hombre y mujeres tengan las mismas oportunidades, porque este es otro de los factores emocionales que denigran y la hacen sentir inferior a una mujer, el no poder obtener un empleo digno o el no poder ascender como lo es en el caso de los hombres, más que todo cuando la mujer es una madre soltera se le hace muy imposible encontrar un empleo estable, causando decepción de sí misma.

Lo que buscamos es el bienestar de cada una de las personas más en aquellas que se sienten vulnerables atacadas psicológicamente por el maltrato de su pareja lo que muchas veces las orilla a una separación y cuando existen hijos de por medio muchas veces las hace fuertes pero también débiles porque no cuentan con alguien con quien compartir los gastos, lo que de esta manera provoca más tiempo de trabajo para poder solventar su hogar y por consiguiente eso ocasiona el alejamiento de sus amistades, no cumplir con sus planes de

vida cayendo de esta manera en la depresión, soledad y muchas emociones que afectan de manera negativa a las mujeres.

(Romero, 2010) afirma. “Se entiende por mujer, jefa de hogar, quien, siendo soltera o casada, tenga bajo su cargo, económica o socialmente, hijos menores propios u otras personas incapaces de trabajar, (...). Por lo que existe una ausencia permanente o incapacidad física, sensorial, psíquica o moral del cónyuge o compañero permanente”

Es por esto que lo que a través de este Centro de apoyo psicoterapéutico social buscamos alcanzar la superación emocional, romper con el círculo de dependencia, y así de esta manera se pretende estimular el desarrollo emocional, psicológico, social de cada una de estas personas mediante la ayuda de charlas que las alienten y que sea de su beneficio.

Aquí se les brindará un mundo de herramientas básicas y el apoyo necesario para estimular su auto eficiencia y fomentar la credibilidad en si misma estimulando su salud emocional, la confianza y el auto estima y así ella pueda sentirse segura y saber cómo enfrentarse en los diversos problemas que se le presenten.

#### **2.8.4. Problemas emocionales que enfrenta una mujer como jefa de familia**

Los principales problemas a los que se enfrenta una mujer sola es la ausencia de reparto de las tareas familiares ya que existe sobre ella sobrecarga de responsabilidades, problemas económicos por la falta de empleo, o la remuneración no justifica los gastos necesarios, esto no excluye a las mujeres que son casadas, ya que por una u otra razón muchas veces sus cónyuges huyen de las responsabilidades que recaen sobre un hogar. Otro factor problemático para estas mujeres es la conciliación de la vida personal, familiar puesto que la economía no es el factor que mayor problemática ocasiona a estas mujeres porque no solo basta con el dinero, sino el poder compartir con su familia en este caso con su hijos poder compartir con ellos su crecimiento, atenderlos como madre, todos estos factores provocan una

desesperación en la mujer ya que no puede estar el tiempo suficiente con sus hijos orillándolas a la depresión, muchas veces sentimiento de culpa, etc.

De esta manera en el centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia busca ayudar a potenciarlas emocionalmente y sobrellevar los problemas que se le presentan con la mayor serenidad, es decir saber cómo enfrentarlos de modo que no caiga en un círculo de depresión, baja autoestima, soledad y que puedan encontrarse a sí mismas tanto como mujer y como madre.

Palabras clave: mujeres, sociedad, emociones, apoyo social, igualdad de derechos.

## **2.9. Enfoque Metodológico**

El enfoque metodológico corresponde al encuadramiento del estudio de investigación:

Usa el método científico, que se sustenta en 3 momentos: conocer, observar y proponer.

Conocer equivale a averiguar todos los aportes teóricos realizados sobre el problema de investigación. Observar implica abstraer información, datos percepciones desde los campos de estudio con la intencionalidad que explica en el fenómeno. Proponer, es el momento de crear el diseño, el modelo del sistema que resuelve el problema.

**Enfoque.** - La presente investigación es de enfoque exploratorio y descriptiva. Es exploratoria por cuanto se basa en investigación de fuentes primarias. También tiene enfoque descriptivo por lo que utiliza información de fuentes secundarias.

**Tipo de investigación.** - Se trata de una investigación de tipo cuantitativo en la medida en que se procesa datos, porcentajes e información numérica como investigación de mercados, estudios económicos financieros y tasas de rendimiento.

**Alcance.** - El alcance es probabilístico. Se justifica el alcance desde el estudio de mercado en el que se aplica el método aleatorio simple o el estratificado para la determinación del tamaño de la muestra.

Es de corte no experimental por cuanto los hallazgos no están sujetos a comprobación de laboratorio.

Tabla 1. Métodos, Técnicas e Instrumentos

<b>Métodos</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
Observación.	Registro anecdótico.	Libreta.
Histórico.	Fichaje.	Fichas bibliográficas y nemotécnicas.
Inductivo - Deductivo.	Opinión de expertos.	Informe.
Analítico - Sintético.	Discusión.	Informe.
Descriptivo.	Sistematización.	Bitácora.

Fuente: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

El enfoque metodológico, se sustenta también desde una primera averiguación de pertinencia y relevancia. La pertinencia es la correspondencia que existe entre el problema de investigación y el tema. En tanto que, la relevancia se define por la importancia de como el tema es transversal al resultado de aprendizaje, los dominios, las líneas de investigación de la carrera, los ámbitos, la planificación territorial, la agenda zonal y el eje 2 objetivos 4,5 y 6 del plan nacional del buen vivir toda una vida.

En consecuencia, la preocupación del investigador se resume en la matriz de pertinencia y relevancia contenida en la tabla número 2.

Tabla 2. Matriz de pertinencia y relevancia

<b>Idea</b>	<b>Fuente</b>	<b>Problema que resuelve</b>	<b>Resultado de aprendizaje</b>	<b>Dominios</b>	<b>Líneas de investigación</b>	<b>Ámbitos</b>	<b>PDOTs</b>	<b>Agenda zonal</b>	<b>PNBV (Toda una vida)</b>
Creación de un Diseño de un proyecto de inversión y gerenciamiento de un Centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia de la ciudad de Azogues.	Estudios de investigación exploratoria de docentes de la universidad católica de Cuenca.	Identificar los problemas emocionales que sufren las mujeres, jefas de familia y de esta manera ayudarlas a sobrellevar, brindándoles el tratamiento necesario.	Diseñar el esquema de trabajo de titulación mediante la aplicación de herramientas metodológicas de investigación.	Gestión empresarial con responsabilidad social.	Ciencias económicas, sociales y empresariales.	Creación de empresas y gestión de PYMES.  Tecnologías avanzadas de gestión empresarial y modelado.  Organización y estrategia empresarial  Emprendimiento estratégico.		Zona 6.	Crear oportunidades y una nueva visión.

Fuente: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Así mismo, el enfoque metodológico es visto desde una aproximación o perfil que básicamente consiste en desarrollar la gran visión o las líneas generales del proyecto. Ayuda a explicar con mayor amplitud las variables de la matriz precedente y que corresponde a la pertinencia y relevancia de la investigación. (Véase la tabla N°3)

Tabla 3. Perfil o gran visión del modelo de negocios

<p><b>Título del proyecto de inversión privada: (Modelo de negocios del proyecto de inversión privada para la evaluación de la factibilidad comercial, técnica, económica, administrativa y financiera para la implementación de (objeto de estudio) en (localidad de estudio)</b></p>	<p>Diseño de un proyecto de inversión y gerenciamiento de un centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia de la ciudad de Azogues.</p>
<p><b>Introducción: (se expone brevemente, pero con absoluta claridad, la novedad y actualidad del tema, el objeto de estudio, sus objetivos, fundamento metodológico y los métodos a utilizar para realizar el proyecto. Es una fundamentación científica del proyecto en forma resumida)</b></p>	<p>Hoy en día en el medio en el que vivimos, la violencia en la mujer ha sido un problema que no ha sido resuelto del todo, la consecuente discriminación de género construidos socialmente como que las responsabilidades del hogar son únicamente de las mujeres, el matrimonio ha servido para legitimar la subordinación femenina y fomentado que la violencia contra las mujeres comience desde antes de su nacimiento y continúe así a lo largo de su vida. La violencia de genero está presente en todas las esferas sociales tanto públicas como privadas, por lo que de esta manera debe ser reconocida como un problema social ya que la violencia contra la mujer sigue siendo una realidad.</p>
<p><b>Antecedentes: Consiste en una breve</b></p>	

---

descripción del contexto que rodea el problema. Características relevantes a las actividades económicas, comerciales, financieras, técnicas del proyecto. Mencionar si existen proyectos ejecutados o en ejecución que pretendan resolver el mismo problema y sus resultados alcanzados.

#### Planteamiento del problema

**Objetivo general:** Se recomienda formular un solo objetivo general global coherente con el problema planteado. Este objetivo debe ser formulado con el verbo en modo infinitivo y responder a las preguntas qué, cómo y para qué.

Plantear y diseñar un modelo de gestión para la creación de un centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia de la ciudad de Azogues.

**Objetivos específicos:** responderá a los momentos teórico; estudio de mercado; organización y marco legal; y, estudio técnico.

\*Rastrear los aportes teóricos sobre lo dicho y no dicho en relación al modelo de negocio.

\*Investigar el potencial de mercado del producto.

\*Encuadrar el modelo de negociación en el ámbito legal y gestión administrativa.

\*Localizar el proyecto con el dimensionamiento de la planta.

\*Evaluar económica y financieramente el proyecto de inversión.

\*Diseñar el modelo de gerenciamiento del proyecto de inversión.

---

Autor: Margarita Peralta F. Ecuador, 2018.

## 2.10. Marco Administrativo

### 2.10.1. Presupuesto

Cuadro 1. Presupuesto

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total \$
1	Investigador y tutor	120	\$ 2,41	\$ 289,20
2	Docente tutor	48	\$ 13,62	\$ 653,76
3	Materiales de oficina	Global	\$ 250,00	\$ 250,00
4	Transporte	Global	\$ 55,00	\$ 55,00
5	Alimentación	Global	\$ 30,00	\$ 30,00
6	Compra o alquiler de equipos	Global	\$ 990,00	\$ 990,00
7	Misceláneos	Global	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.367,96</b>

Fuente: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

## 2.11. Cronograma

Tabla 4. Cronograma

Actividades	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
1 Diseño y aprobación del trabajo de titulación						
2 Desarrollo del marco teórico						
3 Desarrollo del marco metodológico						
4 Desarrollo del diseño de modelo de negocio						
5 Trámites administrativos y defensa						

Fuente: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

## **2.12. Opinión de expertos**

La estudiante Peralta Fernández Tannya Margarita portador del número de cedula de identidad 0301675591 cursante del décimo ciclo de la carrera de Ingeniería empresarial de la Unidad Académica de Administración de la Universidad Católica de Cuenca sede Azogues, en nuestra opinión ha cumplido con las exigencias teóricas y metodológicas del tema Diseño de inversión y gerenciamiento de aplicación de un centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres de la ciudad de Azogues “La Esperanza”. Por lo que se expresa conformidad a parte Ingeniero Juan Solís Muñoz, Docente de metodología de investigación y Docente Tutor Ingeniero Jorge Ormaza Andrade.

---

Ing. Juan Solís Muñoz

Docente de metodología de la Investigación

---

Ing. Jorge Ormaza Andrade

Docente Tutor

### **3. Capítulo III. Estudio de factibilidad de la propuesta de un Centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia de la ciudad de Azogues: “La Esperanza”**

#### **Introducción**

Desde la antigüedad se ha dado en forma consecuyente una desigualdad de géneros, donde las mujeres son inferiores a los varones, debido a que el hombre desde épocas anteriores ocupaba un rango importante dentro del trabajo, la política y la vida, de hecho el matrimonio ha servido para legitimar la subordinación femenina y fomentando que la violencia contra las mujeres comience desde antes de su nacimiento y continúe así a lo largo de su vida, por lo que la mujer era únicamente destinada al cuidado y crianza de los hijos, esto a medida del tiempo ha ido cambiando, sin embargo ha sido un problema que no se ha resuelto del todo ya que en diferentes lugares, y costumbres familiares se sigue dando el machismo, el maltrato tanto físico y psicológico a la mujer, provocando con ello que muchas veces la mujer se sienta discriminada, excluida de la sociedad, con un pensamiento cerrado mismo que no le permite crecer como persona y muchas veces como una profesional, provocando que esta se adquiera sentimientos de ira, baja autoestima, emociones negativas, etc.

En la presente investigación se plantea: La creación de un Centro de apoyo psicoterapéutico social para las mujeres de la ciudad de Azogues, mismo que a través de este se pretende, atraer a las mujeres de la ciudad, mismas que tengan algún tipo de problema emocional dentro y fuera de su hogar, ya que el maltrato físico y psicológico no solamente se da dentro del entorno familiar sino también en la esfera laboral, por otro lado si bien es cierto todas las personas muchas veces necesitan la ayuda de un profesional, la consejería de alguien, pero en este caso, este centro de proyecta a las mujeres puesto que, como se mencionó, las mujeres desde inicios, tienen un desempeño menor en todos los ámbitos, lo que es así, la hace sentir un ser inferior a lo largo de la vida, cabe recalcar que esto a medida del

tiempo ha cambiado, ya que existen instituciones a favor de la mujer y ya no se tiene el pensamiento cerrado que existía al inicio.

Es así que mediante observaciones llanas, encuestas se logrará determinar: los principales problemas emocionales que sufre una mujer, que, aunque sea vista como un ser débil, es la persona que cubre el mayor de los desempeños dentro del hogar, es por esto que en esta investigación, se la considera como mujer, jefa de familia, no porque lleve el sustento económico a su hogar (aunque esto se da en algunas mujeres, que por una u otra razón vivan solas o en su caso sean madres solteras), sino porque es la persona que da el sustento emocional en su hogar, en lo laboral muchas veces es agredida por el personal en el que labore, no pudiendo así cumplir de manera correcta sus actividades, por lo que estas agresiones provocan en una mujer una situación emocional baja, un autoestima bajo, llevando a la mujer a un límite de depresión, estrés, etc.; consumando posteriormente el estudio de mercado para conocer la oferta y demanda, aplicada a través de encuestas a las mujeres de la ciudad de Azogues, y así de esta manera adquirir los datos necesarios para conocer la competencia, las técnicas, estrategias y actividades que se generan, para que, de esta manera con toda la información obtenida elaborar un plan que determine los tratamientos, charlas y terapias necesarias que se deberán seguir para impartir a las mujeres, mismo que se establecerá de acuerdo al tipo de problema emocional que debe ser tratado y como debe seguirse a cabo.

Por consiguiente, se espera que a través de esta investigación se adquiera información por parte de la población estudiada, que en este caso va proyectado hacia las mujeres y así inmiscuirse en ellas, en sus emociones, de manera que, se pueda llegar a un punto de ayuda social psicoterapéutica, fortaleciendo su autoestima y su idea de mujer emocionalmente en todos los ámbitos y la igualdad de derechos que esta tiene.

## **Antecedentes**

Antiguamente las mujeres han luchado contra la violencia de género que se ejerce sobre ellas por el solo hecho de serlo, como resultado de la lucha, se comenzó a ver desde otra perspectiva la violencia, es decir se miró como un problema de salud pública y así se logra que este tenga un nivel de importancia dentro del Estado ecuatoriano. Posteriormente se crearon las comisarías de la mujer, asumiendo un rol a través de la justicia, así como también se logró la creación de instituciones públicas mismas que garanticen la igualdad de género, por medio de la cual se visibilice las brechas de desigualdades estructurales de género para de esta manera alcanzar políticas públicas mismas que les permita superarlas.

Sin embargo, a pesar de existir instituciones que protegen a la mujer, así como también se han aplicado múltiples medidas para este caso, ha sido insuficiente ya que este viene siendo un problema que no se ha resuelto del todo, por lo que no se ha podido atender, proteger a las mujeres, lo que ha dado como resultado a través de estudios y fuentes estadísticas realizadas mediante una Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres, misma que fue elaborada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), destacando que en el Ecuador 6 de cada 10 mujeres han vivido maltratos físicos y psicológicos dentro de la esfera familiar y laboral, determinando que Ecuador es el sexto país con la tasa más alta de violencia contra la mujer.

Debido a esto, se busca posibles soluciones para mejorar el entorno vivencial de las mujeres por lo que se plasma la creación de un centro psicoterapéutico social para mujeres en la ciudad de Azogues, esta propuesta va enfocada a la determinación de cuáles son las principales necesidades emocionales que deben ser tratadas mediante terapias que serán impartidas por profesionales en los respectivos temas a tratar a través de la implementación de este centro, mismo que se basará en un estudio respaldado con herramientas, técnicas y cognitivas adquiridas durante el periodo de investigación.

El sistema que se manejará dentro de este Centro es a través de charlas motivacionales, terapias personales y familiares, así como diversas actividades mismas que brindarán un apoyo emocional, teniendo como finalidad la detección y modificación de los pensamientos emocionales y así poder tratar los componentes cognitivos, afectivos, etc.

El presente trabajo comprenderá un análisis de varios elementos, por lo que en base a un estudio de mercado y técnico se realizará un estudio financiero y un análisis de impactos de riesgos, para de esta manera con los resultados de este estudio poder determinar si existe viabilidad comercial que garantice la permanencia y ganancias que generará esta propuesta.

### **Justificación**

La idea empresarial de crear un centro de apoyo psicoterapéutico social para las mujeres de la ciudad de Azogues, se basa de manera primordial en la importancia de tratar los problemas emocionales de los cuales son víctimas las mujeres a lo largo de la historia, por lo que este Centro proporcionará las charlas y terapias necesarias a costos accesibles, de manera que esta propuesta tenga una aceptación y rentabilidad accesible generando nuevos ingresos económicos.

Todo esto se realizará por medio de la identificación y evaluación de las emociones mismas que se acatarán a las necesidades que tiene cada una y que surgen a partir de un problema de violencia de género ejercida por parte de distintas personas, es decir, lo que se trata es de disminuir el índice de violencia, maltrato mental generado sobre la mujer, aportándola de tratamientos de modificación del estado depresivo, autoestima, así como también para aquellas que no han logrado culminar sus estudios por diversas razones y que por lo mismo se les hace imposible encontrar un trabajo estable, y se encuentran sumidas al rechazo, se les impartirá las herramientas necesarias para que puedan emprender sus propios negocios y sean dueñas de ello, se les dará capacitaciones de como formar un negocio y el

manejo de finanzas, ayudando de esta manera a que lleguen a un conocimiento propio de sí mismas y por supuesto mejoren su calidad de vida.

### **3.1. Idea empresarial y alcance**

El presente proyecto empresarial tiene como finalidad la implementación de un Centro de apoyo psicoterapéutico social, destinado a todas las mujeres de la ciudad de Azogues, que quieran formar parte de este, mismo que se enfocará a la sensibilidad de estas, y, de esta manera llegar a determinar los tratamientos y terapias que se deberá realizar dentro del Centro, generando una ayuda emocional, los cuales ofrecerán y se acatarán a las necesidades emocionales sobre las problemáticas emocionales que surgen en el entorno en el cual se encuentra la mujer, es decir tanto laboral como en la esfera familiar, etc., generando así una ayuda psicoterapéutica, donde se darán charlas de cómo manejar su vida emocional, su autoestima, depresión, manejo del hogar tanto como madre, esposa, hermana, hija, etc., además, también se generarán charlas de cómo ser una mujer emprendedora, para aquellas que no tienen terminado sus niveles académicos por diversas razones, o se les es imposible conseguir una fuente de empleo estable, se les dará a conocer como pueden generar un negocio propio, cuales son las herramientas necesarias, además del manejo de finanzas, es así que como su nombre lo dice habrá apoyo social, orientación emocional, actividades innovadoras mismas que ayudarán a disminuir el nivel de estrés y depresión, socialización entre las mujeres que formen parte y así llegar más a fondo a sus emociones así como también socialización con su familia.

### **3.2. Denominación**

“Centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia, de la ciudad de Azogues, La Esperanza”.

Gráfico 1. Eslogan del servicio



Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

### **3.3. Desarrollo de la misión y visión**

#### **3.3.1. Misión**

“Ser un Centro de apoyo privado de nivel medio superior y superior con enfoque emocional, social y humanista, que satisfaga con las necesidades de las demandas y factores psicológicos principales del género femenino, a través de programas, charlas, terapias y actividades de formación emocional, de manera que coopere con evaluaciones, diseños y soluciones a los problemas detectados y que contribuya al desarrollo emocional y psicológico”.

#### **3.3.2. Visión**

“Ser un Centro de apoyo, que se preocupa por el bienestar humano, estabilidad emocional de las mujeres, proporcionando atención profesional con excelente calidad y mejor tecnología, a través de sistemas y de la intervención psicoterapéutica, con el objetivo de ser un Centro reconocido a nivel departamental y nacional en atención a las mujeres.”

### **3.4. Objetivos**

#### **3.4.1. Objetivo general**

Diseñar un modelo de gestión e inversión para la aplicación de un Centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia de la ciudad de Azogues, con la finalidad de establecer una ayuda por medio de terapias, charlas y actividades que se

realizaran dentro de este, para esto se deberá determinar a través de los resultados de las encuestas, las principales necesidades emocionales que se requieran ser tratadas para de esta manera, mejorar las condiciones de vida de las mujeres dentro y fuera del hogar, generando de esta manera una ayuda social.

#### **3.4.2. Objetivos específicos**

- Determinar a través de la información obtenida, la aceptación comercial de una nueva empresa dedicada a ofertar este servicio.
- Identificar la posibilidad técnica y financiera que existe para la creación de la nueva idea empresarial.
- Demostrar la rentabilidad que lograra este emprendimiento empresarial mediante un estudio financiero.
- Identificar en las mujeres de la ciudad, las principales necesidades emocionales y de esta manera diseñar estrategias psicoterapéuticas.

### **3.5. Desarrollo de la propuesta del modelo de negocios para la creación de un Centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres, jefas de familia de la ciudad de Azogues “La Esperanza”.**

#### **3.5.1. Requerimientos a satisfacer del servicio**

La implementación de este emprendimiento pretende llegar a dar una nueva perspectiva de vida a las mujeres, sobre la solución y como deben ser manejadas sus emociones sobre cualquier problema que se presenta en la vida diaria, así como también como enfrentar los problemas que surgen dentro del entorno familiar, laboral, político, etc. Mismos que no la permitan caer en sentimientos de culpa, de auto dependencia, depresión, baja autoestima, brindando charlas, tratamientos por profesionales expertos en el tema y aplicando actividades y herramientas de calidad necesarias, mismas que satisfagan a las mujeres que formarán parte de este centro con precios competitivos a nivel zonal.

### **3.5.2. Mercado objetivo**

El mercado objetivo para la implementación de este nuevo emprendimiento se centra en la población mujeres de la ciudad de Azogues, de una edad comprendida de entre los 16 a 40 años o más.

### **3.5.3. Ventajas competitivas y/o ventajas comparativas**

Michael Porter, señala: La ventaja competitiva resulta principalmente del valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores, la competencia está en el centro del éxito o fracaso de las empresas ya que determina la propiedad de las actividades de esta que pueden contribuir a su desempeño, como las innovaciones, una cultura cohesiva o una buena implementación de actividades tendientes a lograr el fin que persiguen. La estrategia competitiva trata de establecer una posición provechosa y sostenible contra las fuerzas que determinan la competencia dentro del sector. (Quintero, 2003).

De esta manera se entiende como una ventaja competitiva al valor agregado que tiene una nueva empresa en el mercado así como será: su imagen, el trato y la experiencia diferencial que se ofrecerá a los posibles clientes, variedad y servicios de acuerdo a las necesidades, plasmados en dar una idea y experiencia distinta a la que se ofrecen en otros centros de apoyo, es decir innovados así como también una innovación tecnológica adecuada misma que acelere los procesos, nuevos sistemas, nuevas estrategias, etc.

Así también se dispondrá de patentes y un equipo con talento, expertos en el tema a tratar con gran profesionalismo, es decir este centro dispondrá de un personal altamente capacitado, con certificación de calidad, se contará con un nombre enlazado con el objetivo perseguido, que hará que nuestras clientes se identifiquen con valores de confianza, independencia, amor propio y libertad. Se contará también con asistencia personalizada, ya que contaremos con trabajadoras sociales mismas que asistirán a nuestra cliente de manera que esta pueda identificar los mejoramientos que se van teniendo dentro del centro, así como también

existirán actividades innovadas dentro del centro como son actividades que les permita eliminar el estrés acumulado, la depresión y tener otras perspectivas.

La estrategia de mercado que se utilizará, estará basada en ofrecer opciones comparativas, lo que significa que se diseñará programas que se acatarán a las necesidades de cada cliente que forme parte del Centro de apoyo, además de que se tendrá a su disposición catálogos donde se expondrán los temas a tratar de cada día, las actividades que se realizarán, terapias, etc. Con sus respectivas cotizaciones, existirán también promociones familiares para aquellas personas que acuden y requieren la ayuda junto con un miembro de la familia por un valor de una clase económica, por otro lado se crearán alianzas con instituciones y centros artesanales para aquellas mujeres que no tienen culminados sus estudios y no logran conseguir empleos estables para que así a través de estas instituciones pueden adquirir nuevos conocimientos y capacitarse en diferentes ramas y así de esta manera puedan emprender sus propios negocios, para solventarse económicamente.

### **3.6. Estudio del mercado**

En el espacio presente se efectuará un estudio de mercado para la creación de la nueva empresa.

Lo que se pretende a través de este estudio de mercado será identificar la demanda y la oferta de las mujeres que acuden a centros de ayuda psicoterapéuticos de la ciudad de Azogues. (La psicoterapia se enfoca en tratar los problemas emocionales que afectan a una persona dependiendo de su naturaleza, es decir: los pensamientos, sentimientos y conductas por lo que la psicoterapia proporciona orden a estos problemas detectados conduce a nuevas oportunidades de pensar, facilitando la comprensión de ideas y acciones que habían sido confusas).

Una vez establecido este objetivo se analizará los precios y los canales de distribución de los servicios.

### **3.6.1. Objetivos**

- Identificar la demanda y la oferta de las mujeres que acuden a centros de apoyo psicológicos de la ciudad de Azogues.
- Confirmar la existencia de una demanda potencialmente insatisfecha en el mercado.
- Determinar el precio de venta del servicio de la nueva empresa.
- Crear canales de comercialización para la distribución de los productos y servicios de la nueva empresa.

### **3.6.2. Definición del producto (bien o servicio)**

El Centro de apoyo psicoterapéutico social “*LA ESPERANZA*”, se plasmará a crear, diseñar, programar servicios que contengan terapias emocionales con las cuales se sientan identificadas cada una de las personas.

El servicio tendrá como valor agregado y diferente autenticidad de la experiencia, así como una nueva perspectiva de vida, puesto que los sistemas es decir la manera con la cual se trabajará con los miembros del centro, las actividades que se realizarán será de carácter emotivo, libre y dinámico que conforman la oferta.

Los programas a dictarse y a realizarse se acatarán bajo la satisfacción de los clientes, bajo la información adquirida a través de evaluaciones que se realizarán y la identificación propia de cada una de las personas y así de esta manera se diseñará las respectivas actividades, charlas, terapias y presentaciones para llevar a cabo con los objetivos planteados.

### **3.6.3. Análisis de la demanda y la oferta**

#### **3.6.3.1. Demanda**

La estimación de la demanda se realiza considerando la cantidad de la población objetivo y sus necesidades. (Andía, 2011).

Con lo anterior mencionado, como es la demanda se establece de acuerdo a las necesidades de bienes, servicios o productos que se requieren dentro de una población, grupo

de personas, mismas que buscan satisfacer los requerimientos de bienes o servicios. En este caso dentro del Centro de apoyo, se enfoca en brindar un servicio, mismo que se ha identificado a través de una necesidad que contribuya al buen vivir emocional y significativo de cada persona.

**Población:** para este estudio se tomó como referencia el universo de estudio de las mujeres de la ciudad de Azogues en un intervalo de edad de los 16 a 40 años o más, la muestra poblacional se obtuvo mediante los datos proyectados realizados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), con una totalidad de 44103 mujeres de la ciudad de Azogues.

**Muestra:** para el cálculo de este parámetro estadístico se involucra la población estudiada de las mujeres de la ciudad de Azogues proyectada en la tasa de crecimiento anual. La población que se utilizará para el cálculo de la muestra es de **44693**.

La muestra se calculó con la fórmula para muestras real de las mujeres de la ciudad de Azogues, el universo está constituido por la muestra poblacional que se obtuvo a través de los datos proyectados realizados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (Ver Anexo N°01). Se consideró un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10% dando como resultado un total de 96 encuestas.

Cuadro 2. Cálculo de la muestra

	<b>Universo (N)</b>	<b>Muestra (n)</b>	<b>Error de estimación (e)</b>	<b>Nivel confianza (o)</b>	<b>Probabilidad a favor (p)</b>	<b>Probabilidad en contra (q)</b>
<b>Total</b>	44693	<b>96</b>	10,00%	1,960	50%	50%
				90%		

Fuente: INEC 2018

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

Las preguntas con las cuáles se calculó la demanda fue: **¿En caso de que se abriera un centro de apoyo psicoterapéutico destinado para mujeres, estaría usted en condiciones de asistir? Y ¿Ha asistido usted a alguna institución o profesional en busca de ayuda para solventar su situación emocional?**, lo que en el estudio determina que, el 60% de esta población si estaría dispuesta a asistir al Centro de apoyo psicoterapéutico social “La Esperanza”, mientras que en la pregunta siguiente el 15% de la población responde que si ha asistido a una ayuda profesional, obteniendo una demanda de 4022 mujeres comprendidas entre la edad 16 a 40 años; con esta información se procede a realizar la proyección de la demanda utilizando la fórmula, en razón de que no existe una demanda histórica para su proyección misma que se detalla a continuación en la siguiente tabla.

Tabla 5. Proyección de la demanda

<b>Años</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje de aceptación</b>	<b>Proyección de la demanda</b>
<b>2018</b>	44103	4022	4072
<b>2019</b>			4123
<b>2020</b>			4174
<b>2021</b>			4226
<b>2022</b>			4278

Fuente: Investigación de mercado

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

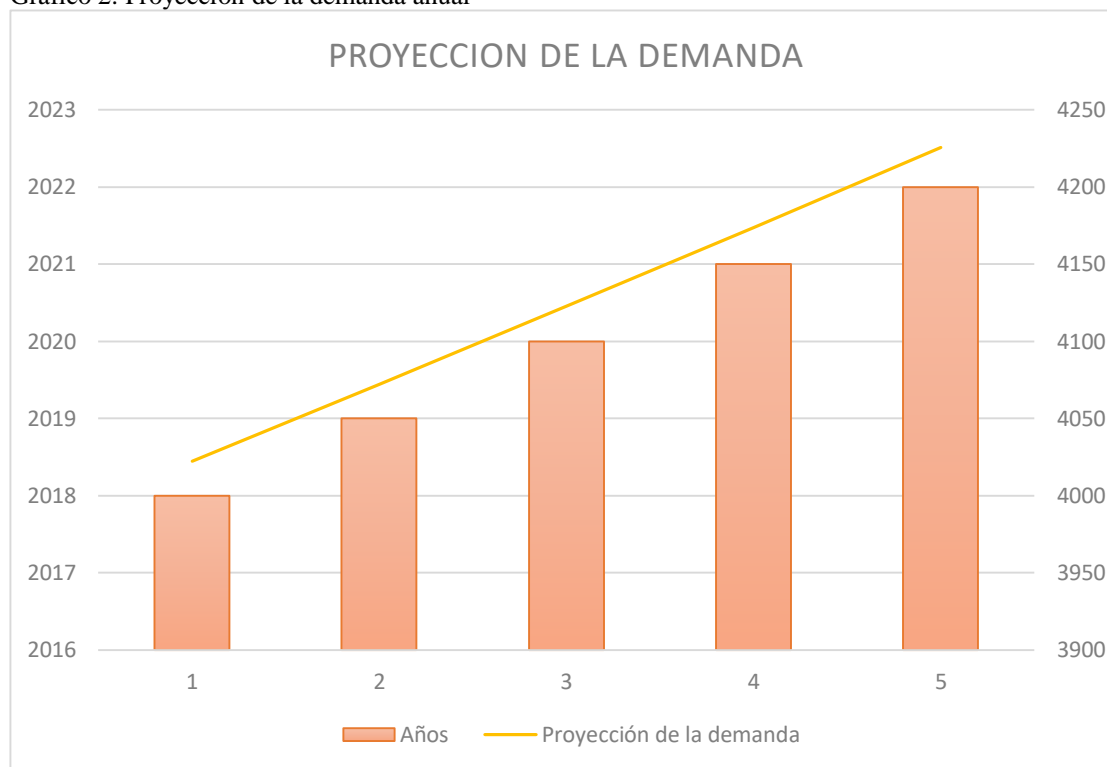
Tabla 6. Proyección de la demanda anual

<b>Años</b>	<b>Proyección de la demanda</b>
<b>2018</b>	4022
<b>2019</b>	4072
<b>2020</b>	4123
<b>2021</b>	4174
<b>2022</b>	4226

Fuente: Investigación de mercado

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Gráfico 2. Proyección de la demanda anual



Fuente: Investigación de mercado

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

En la tabla N°05, se puede observar la proyección de la demanda para el servicio en mención, dicha proyección fue realizada utilizando el 1,24% de crecimiento poblacional; de acuerdo a la información obtenida en el INEN.

### 3.6.3.2. Oferta

Es la capacidad de servicio existente y está relacionado al problema identificado, expresado en la misma unidad de medida que la demanda. (Andia, 2011).

En la actualidad dentro de la ciudad de Azogues, no existen centros de apoyo o ayuda que se enfoquen directamente a tratar los problemas emocionales de las mujeres, claro que dentro de nuestro entorno existen consultorios psicológicos a nivel general, pero no son centros que se dediquen única y exclusivamente a estos problemas ya mencionados, es por ello que el Centro de apoyo psicoterapéutico social “LA ESPERANZA” no tiene competencia directa debido a que el servicio que se brindará será de exclusividad.

### 3.6.3.3. Demanda potencial insatisfecha

Es la demanda futura que el servicio tendrá, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer, si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (Andia, 2011).

La demanda potencial insatisfecha se calcula mediante la resta entre la demanda y la oferta, y de esta manera se podrá conocer si existe en el mercado una demanda potencial insatisfecha.

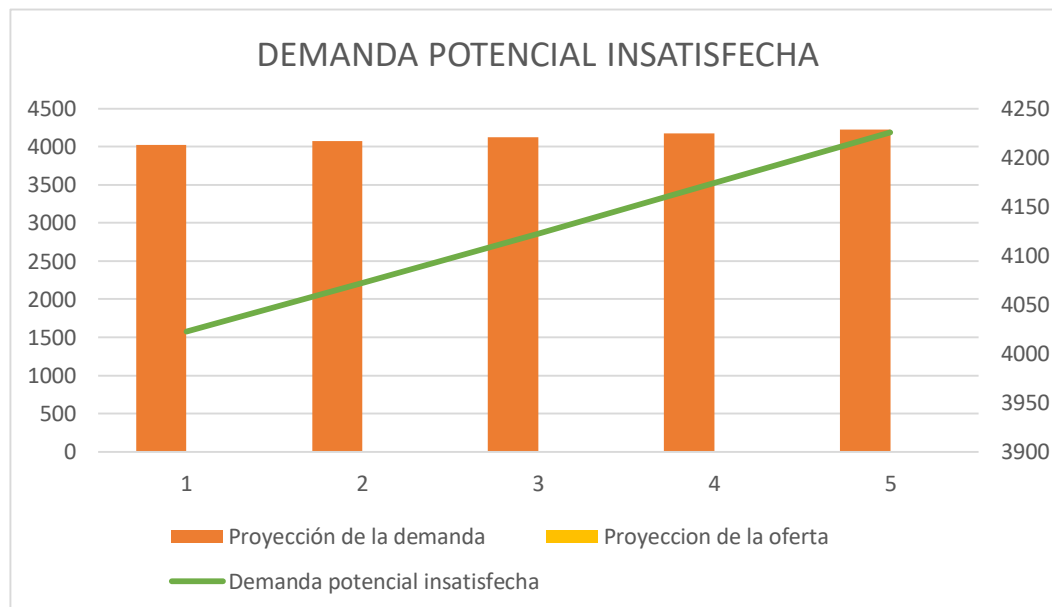
Tabla 7. Demanda potencial insatisfecha

Años	Proyección de la demanda	Proyección de la oferta	Demanda potencial insatisfecha
2018	4022	0	4022
2019	4072	0	4072
2020	4123	0	4123
2021	4174	0	4174
2022	4226	0	4226

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

Gráfico 3. Demanda potencial insatisfecha



Fuente: Investigación de mercado

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

#### **3.6.4. Precios**

En la estrategia de fijación del precio de compraventa y para garantizar el éxito de la operación, debe existir una diferencia entre el precio mínimo por el que el vendedor está dispuesto a vender y el precio máximo por el que el comprador está dispuesto a comprar y así se configura el área de negociación de las partes. (Narváez, 2009).

Por consiguiente, tomando en cuenta que el Centro de apoyo, La Esperanza, brindará servicios en base a la psicoterapia y las condiciones actuales del mercado estudiado, es decir se realizarán evaluaciones, se identificarán problemas y se diseñarán tratamientos, terapias, charlas, actividades para la solución de las mismas, es así que los precios serán abordados de acuerdo a la pregunta analizada en la encuesta: **¿Cuánto estaría Ud. dispuesta a pagar por la terapia?**, donde la respuesta que tuvo mayor porcentaje de aceptación por el género femenino de la ciudad de Azogues, es que se está a un nivel de disposición económica de pago de 45 a 50 dólares. (Ver Anexo N°02).

#### **3.6.5. Comercialización**

Comercializar se traduce como el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y en el momento preciso, una mercancía o servicio para que los clientes que conforman el mercado, lo conozcan y consuman. (Díaz, 2014).

Por consiguiente, para dar a conocer el servicio que se ofrecerá, se lo hará mediante el canal directo que es el más adecuado, por lo que no existirá intermediario alguno ya que todas las actividades de comercialización se realizarán en el mismo lugar de la prestación del servicio, es decir, el contacto será directo entre el productor y el cliente.

#### **3.6.6. Estrategias de introducción al mercado**

Las estrategias que se llevarán a cabo para este estudio serán las siguientes:

##### **Estrategias de producto**

- Brindar una nueva perspectiva mediante una atención conforme al estilo de vida del cliente.
- Ejecutar persistentemente BENCHMARKING para diseñar el ambiente del negocio y así brindar servicios que permitan mejorar el confort y satisfacción de la demanda.
- Ampliar el sistema del manejo de terapias y programas mejorados.
- Insertar nuevas características y opciones al servicio.

### **Estrategias de plaza**

- Apertura de nichos de mercado.
- Ofrecer los servicios por diversas vías: internet, páginas web, correos, redes sociales, etc.
- Se establecerá alianzas con instituciones y centros de capacitación, para que por medio de estas las personas puedan capacitarse en distintas áreas y así puedan emprender sus propios negocios.

### **Estrategias de promoción**

- Crear un blog del Centro de apoyo donde se promocióne los servicios, se ofrezca información y así de la misma manera se comparta el éxito que esta va teniendo.
- Spots publicitarios constantemente en la radio y televisión.
- Organizar o participar en eventos, programas académicos, institucionales, etc.
- Publicar artículos en medios de comunicación sobre lo que es y la ayuda que imparte el Centro.
- Elaboración de trípticos y presentaciones visuales donde se presente un breve resumen y datos de cómo se trabajará dentro del centro.

### **3.7. Estudio técnico**

El estudio técnico permite garantizar una óptima utilización de los recursos, el cálculo del tamaño apropiado, la localización geográfica, su organización administrativa y legal, así como la infraestructura necesaria para la adecuación y el montaje de la empresa, para así de esta manera determinar la viabilidad del servicio que se va a ofrecer de una manera adecuada.

### **3.7.1. Objetivos**

- Identificar la viabilidad técnica necesaria para la instalación del proyecto en estudio.
- Detectar la ubicación más adecuada para la implementación del proyecto.
- Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.
- Enunciar la estructura administrativa y legal aplicable al proyecto.

### **3.7.2. Localización óptima**

Tomando en consideración que es un proyecto de estudio para determinar la factibilidad de implementación de un Centro de apoyo psicoterapéutico social para las mujeres de la ciudad de Azogues “La Esperanza”, por esta razón se requiere determinar la ubicación del negocio. Es realmente relevante analizar detenidamente los sectores de la ciudad de Azogues identificando de esta manera los sectores de mayor rentabilidad posible. El análisis se debe efectuar en base al método cualitativo por puntos, el mismo que consiste en ponderar a cada criterio considerando diferente peso según la importancia y los cuáles tienen que sumar 1, o en porcentaje 100%. En este caso el análisis se debe considerar la afluencia de mayor cantidad de personas siendo estos sitios: calle Simón Bolívar, Avenida 24 de mayo, y el sector del centro Comercial Bartolomé Serrano, para la elección del mejor sitio.

Cuadro 3. Factores que determinan la localización de la planta

---

<b>CALLE SIMÓN BOLIVAR</b>	<b>AVENIDA 24 DE MAYO</b>	<b>SECTOR EL CENTRO COMERCIAL "BARTOLOM E SERRANO"</b>
--------------------------------	-------------------------------	--

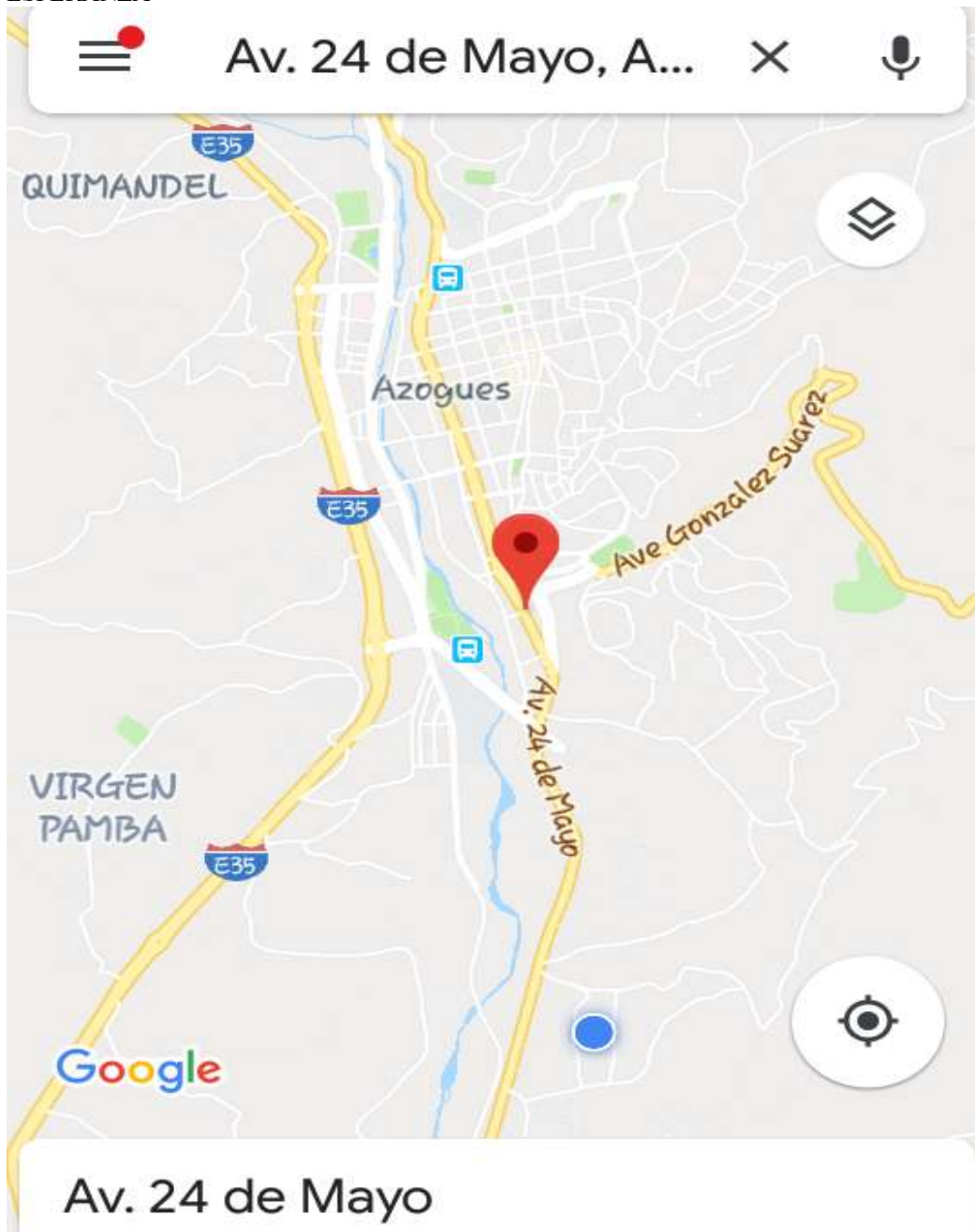
---

<b>VARIABLES</b>	<b>C. POND.</b>	<b>CALF.</b>	<b>C. POND.</b>	<b>CALF.</b>	<b>C. POND</b>	<b>CALF</b>	<b>C. POND</b>
Existencias de vías de comunicación	0,05	9	0,45	8	0,4	8	0,4
Disponibilidad de energía eléctrica	0,04	8	0,32	8	0,32	8	0,32
Disponibilidad de sistemas tecnológicos	0,04	8	0,32	8	0,32	8	0,32
Proximidad a servicios de transporte	0,02	7	0,14	9	0,18	5	0,1
Proximidad a las vías principales	0,3	7	2,1	9	2,7	5	1,5
Distancia a clientes	0,05	7	0,35	7	0,35	7	0,35
Condiciones del sitio	0,5	6	3	7	3,5	8	4
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>52</b>	<b>6,68</b>	<b>56</b>	<b>7,77</b>	<b>49</b>	<b>6,99</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

De acuerdo a la calificación por puntos a cada uno de los sectores de la ciudad de Azogues, la opción que más puntuación obtuvo fue la avenida 24 de mayo, con una calificación de 7,77 sobre 10 puntos.

Gráfico 4. Ubicación del Centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres de la ciudad de Azogues “LA ESPERANZA”



Fuente: Google Maps

El Centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres de la ciudad de Azogues “La Esperanza”, se encontrará ubicado en un sitio de fácil acceso, específicamente en la Avenida 24 de mayo, misma que se encuentra ubicada a pocos metros del centro de la ciudad, por lo que será de fácil llegada para los clientes, ya que existe proximidad a las vías principales y disponibilidad próxima a los medios de transporte público.

### 3.7.3. Tamaño óptimo

Capacidad instalada necesaria para satisfacer la demanda, que se expresa en unidades de producción por periodo. (Urbina, 2013).

La capacidad instalada estará en función de la demanda de mujeres que asistan al centro de apoyo por año, el Centro aspira contar con la asistencia del 17% de mujeres, de acuerdo con la proyección de la demanda insatisfecha, misma que es de 4022, debido a que es una demanda excesivamente alta, se establece el diecisiete por ciento, porcentaje obtenido mediante observación de las diferentes instituciones que prestan un servicio idéntico en la ciudad de Cuenca; para su determinación, obteniendo un valor de 684 asistentes para el primer año, con un incremento de asistencia en los años posteriores.

### 3.7.4. Factores que determina el tamaño

#### 3.7.4.1. Tamaño y Mercado

El segmento de mercado hacia el cual va dirigido el proyecto está plasmado a las mujeres de la ciudad de Azogues entre una edad comprendida de los 16 a 40 años de edad.

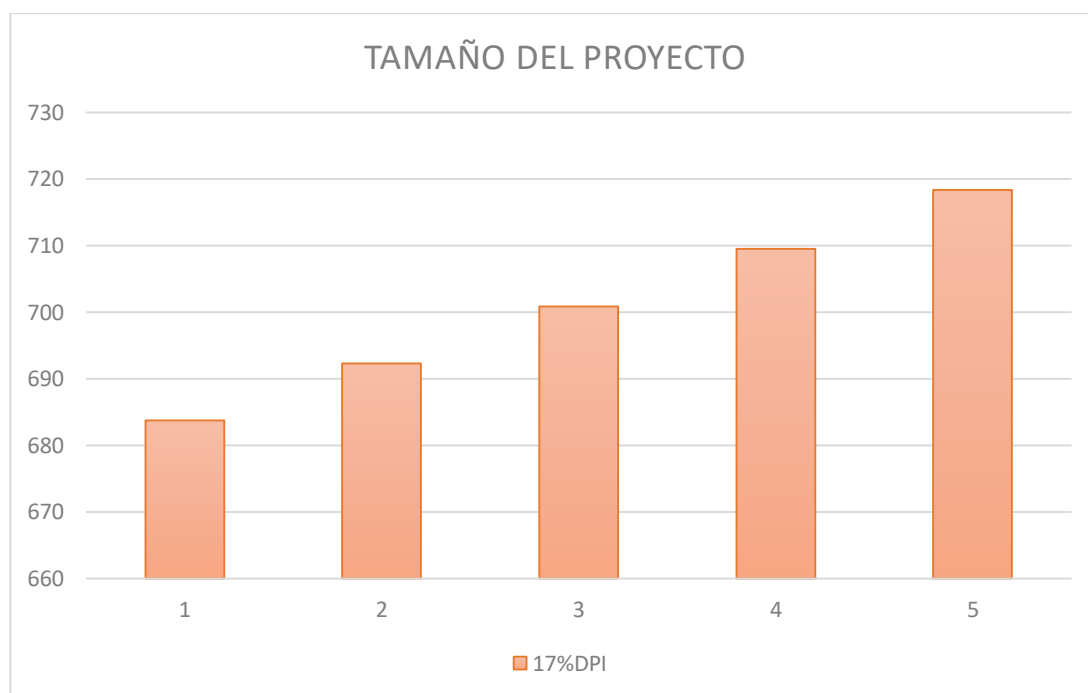
Tabla 8. Determinación del tamaño del proyecto en relación a la demanda del mercado

Años	Demanda	Oferta	Demanda potencial insatisfecha	17%DPI
2018	4022	0	4022	684
2019	4072	0	4072	692
2020	4123	0	4123	701
2021	4174	0	4174	710
2022	4226	0	4226	718

Fuente: Investigación de mercado

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Gráfico 5. Tamaño del proyecto



Fuente: Investigación de mercado

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

#### **3.7.4.2. Tamaño y aprovisionamiento de productos y servicios**

Para llevar a cabo con el servicio que se dará en el Centro de apoyo, será necesario la contratación de psicólogos y trabajadoras sociales, mismos que serán los encargados de impartir sus conocimientos, ya que será un personal especializado en el tema de apoyo, y de esta manera poder brindar un buen servicio por medio de las charlas, terapias y actividades que se realizarán dentro del Centro “La Esperanza”. El pago se realizará con el 50% de anticipación al momento de la inscripción de los clientes y el 50% al final de la terapia.

#### **3.7.4.3. Tamaño y Financiamiento**

Para saber con exactitud el financiamiento que el proyecto va a necesitar, es necesario efectuar un cuadro de inversiones iniciales que nos permita ver los rubros y sus pertinentes valores y cuál será el monto real requerido. Dentro de los rubros necesarios del proyecto

están, la compra de activos fijos operativos, el pago de activos corrientes y el capital de trabajo, durante el primer año. El monto detallado de la inversión inicial para el financiamiento será obtenido mediante una gestión por medio de instituciones financieras solicitando un préstamo, para de esta manera emprender una nueva empresa en la ciudad de Azogues.

### **3.7.5. Ingeniería del proyecto**

Estudio de las instalaciones y el funcionamiento de la empresa, el proceso productivo, la tecnología de producción, la infraestructura física, los equipos y la distribución interna. (Urbina, 2013).

En este punto se realiza el análisis referente a la instalación y el funcionamiento del servicio que brindará el Centro de apoyo psicoterapéutico social para las mujeres, jefas de familia de la Ciudad de Azogues “La Esperanza”, desde la prestación de servicios, descripción del proceso, adquisición de los equipos, la distribución óptima de la planta y finalmente la estructura jurídica y de organización que se tendrá en esta empresa.

#### **3.7.5.1. Prestación del servicio**

El Centro de apoyo psicoterapéutico social para las mujeres, jefas de familia de la Ciudad de Azogues” La Esperanza”, ofrecerá charlas basadas en problemas emocionales, problemas psicológicos adquiridos tanto en el entorno familiar como laboral, y de esta manera evaluarlos y diseñar sistemas para solventarlos, es decir programas de contenido sobre el tema, así como también terapias, orientación familiar, y actividades.

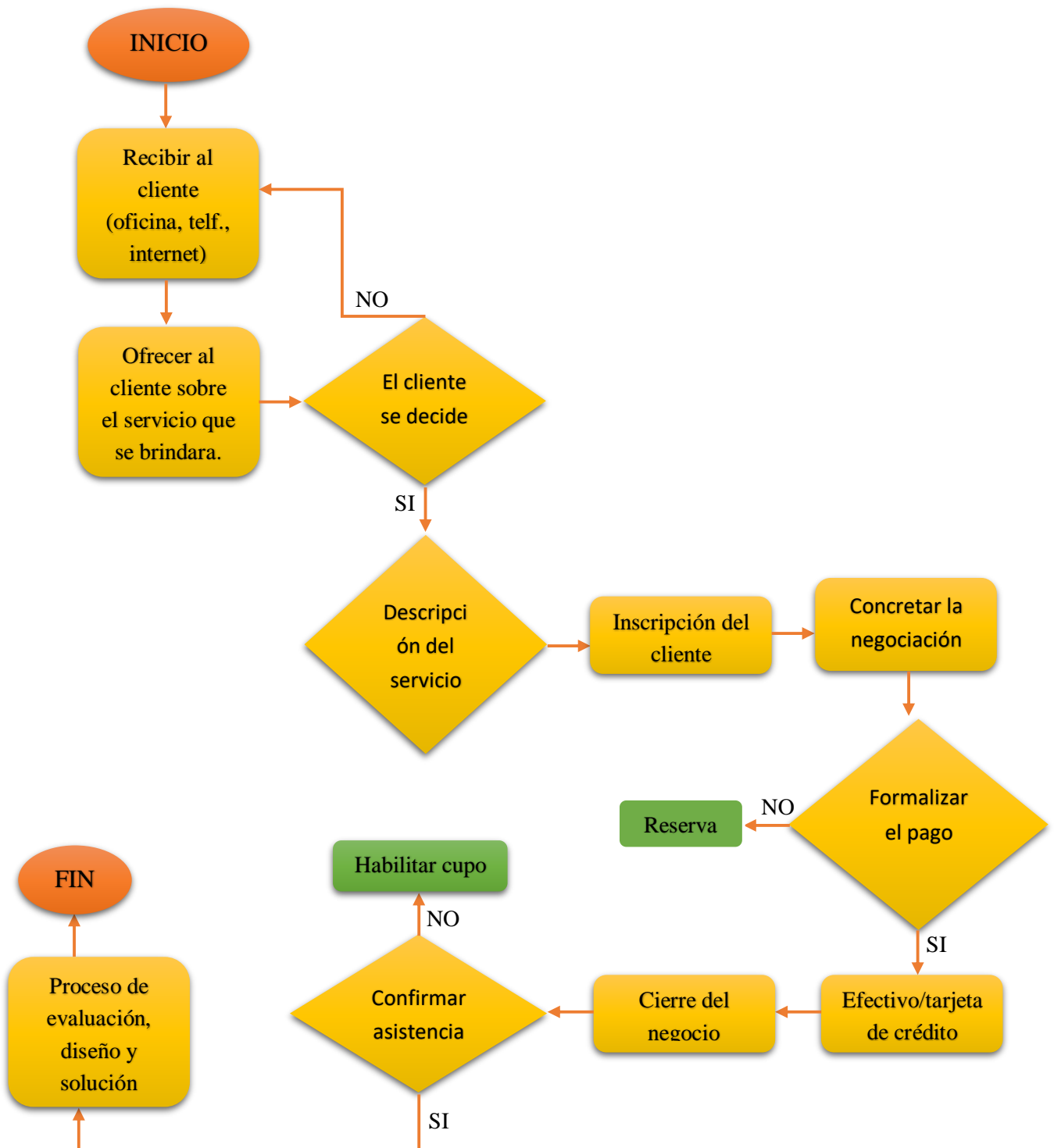
El servicio que ofrecerá el Centro son exclusivos para el mercado, y su ventaja competitiva o plus está basado en que este centro se dedicará única y exclusivamente a tratar los problemas emocionales y psicológicos de las mujeres de la Ciudad, así como también se realizarán actividades que serán de carácter emotivo, libre y dinámico, que permitan eliminar el estrés acumulado, la depresión, etc. Se contará con la asistencia personalizada de

trabajadoras sociales mismas que asistirán a la cliente, se dispondrá de catálogos, se crearán alianzas con Instituciones y centros artesanales para aquellas mujeres que no han culminado con sus estudios o no logran establecer un puesto de trabajo.

#### **3.7.5.2. Proceso de la prestación del servicio del Centro de apoyo psicoterapéutico social “La Esperanza”.**

A continuación, se presenta el diagrama de flujo de procesos a ser utilizado en el Centro “La Esperanza”.

Gráfico 6. Diagrama de flujo de procesos del servicio



Fuente: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

### 3.7.5.3. Equipos y maquinaria

El Centro de apoyo psicoterapéutico social para mujeres de la ciudad de Azogues, debe contar con equipos de última tecnología que permitan la prestación y presentación de los programas que se brindarán al cliente.

#### A. Mobiliario

El mobiliario que será requerido para el uso del personal y de los clientes se detallan a continuación:

Cuadro 4. Requerimiento de mobiliario

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Sillón ejecutivo	1	\$ 85,00	\$ 85,00
Sofás	1	\$ 128,00	\$ 128,00
sillas	18	\$ 7,50	\$ 135,00
escritorio	1	\$ 210,00	\$ 210,00
archivador	2	\$ 79,00	\$ 158,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 716,00</b>

Fuente: Centro comercial Arévalo

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

#### B. Equipos de oficina e informáticos

Las actividades de operación que se realizarán dentro del Centro “La Esperanza”, requieren de equipos y software especializados para ofrecer un soporte adecuado para el buen desempeño del negocio. Entre estos equipos tenemos los que se detallan a continuación.

Cuadro 5. Equipos de oficina y enseres

CONCEPTO	CARACTERISTICAS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadora	Hp	1	\$ 549,00	\$ 549,00
Impresora	Epson	1	\$ 189,99	\$ 189,99
Proyector	Epson	1	\$ 489,99	\$ 489,99
Teléfono	Panasonic	1	\$ 38,99	\$ 38,99
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.267,97</b>

Fuente: Zona Informática

Elaborado por: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

#### 3.7.5.4. Distribución interna(layout)

El presente gráfico muestra el layout de la manera en la que se encontrarán distribuidas correctamente las áreas del Centro “La Esperanza”, para prestar un correcto servicio, eficiente y efectivo.

Gráfico 7. Distribución de la planta



Diseño y adecuación: Estudiante, Paola Vivar., Ecuador 2018

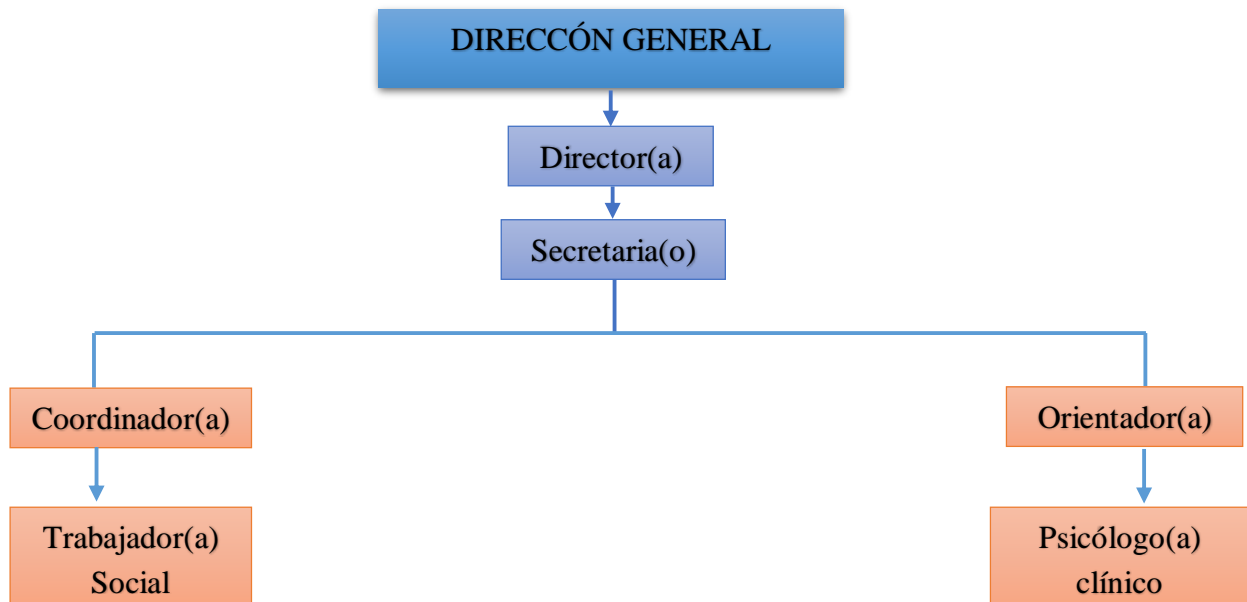
### 3.7.5.5. Análisis de la estructura Organizacional

Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma.

La estructura organizacional del Centro “La Esperanza”, será de una estructura simple, puesto que el tamaño, procesos y actividades son las que más se adapta a la empresa, dicha estructura estará conformada por 4 empleados para el primer año de atención.

Para cuestiones legales de la empresa se contará también con un asesor jurídico.

Gráfico 8. Estructura organizacional



Fuente: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

#### 3.7.5.5.1. Organigrama funcional

**Cargo: Director(a) General**

Departamento: Administración

**Funciones:**

- Desarrollar y presentar a la junta los planes y programas de corto y mediano plazo, tomando en cuenta las políticas generales de la empresa.

- Ejecutar los planes y programas aprobados por la junta.

- Responder por los resultados administrativos y financieros del Centro.
- Desarrollar estudios de mercado.
- Elaborar diseños.
- Planificar, programar y desarrollar.
- Contratar servicios eventuales.

**Cargo: Secretario(a)**

Área: Ventas

**Funciones:**

- Planificar, coordinar y supervisar los programas y actividades que se ofrecen dentro del Centro y de esta manera obtener los resultados establecidos en la planificación comercial.
- Desarrollar con el apoyo del Director(a) las políticas y programas de venta del servicio.
- Supervisar los medios que se llevan a cabo para realizar los programas establecidos.
- Atender al público que solicita información, brindándole la orientación requerida.

**Cargo: Trabajador(a) social**

Área: Operaciones/Coordinación

**Funciones:**

- Planificación y coordinación de los servicios, actividades, temas que se trataran dentro del Centro.
- Planificación, programación y operación de los sistemas que serán usados, materiales, implementos y horarios.

**Cargo: Psicólogo(a) clínico**

Área: Orientación

**Funciones:**

- Evaluación, aplicación y desarrollo de programas establecidos dentro del Centro.

- Diagnosticar y diseñar tratamientos necesarios.

### **3.7.5.6. Marco legal y factores legales relevantes**

El centro se constituirá como una “Compañía de responsabilidad limitada”.

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva acompañado siempre de una expresión peculiar para que no pueda confundirse con otra compañía. La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes por el hecho de constituirse, no adquieren calidad de comerciantes.

#### **Disposiciones:**

- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones permitidas por la ley.
- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince.
- El capital mínimo con el que debe constituirse una compañía de responsabilidad limitada, es de cuatrocientos dólares.

#### **Requisitos para la creación de un centro de apoyo psicoterapéutico social.**

1. Reserva del nombre en la superintendencia de compañías. La reserva del nombre tendrá validez por el plazo de treinta días, contados desde la fecha de reserva.
2. Posteriormente se registra el nombre en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, lo cual otorga propiedad sobre el mismo, en el caso del Centro de apoyo social se debe solicitar en el GAD MUNICIPAL un certificado de búsqueda de nombre comercial, el mismo que será entregado en el Ministerio de Inclusión Económica y Social.

3. Apertura de la cuenta de integración de capital, en cualquier banco de la ciudad, si la constitución es en numerario, posteriormente se abre una cuenta de integración de la compañía, conforme a los capitales mínimos establecidos para cada tipo de empresa en la Ley de compañías.

4. Minuta de constitución de la compañía (firmada por un abogado), se debe adjuntar el estatuto de la compañía, el cuadro de integración del capital.

5. Elevar a escritura pública la constitución de la empresa en cualquier notaria.

6. Presentación de tres escrituras de constitución con oficio firmado por un abogado en la superintendencia de compañías o en las ventanillas únicas.

7. Debe obtener la patente de constitución de la compañía y resolución de superintendencia de compañías en original y copia ejercido por el GAD MUNICIPAL DE

LA CIUDAD DE AZOGUES:

- Plano de ubicación del local
- Copia de contrato de arrendamiento o título de propiedad
- Certificado de no adeudar al municipio
- Original y copia de la cedula de ciudadanía actualizada del representante o propietario.

**Requisitos para la persona jurídica:**

1. Escritura de la constitución de la empresa.
2. Copia de la cedula, papeleta de votación del representante o propietario.
3. Compra del formulario de la patente anual de funcionamiento.
4. Copia del cálculo de la ordenanza de la patente.
5. Inscribir las escrituras en el registro mercantil.
6. Copia de RUC, requisitos para la obtención del RUC:

- Original y copia de la cedula de identidad, ciudadanía o pasaporte del propietario o representante.

- Original del certificado de votación.

- Planilla del servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.

8. Copias de títulos de los profesionales psicológicos y sociales.

9. Copia del croquis de ubicación del local que brindara el servicio.

### **3.8. Estudio Económico-Financiero**

#### **3.8.1. Objetivos**

- Determinar el monto total de los recursos económicos necesarios.

- Llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá el proyecto.

- Definir los ingresos que se generaran.

- Realizar el análisis del financiamiento y elaborar los principales estados financieros.

#### **3.8.2. Inversiones y capital de trabajo del negocio en marcha**

Para la implementación de este servicio, se produce salidas de dinero, lo que nos da una perspectiva del monto necesario para la estabilización del proyecto que se desea aplicar. Se requiere evaluar los valores para la adecuación y equipos a implementarse.

La inversión está formada por los activos fijos y los activos intangibles (diferidos) que son necesarios para comenzar con la propuesta de creación del Centro “La Esperanza”.

El horizonte de este estudio será de 5 años, por lo que todas las proyecciones necesarias serán anuales y para dicho tiempo.

Tabla 9. Inversión inicial

<b>Inversión</b>	
<b>Activo Fijo</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Precio Total</b>
<b>Pre inversión</b>	<b>\$ 2.367,96</b>
Estudios del proyecto	\$ 2.367,96

<b>Equipamiento</b>	<b>\$ 1.983,97</b>
Equipos de computo	\$ 1.267,97
Muebles y enseres	\$ 716,00
<b>Total activo fijo</b>	<b>\$ 4.351,93</b>
<b>Activo Diferido</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Precio Total</b>
–	–
<b>Total activo diferido</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.351,93</b>

Fuente: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

El capital de trabajo constituye el dinero en efectivo con el cual se debe contar para prever los costos y gastos durante el primer mes de funcionamiento del negocio. Mientras más grande sea el monto del capital de trabajo que tenga una empresa, menos será el riesgo de que esta se insolvente. (BACA, 2010).

El capital de trabajo son los recursos que necesita el Centro para realizar su servicio. Para este cálculo se realizó mediante la aplicación de la fórmula financiera de activo corriente menos pasivo corriente que nos da un resultado de \$5000,00 O también desglosando como se presenta en la siguiente tabla en la que nos da el mismo valor.

Tabla 10. Capital del trabajo

<b>Capital de trabajo</b>	
Bancos	\$5.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$5.000,00</b>

Fuente: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

### 3.8.3. Inversión total

Tabla 11. Inversión

<b>Centro de apoyo "La Esperanza"</b>	
<b>Inversión</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Total</b>

<b>A: Activos Fijos</b>	
Equipos, muebles y enseres	\$ 716,00
Equipo de cómputo y software	\$ 1.267,97
<b>B: Activos Intangibles</b>	
–	
<b>C: Capital de trabajo</b>	
Bancos	\$ 5.000,00
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>\$ 6.983,97</b>

Fuente: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

### 3.8.4. Análisis de gastos (egresos)

A continuación, se presentan los diferentes gastos que se generarán en el servicio que prestará el Centro “La Esperanza”.

#### Gastos de servicios básicos

Cuadro 6. Gastos, servicios básicos

<b>Servicios Básicos</b>		
<b>Servicios básicos</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Luz eléctrica	\$ 15,00	\$ 180,00
Agua	\$ 8,00	\$ 96,00
Teléfono	\$ 7,00	\$ 84,00
Internet	\$ 20,50	\$ 246,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 50,50</b>	<b>\$ 606,00</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

#### Gastos de publicidad

Cuadro 7. Gastos de publicidad

<b>Concepto</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Marketing Digital	\$ 35,00	\$ 420,00
Otros medios de publicidad	\$ 45,00	\$ 540,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 960,00</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

## Gastos de remuneraciones del personal

Cuadro 8. Remuneraciones

Cargo	Sueldo Básico	Décimo III	Décimo IV	Vacaciones	Aporte al IESS 12,15%	Fondos de reserva 8,33%	Valor Mensual	Valor Anual
Director(a)	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 32,83	\$ 33,33	\$ 97,20	\$ 66,64	\$ 1.096,67	\$ 13.160,08
Psicólogo(a) clínico	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 16,42	\$ 47,87	\$ 32,82	\$ 556,77	\$ 6.681,29
Trabajador(a) social	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 16,42	\$ 47,87	\$ 32,82	\$ 556,77	\$ 6.681,29
<b>TOTAL</b>							<b>\$ 2.210,22</b>	<b>\$ 26.522,67</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

## Gastos de depreciación

Cuadro 9. Depreciación

Rubros	Valor de adquisición	Tiempo de vida útil(años)	Porcentaje %	Valor residual	Valor a depreciar	Total mensual	Total anual
Equipos, muebles y enseres	\$ 716,00	10	10%	\$ 71,60	\$ 644,40	\$ 5,37	\$ 64,44
Equipo de cómputo y software	\$ 1.267,97	3	3%	\$ 38,04	\$ 1.229,93	\$ 34,16	\$ 409,98
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>						<b>\$ 39,53</b>	<b>\$ 474,42</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

## Gastos de permisos

Cuadro 10. Gastos de permisos

Permisos	Valor
Escritura pública de la constitución del servicio	\$ 25,00
Patente del Municipio de Azogues	\$ 75,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 100,00</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

### Gasto de útiles de oficina, útiles de aseo y limpieza

Cuadro 11. Gastos, útiles de oficina

Útiles de oficina			
Detalle	Cantidad anual	Precio unitario	Precio total
Lápiz	10	\$ 0,40	\$ 4,00
Esferos	20	\$ 0,25	\$ 5,00
Resaltador	4	\$ 0,80	\$ 3,20
Corrector	2	\$ 0,50	\$ 1,00
Resma de papel	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Agenda	2	\$ 4,50	\$ 9,00
Engrapadora	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Perforadora	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Clips(cajas)	3	\$ 0,20	\$ 0,60
Carpetas	20	\$ 0,15	\$ 3,00
USB	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Grampas	3	\$ 0,25	\$ 0,75
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 50,55</b>

Fuente: Librería Mega Única

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

Cuadro 12. Gastos, útiles de aseo y limpieza

Artículos de aseo
-------------------

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Basurero	3	\$ 7,45	\$ 22,35
Escoba	1	\$ 2,25	\$ 2,25
Recogedor	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Trapeador	1	\$ 5,50	\$ 5,50
Detergente en polvo	4	\$ 2,80	\$ 11,20
Jabón liquido	5	\$ 2,50	\$ 12,50
Ambiental	4	\$ 3,25	\$ 13,00
Papel sanitario	5	\$ 4,00	\$ 20,00
Toallas de tela	3	\$ 4,50	\$ 13,50
Brillantina	3	\$ 6,35	\$ 19,05
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 121,35</b>

Fuente: Mega tienda del Sur

Elaborado por: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

### Otros Gastos

Cuadro 13. Otros gastos

<b>Concepto</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
<b>Arriendo</b>	\$ 250,00	\$ 3000,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3000,00</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

### Gasto de interés del préstamo

Cuadro 14. Gasto de interés del préstamo

<b>INTERÉS ANUAL</b>				
<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
\$ 521,95	\$ 435,58	\$ 341,02	\$ 237,48	\$ 124,12

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

### Presupuesto de Egresos

Tabla 12. Presupuesto de egresos

**Centro de apoyo "La Esperanza"**

<b>Presupuesto de egresos proyectado</b>					
<b>Concepto</b>	<b>Años</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Gastos de Administración</b>					
<b>Arriendo</b>	\$ 3.000,00	\$ 3.006,90	\$ 3.013,82	\$ 3.020,75	\$ 3.027,70
<b>Sueldo del director (a)</b>	\$ 13.160,08	\$ 13.190,35	\$ 13.220,69	\$ 13.251,09	\$ 13.281,57
<b>Servicios básicos</b>	\$ 606,00	\$ 607,39	\$ 608,79	\$ 610,19	\$ 611,59
<b>Útiles de oficina</b>	\$ 50,55	\$ 50,67	\$ 50,78	\$ 50,90	\$ 51,02
<b>Útiles de aseo</b>	\$ 121,35	\$ 121,63	\$ 121,91	\$ 122,19	\$ 122,47
<b>Permisos anuales</b>	\$ 100,00	\$ 100,23	\$ 100,46	\$ 100,69	\$ 100,92
<b>Total gastos de administración</b>	<b>\$ 17.037,98</b>	<b>\$ 17.077,17</b>	<b>\$ 17.116,44</b>	<b>\$ 17.155,81</b>	<b>\$ 17.195,27</b>
<b>Gastos de Ventas</b>					
<b>Publicidad</b>	\$ 960,00	\$ 962,21	\$ 964,42	\$ 966,64	\$ 968,86
<b>Sueldos del personal</b>	\$ 13.362,59	\$ 13.393,32	\$ 13.424,13	\$ 13.455,00	\$ 13.485,95
<b>Depreciación</b>	\$ 474,42	\$ 474,42	\$ 474,42	\$ 474,42	\$ 474,42
<b>Total gasto de ventas</b>	<b>\$ 14.797,01</b>	<b>\$ 14.829,95</b>	<b>\$ 14.862,97</b>	<b>\$ 14.896,06</b>	<b>\$ 14.929,23</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
<b>Interés del préstamo</b>	\$ 521,95	\$ 435,58	\$ 341,02	\$ 237,48	\$ 124,12
<b>Total gastos financieros</b>	<b>\$ 521,95</b>	<b>\$ 435,58</b>	<b>\$ 341,02</b>	<b>\$ 237,48</b>	<b>\$ 124,12</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 32.356,94</b>	<b>\$ 32.342,70</b>	<b>\$ 32.320,43</b>	<b>\$ 32.289,36</b>	<b>\$ 32.248,62</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

Para el cálculo de la tabla N°12 se procedió a realizar mediante el porcentaje de inflación del 0,23% obtenido del INEC, valor anual establecido en septiembre de 2018.

### **3.8.5. Estructura del financiamiento**

Este modelo de negocios tendrá un financiamiento para poder brindar los servicios que se han establecido mismo que serán a través de las actividades que brindará el Centro “La Esperanza”, mediante un préstamo. El monto del préstamo será de 5500,00 para un tiempo de 5 años con una tasa de interés del 9,49% este préstamo servirá para ayudar a cumplir con todos los aspectos de inversión del Centro “La Esperanza”.

En la siguiente tabla se indica la amortización de dicho préstamo.

Tabla 13. Amortización

<b>AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO</b>							
<b>Capital del préstamo</b>		<b>Pagos anuales</b>				<b>\$1.432,03</b>	
		<b>\$5.500,00</b>					
<b>Tasa de interés anual</b>		<b>9,49%</b>		<b>Intereses acumulados</b>		<b>\$1.660,16</b>	
<b>Período de amortización (años)</b>		<b>5</b>		<b>Pagos totales</b>		<b>\$7.160,16</b>	
<b>Año</b>	<b>Inicial</b>	<b>Pagos</b>	<b>Principal</b>	<b>Intereses</b>	<b>Principal Acumulado</b>	<b>Intereses Acumulados</b>	<b>Saldo final</b>
<b>1</b>	\$5.500,00	\$1.432,03	\$ 910,08	\$ 521,95	\$ 910,08	\$ 521,95	\$4.589,92
<b>2</b>	\$4.589,92	\$1.432,03	\$ 996,45	\$ 435,58	\$1.906,53	\$ 957,53	\$3.593,47
<b>3</b>	\$3.593,47	\$1.432,03	\$1.091,01	\$ 341,02	\$2.997,54	\$1.298,55	\$2.502,46
<b>4</b>	\$2.502,46	\$1.432,03	\$1.194,55	\$ 237,48	\$4.192,09	\$1.536,04	\$1.307,91
<b>5</b>	\$1.307,91	\$1.432,03	\$1.307,91	\$ 124,12	\$5.500,00	\$1.660,16	-
							\$7.160,16

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

### 3.8.6. Gastos fijos y gastos variables

Tabla 14. Gastos fijos y gastos variables

<b>Gastos fijos y gastos variables</b>			
<b>Gastos fijos</b>		<b>Gastos variables</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>	<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
<b>Remuneraciones</b>	\$ 26.522,67	Servicios básicos	\$ 606,00
<b>Arriendo</b>	\$ 3.000,00		
<b>Depreciaciones</b>	\$ 474,42		
<b>Interés préstamo</b>	\$ 1.660,16		
<b>Útiles de oficina</b>	\$ 50,55		
<b>Útiles de aseo y limpieza</b>	\$ 121,35		
<b>Publicidad</b>	\$ 960,00		
<b>Permisos</b>	\$ 100,00		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 32.889,14</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 606,00</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

### 3.8.7. Balance general

En el presente balance general del negocio que se detalla a continuación en la tabla se puede observar la situación financiera del Centro “La Esperanza”.

Tabla 15. Balance General

<b>Centro de apoyo La Esperanza</b>			
<b>Balance general</b>			
<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Activo Corriente</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Pasivo corriente</b>	<b>Cantidad</b>
Bancos	\$5.000,00		
<b>Total activo corriente</b>	<b>\$5.000,00</b>		
<b>Activo Fijo</b>		<b>Pasivo no corriente</b>	
Muebles y enseres	\$ 716,00	Préstamo	\$5.500,00
Equipo de computo	\$1.267,97	<b>Patrimonio</b>	
<b>Total activo Fijo</b>	<b>\$1.983,97</b>	Capital	\$1.483,97
<b>Total activo</b>	<b>\$6.983,97</b>	<b>Total pasivo + patrimonio</b>	<b>\$6.983,97</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

### 3.8.8. Estado de resultados

En este estado financiero se presentan los resultados logrados siendo estos la utilidad que se obtendría en los periodos proyectados, por lo que determina si el proyecto tendrá ingresos suficientes para su ejecución y si los márgenes de utilidad serán en la cantidad requerida para pagar deudas.

Tabla 16. Estado de resultados

<b>Centro de apoyo "La Esperanza"</b>					
<b>Estado de Resultados</b>					
<b>Recursos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas Netas	\$ 34.190,15	\$ 34.614,10	\$ 35.043,32	\$ 35.477,85	\$ 35.917,78
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 34.190,15</b>	<b>\$ 34.614,10</b>	<b>\$ 35.043,32</b>	<b>\$ 35.477,85</b>	<b>\$ 35.917,78</b>
Gastos de Administración	\$ 17.037,98	\$ 17.077,17	\$ 17.116,44	\$ 17.155,81	\$ 17.195,27
Gasto de Ventas	\$ 14.797,01	\$ 14.829,95	\$ 14.862,97	\$ 14.896,06	\$ 14.929,23
Gastos Financieros	\$ 521,95	\$ 435,58	\$ 341,02	\$ 237,48	\$ 124,12

<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$ 1.833,21</b>	<b>\$ 2.271,40</b>	<b>\$ 2.722,89</b>	<b>\$ 3.188,50</b>	<b>\$ 3.669,16</b>
Depreciación	\$ 474,42	\$ 474,42	\$ 474,42	\$ 474,42	\$ 474,42
<b>Utilidad antes de participación</b>	<b>\$ 1.358,79</b>	<b>\$ 1.796,99</b>	<b>\$ 2.248,47</b>	<b>\$ 2.714,08</b>	<b>\$ 3.194,74</b>
Participación a trabajadores (15)%	\$ 203,82	\$ 269,55	\$ 337,27	\$ 407,11	\$ 479,21
<b>Utilidad antes del impuesto a la renta</b>	<b>\$ 1.154,97</b>	<b>\$ 1.527,44</b>	<b>\$ 1.911,20</b>	<b>\$ 2.306,97</b>	<b>\$ 2.715,53</b>
Impuesto a la renta	\$ 254,09	\$ 336,04	\$ 420,46	\$ 507,53	\$ 597,42
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 900,88</b>	<b>\$ 1.191,40</b>	<b>\$ 1.490,74</b>	<b>\$ 1.799,44</b>	<b>\$ 2.118,11</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

### 3.8.9. Flujo de caja

Provee información contable importante para validar la ejecución y viabilidad del Centro “La Esperanza”, ya que ayuda a determinar la salida de recursos en un momento determinado, como también un análisis proyectivo para sustentar la toma de decisiones en las actividades financieras, operacionales y administrativas, estos serán proyectados anualmente para el horizonte del modelo de negocios que es cinco años.

Tabla 17. Flujo de caja

DESCRIPCIÓN	PERIODOS					
	Saldo inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO POR ACTIVIDADES INGRESOS</b>						
Ventas		\$ 34.190,15	\$ 34.614,10	\$ 35.043,32	\$ 35.477,85	\$ 35.917,78
<b>Subtotal:</b>		<b>\$ 34.190,15</b>	<b>\$ 34.614,10</b>	<b>\$ 35.043,32</b>	<b>\$ 35.477,85</b>	<b>\$ 35.917,78</b>
<b>Gastos Operativos</b>						
Gastos de Administración		\$ 17.037,98	\$ 17.077,17	\$ 17.116,44	\$ 17.155,81	\$ 17.195,27
Gastos de Ventas		\$ 14.797,01	\$ 14.829,95	\$ 14.862,97	\$ 14.896,06	\$ 14.929,23
<b>Subtotal:</b>		<b>\$ 31.834,99</b>	<b>\$ 31.907,12</b>	<b>\$ 31.979,41</b>	<b>\$ 32.051,87</b>	<b>\$ 32.124,50</b>
<b>Saldo Operativo</b>		<b>\$ 2.355,16</b>	<b>\$ 2.706,99</b>	<b>\$ 3.063,91</b>	<b>\$ 3.425,98</b>	<b>\$ 3.793,28</b>
<b>FLUJO ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>						
Inversión	\$ 4.351,93					
<b>FLUJO POR ACTIVIDADES FINANCIAMIENTO</b>						
Préstamo bancario	\$ 5.500,00					
(-)Pago capital e interés (Préstamo)		\$ 1.432,03	\$ 1.432,03	\$ 1.432,03	\$ 1.432,03	1.432,03
<b>FLUJO Neto</b>	<b>\$ 9.851,93</b>	<b>\$ 3.787,19</b>	<b>\$ 4.139,02</b>	<b>\$ 4.495,94</b>	<b>\$ 4.858,01</b>	<b>\$ 5.225,31</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

### 3.9. Evaluación Financiera

El valor actual neto (VAN), es una operación que permite dar el resultado del valor presente. Para determinar el VAN del negocio se toma los valores del flujo de efectivo y una tasa de interés del 9,49% dato obtenido del Banco Central del Ecuador, el horizonte de planeación es de cinco años. Si el VAN es mayor a cero la inversión será rentable, si es igual a cero los inversionistas deben tomar la decisión si lo realizan o no y si es negativo la negociación no es apropiada.

La tasa interna de retorno o tasa de rentabilidad (TIR) de una inversión, es la media geométrica de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para “reinvertir”.

Tabla 18. Evaluación VAN, TIR

<b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b>	
Flujo Inicial	\$ -9.851,93
Flujo año 1	\$ 3.787,19
Flujo año 2	\$ 4.139,02
Flujo año 3	\$ 4.495,94
Flujo año 4	\$ 4.858,01
Flujo año 5	\$ 5.225,31
<b>Interés</b>	
<b>BCE</b>	9,49%
<b>VAN</b>	<b>\$7.186,04</b>
<b>TIR</b>	<b>33%</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018

#### **4. Capítulo IV. Conclusiones y recomendaciones**

##### **4.1. Conclusiones**

Luego de los datos obtenidos en cada uno de los estudios realizados, se ha llegado a la siguiente conclusión:

En la actualidad existen problemas emocionales, sociales psicológicos que muchas veces las personas no los toman en cuenta, puesto que se dice ser es algo sin importancia, sin embargo estos problemas dan como consecuencia serias actitudes negativas, forma de pensar, y que no ha sido tratados con exclusividad, por lo que el Centro de apoyo “La Esperanza”, es una nueva propuesta como una oportunidad para aquellas mujeres, como una oportunidad de mejor calidad de vida, satisfacción emocional saber cómo contrarrestar los problemas que se presentan tanto en el entorno familiar, laboral y social.

De esta manera luego de proceder con la obtención de datos, se analiza el estudio de mercado mismo que fue enfocado a las mujeres de ciudad de Azogues, obteniendo una demanda insatisfecha de 4022 para el año 2018, por lo que hace posible que el proyecto sea viable, debido a que este análisis es de fundamental importancia porque a través de este dato se puede establecer el grado de aceptación que existirá por los posibles clientes.

De la misma forma se dedujo luego del estudio, en base de las investigaciones de campo que el Centro de apoyo “La Esperanza”, tiene grandes oportunidades de crecimiento económico, social, diversificado y dinámico, debido a que el proyecto es llamativo y favorable por lo que no existen dentro de la ciudad centros o profesionales que se dediquen exclusivamente al trato, terapia de estas emociones que perciben las mujeres, por ende el proyecto va a tener utilidades favorables que van a ir aumentando con el transcurso del tiempo y de esta manera se podrá recuperar el dinero que se invirtió para poner en marcha el proyecto.

Por otro lado, mediante el estudio técnico se determinó la localización ideal para el establecimiento del proyecto, determinando a través de variables que favorezcan a las personas que formen parte del centro, y de esta manera lograr una mayor aceptación del proyecto.

Es así que finalmente mediante el análisis económico financiero se puede comprobar todo lo antes mencionado, se evidencia un VAN positivo de \$7186,04, la TIR evaluada con el costo de oportunidad presentado en el proyecto es de 33%, lo que indica que el proyecto es económicamente rentable.

#### **4.2. Recomendaciones**

Para mantener estable el Centro de apoyo “La Esperanza”, se pretende mantener información actualizada sobre los clientes potenciales, a través de estudios trimestrales o anuales sobre el servicio prestado, para de esta manera anticipar acciones de manera que se genere una mejor atención, calidad y conformidad de los clientes.

Crear planes de acción contingentes que mitiguen los posibles riesgos en caso de presentarse algún tipo de inconveniente en el desarrollo de las actividades.

Establecer alianzas con Centros educativos, instituciones, MIES de manera que se pueda generar beneficios equitativos.

Finalmente, es impredecible que existan sucursales del Centro, en otras ciudades, por lo que es recomendable la implementación de nuevos escenarios a nivel nacional, lo que incrementará los clientes y por ende las utilidades de la empresa.

## 5. Referencias

(s.f.).

LEY DE COMPAÑÍAS. (20 de mayo de 2014). Obtenido de [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf)

ANALISIS DE LA ESTRUCTURA ECONOMICA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA. (s.f.). Obtenido de <http://madridexcelente.com/wp-content/uploads/2017/04/An%C3%A1lisis-de-estructura-Econ%C3%B3mica-y-Financiera.pdf>

Andia, W. (2011). *Industrial Data*. Obtenido de La demanda insatisfecha en los proyectos de inversion publica: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81622585009>

Andia, W. (2011). *Industrial Data*. Obtenido de La demanda insatisfecha en los proyectos de inversion publica: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81622585009>

Andia, W. (julio-diciembre de 2011). *La demanda insatisfecha en los proyectos de inversion publica*. Obtenido de Industrial Data: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81622585009>

Askunze. (2013). *Formas de organizacion social*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425553381014>

BACA, G. (2010). *EVALUACION DE PROYECTOS*. Obtenido de <https://leonelmartinez.files.wordpress.com/2015/01/1-gabriel-baca-urbina-evaluacion-de-proyectos-6ta-edicion-2010.pdf>

Barrios. (2010). *Modelos de negocio en la empresa del futuro*. Obtenido de <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2015/01/BBVA-OpenMind-Modelos-de-negocio-en-la-empresa-del-futuro-innovacion-empresarial.pdf>

Bujan, A. (septiembre de 2013). *Gastos operacionales*. Obtenido de ENCICLOPEDIA FINANCIERA.

Casadesus, & Ricart. (2011).

Casadesus, & Ricart. (2011). *Modelos de negocio*. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/5152/1/940794.2011.pdf>

Ceballos, F. (enero-junio de 2011). *EL ULTIMO ALIENTO: UNA FENOMENOLOGIA SOBRE SER MADRE SOLTERA*. Obtenido de Enseñanza e investigacion en psicologia: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29215963015>

Cervilla, & Puente. (2013). *MODELOS DE NEGOCIOS*.

Cervilla, M. A., & Puente, R. (Junio de 2013). *Modelos de negocio de emprendimientos por y para la base de la piramide*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/280/28026992009.pdf>

Coca, M., & Villarroel, M. (2006). *Perspectivas*. Obtenido de La demanda de servicios M-Commerce: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942413005>

Coronado, M. A., Cordova, A., Garcia, M., Santiago, V. G., & Vasquez, R. A. (enero - junio de 2013). *Estrategias de mercado para productos elaborados a base de chiltepin en la sierra de sonora*. Obtenido de Revista mexicana de agronegocios: <http://www.redalyc.org/pdf/141/14125584017.pdf>

- Cosio, J. M. (enero-junio de 2011). *Los proyectos y los planes de negocios*. Obtenido de PERSPECTIVAS: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941231003>
- Cuenu, J. E. (julio-diciembre de 2011). *Perspectiva socio-fenomenologica de la estructura organizacional burocratica*. Obtenido de CUADERNOS DE ADMINISTRACION.
- del Mar Torres, N. (2017). *GENERO EN EL DISCURSO: DISCRIMINACION, MALTRATO A LA MUJER*. Obtenido de Asociacion Nacional de Psicologia Evolutiva y Educativa de la Infancia, Adolescencia y mayores: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349853537028>
- Diaz, J. (2014). *Comercializacion de loa productos y servicios de la ciencia: retos y perspectivas*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1930/193030122007.pdf>
- Duarte, T., & Ruiz, T. (diciembre de 2009). *Emprendimiento, una opcion para el desarrollo*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917310058>
- Duque Orozco, Y., Cardona Acevedo, M., & Rendon Acevedo, J. (2013). *Responsabilidad social empresarial*.
- Fayol. (s.f.).
- Friedman, M. (s.f.). *Vision de futuro*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357935464004>
- Garcia, A. (septiembre-diciembre de 2016). *Cultura de servicio en la optimizacion del servicio al cliente*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99346931003>
- George, & Bock. (2011). *MODELO DE NEGOCIO COMO BASE DEL EXITO EMPRESARIAL*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/364817118/3537-el-Modelo-de-Negocio-Como-Base-Del-Exito-Empresarial-una-Revision-Teorica>
- Gordillo, J. L., Martinez, E., & Stephens, C. (abril - junio de 2012). *Develando estrategias de mercado: mineria de datos aplicada al analisis de mercados financieros*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=61523309008>
- Hernandez. (2010).
- Hernandez, L. (2014). *Violencia de genero* . Obtenido de UNA MIRADA DESDE LA SOCIOLOGIA: <https://www.animalpolitico.com/blogueros-blog-invitado/2016/04/22/violencia-de-genero-un-problema-social/>
- Herran, J. (2013). *La economia popular y solidaria. Una practica mas que un concepto*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504550955003>
- Jara. (2013). *AGENDA NACIONAL DE LAS MUJERES Y LA IGUALDAD DE GENERO*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/Agenda-Nacional-de-Mujeres-y-Igualdad-de-Genero.pdf>
- Kinnear, & Taylor. (2000).
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *DIRECCION DE MARKETING*. Mexico: Pearson Education.
- Leiva, M. (2010). *Ciencias Gerenciales*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78216327006>

- Leon Romero, R. (2008). *Aprenda a negociar con éxito*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942157010>
- López, A. B., & Sánchez, E. (2001). *Estructura social, apoyo social y salud mental*. Obtenido de PSICOTHEMA: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72713103>
- Lopez, L. (2001). *Una patología del vínculo amoroso: el maltrato a la mujer*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265019674002>
- Luzio, L. M., Viera, A., & Benison. (2013). *Economía Solidaria*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=331231868011>
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. Mexico: PRENTICE HALL.
- Marcotrigiano Z, L. A. (enero-julio de 2013). *Reflexiones acerca de la elaboración y presentación de estados financieros bajo ambiente VEN-NIF*. Obtenido de ACTUALIDAD CONTABLE FACES: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25728399004>
- McClelland. (2010). Obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3157/T11.10%20P836m.pdf?sequence=1>
- McGrath. (2011). *Modelos de negocio*. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/5152/1/940794.2011.pdf>
- MIES. (2012). Obtenido de LEY ORGANICA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA: [https://www.todaunavida.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/1\\_ley\\_y\\_reglamento\\_EPS.pdf](https://www.todaunavida.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/1_ley_y_reglamento_EPS.pdf)
- MIES. (s.f.). *LEY DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA*. Obtenido de [https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/ley\\_economia\\_popular\\_solidaria.pdf](https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/ley_economia_popular_solidaria.pdf)
- Montoya Agudelo, C. A., & Boyero Saavedra, M. (enero - junio de 2013). El CRM COMO HERRAMIENTA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA ORGANIZACION. *Vision de Futuro*, 138-142.
- Narváez, A. (julio de 2009). *Contabilidad y Negocios*. Obtenido de Valoración de empresas: en busca del precio justo: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281621749004>
- Ochoa. (2011). *Economía y Desarrollo*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425553381014>
- Oldenburg, D. (2008). *Gerencia de proyectos*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357935471003>
- Oliveros, M. A., & Rincon de Parra, H. C. (enero-junio de 2011). *Gestión de costos de proyectos: un abordaje teórico desde las mejores prácticas del Project Management Institute*. Obtenido de VISION GERENCIAL: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890010>
- Ostewalder, & Pigneur. (2012). *Modelos de negocio*.
- Paramo, D. (diciembre de 2002). *INGENIERIA DE MERCADOS: UNA APROXIMACION AL MARKETING DE HOY*. Obtenido de MARKETING: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10900507>

- Patinha, M. (Julio de 2017). *Estudios de mercado: clientes, proveedores y consultoras, creando juntos la vision que nos permitira llegar al futuro*. Obtenido de <http://www.pmfarma.com.mx/articulos/765-estudios-de-mercado-clientes-proveedores-y-consultoras-creando-juntos-la-vision-que-nos-permitira-llegar-al-futuro.html>
- Perez, J. C., & Mackinlay, H. (enero-junio de 2015). *Los procesos agrarios de amortizacion y desamortizacion: concepciones y formas*. Obtenido de SIGNOS HISTORICOS.
- Perez, V. (enero-junio de 2017). *La financiacion para el desarrollo: una aproximacion teorica*. Obtenido de ECONOMIA Y DESARROLLO: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425553381009>
- Quintero, A. (2003). *El aprendizaje en la Empresa: la nueva ventaja competitiva*. Obtenido de Educacion y Educadores: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83400609>
- Restrepo, C. E., Restrepo, L. S., & Estrada, S. (Diciembre de 2006). *Enfoque estrategico del servicio al cliente*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84911652051>
- Reyes, J. L. (2013). *Inversion*. Obtenido de [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/tepeji/administracion/documentos/tema/Proyectos\\_de\\_Inversion.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tepeji/administracion/documentos/tema/Proyectos_de_Inversion.pdf)
- Rizzo, M. M. (septiembre-diciembre de 2007). *EL CAPIOTAL DE TRABAJO NETO Y EL VALOR EN LAS EMPRESAS. LA IMPORTANCIA DE LA RECOMPOSICION DEL CAPITAL DE TRABAJO NETO EN LAS EMPRESAS QUE ATRAVIESAN O HAN ATRAVESADO CRISIS FINANCIERAS*. Obtenido de Escuela de administracion de negocios .
- Rodriguez, T., Rodriguez, M., & Hernandez, M. d. (abril de 2001). *El efecto industria en la estructura economico-financiera de la empresa*. Obtenido de ESTUDIOS DE ECONOMIA APLICADA: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30117103>
- Romero. (2010). Obtenido de [www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2004/C-722-04.htm](http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2004/C-722-04.htm)
- SALAS, V. (2009). *MODELOS DE NEGOCIO Y NUEVA ECONOMIA INDUSTRIAL*. Obtenido de <https://ubr.universia.net/article/viewFile/710/836>
- Salazar, A., Aceves, J. N., & Valdez, D. I. (2010). *IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION DE MERCADO*. Obtenido de [https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no71/49a.-\\_importancia\\_de\\_la\\_investigacion\\_de\\_mercado\\_nx.pdf](https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no71/49a.-_importancia_de_la_investigacion_de_mercado_nx.pdf)
- Saldaña, J., & Cervantes, J. (2013). *MERCADOTECNIA DE SERVICIOS*. Obtenido de <http://www.biblioteca.org.ar/libros/91553.pdf>
- Sapag. (2008).
- Schumpeter. (2010). *Emprendimiento*. Obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3157/T11.10%20P836m.pdf?se%20quence=1>
- Seltzer, J. C., & Repetto, V. (2007). *Teoria de la organizacion*. Obtenido de <http://servicios.abc.gov.ar/lainstitucion/sistemaeducativo/educaciondeadultos/educacionadistancia/documentosdescarga/documentosmateriales/teoriadelaorganizacion.pdf>
- Singer, P. (2002). *Economia Popular y solidaria*.

Timmers. (1998).

Timmers. (1998). *Emprendimiento y creatividad*.

Torres, N., Fierro, P. E., & Alonso, A. (2017). *Balance de la economía popular y solidaria en Ecuador*.  
Obtenido de Economía y desarrollo: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425553381014>

Trimble, & Govindarajan. (2011). *Modelos de negocio*. Obtenido de  
<file:///C:/Users/walte/Downloads/Dialnet-ModelosDeNegocio-3776508.pdf>

UNAM. (s.f.). *ESTUDIO TECNICO*. Obtenido de FACULTAD DE ECONOMIA.

Urbina, B. (2013). *Evaluación y Formulación de proyectos*. Mexico, DF: McGraw-Hill: 6ta ed.

Vargas, R. (2007). *Estado de flujo de efectivo*. Obtenido de INTER SEDES:  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66615071009>

Weber, M. (s.f.).

Zapata, G. (julio - diciembre de 2015). *El tamaño y la estructura de la organización: un estudio teórico y empírico con el enfoque contingente*. Obtenido de CIENCIAS ESTRATEGICAS:  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151350864003>

Zott, C., & Amit, R. (2009). *Innovación del modelo de negocio*. Obtenido de  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43312282008>

PROYECCIÓN CANTONALES DEL ECUADOR MUJERES, 2010 - 2020												
PROVINCIA S	CANTONES	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
AZUAY	<b>CUENCA</b>	27598 4	28158 5	28730 9	29302 6	29874 9	30446 1	31016 5	31586 0	32154 2	32720 6	33285 9
	<b>GIRON</b>	7142	7146	7149	7151	7149	7145	7138	7128	7116	7101	7084
	<b>GUALACEO</b>	24201	24425	24650	24867	25078	25279	25472	25656	25833	26001	26161
	<b>NABON</b>	8926	8971	9016	9058	9097	9132	9164	9192	9218	9241	9259
	<b>PAUTE</b>	14178	14322	14467	14606	14743	14875	15002	15124	15242	15356	15465
	<b>PUCARA</b>	5382	5401	5420	5437	5452	5465	5475	5484	5490	5495	5497
	<b>SAN FERNANDO</b>	2351	2354	2358	2361	2362	2363	2362	2362	2360	2357	2353
	<b>SANTA ISABEL</b>	9878	9973	10069	10162	10252	10339	10422	10502	10580	10654	10724
	<b>SIGSIG</b>	15618	15778	15938	16095	16245	16393	16534	16671	16803	16929	17051
	<b>OÑA</b>	2019	2033	2047	2062	2075	2087	2098	2109	2119	2128	2136
	<b>CHORDELEG</b>	7028	7120	7215	7307	7398	7486	7573	7658	7740	7821	7900
	<b>EL PAN</b>	1692	1687	1681	1675	1668	1661	1653	1644	1635	1625	1615
	<b>SEVILLA DE ORO</b>	3066	3105	3145	3183	3222	3260	3296	3332	3368	3401	3435
	<b>GUACHAPALA</b>	1924	1947	1969	1990	2012	2032	2051	2072	2090	2108	2125
<b>CAMILO PONCE ENRIQUEZ</b>	10046	10505	10988	11487	12003	12536	13091	13662	14252	14863	15495	
CAÑAR	<b>AZOGUES</b>	39787	40411	41038	41661	42281	42896	43503	44103	44693	45275	45846
	<b>BIBLIAN</b>	12222	12308	12392	12474	12552	12626	12695	12761	12821	12877	12928
	<b>CAÑAR</b>	33556	33887	34216	34537	34851	35157	35452	35736	36008	36270	36519
	<b>LA TRONCAL</b>	28169	29070	29994	30937	31899	32882	33884	34902	35937	36988	38059
	<b>EL TAMBO</b>	5344	5455	5567	5681	5794	5906	6021	6133	6245	6358	6469
	<b>DELEG</b>	3657	3665	3673	3679	3685	3688	3691	3691	3691	3688	3684
	<b>SUSCAL</b>	2868	2933	2999	3064	3131	3199	3265	3334	3401	3469	3536

Anexo 2. Aceptación de precio a pagar por el servicio

10. Cuánto estaría usted dispuesta a pagar por una terapia?

45-50	<b>96</b>	<b>100%</b>
50-55	0	0%
55-60	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>



**ENCUESTA DE ACEPTACION PREVIA A LA IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE APOYO PSICOTERAPEUTICO SOCIAL PARA MUJERES DE LA CIUDAD DE AZOGUES.**

El objeto de la presente encuesta tiene la finalidad de determinar el grado de aceptación por parte de las mujeres de la ciudad de Azogues que ostentan la calidad de jefas de hogar. Los resultados serán expresados en forma general, por lo que ruego conteste con la mayor sinceridad posible.

**Marque con una X de acuerdo a la opción a cual corresponda**

**1. Su edad está comprendida entre:**

Menor a 16 años

16-21 años

22-27 años

28-33 años

34-39 años

mayor a 40 años

**2. Su estado civil actual es:**

Soltera

Casada

Viuda

Divorciada

Otra

Especifique su respuesta \_\_\_\_\_

**3. Actualmente usted se encuentra a cargo de su hogar?**

Si

No

N/c

**4. Indique el motivo por el cual usted se encuentra a cargo de su hogar ?**

Divorcio

Viuda

Separada

No me he casado

Otra

Especifique su respuesta \_\_\_\_\_

**4. Ha presentado usted algún tipo de maltrato por parte de su pareja?**

Si

No

N/c

**3. Especifique el número de hijos que están bajo su dependencia y el rango de su edad:**

Rango de edad	Número de hijos
0 - 2 años	
3 - 5 años	
6 - 8 años	
9 - 11 años	
12 - 14 años	
15 - 17 años	
18 - 20 años	
21 años en adelante	

**4. De los siguientes aspectos indique los factores que afectan al considerarse como jefe/a de hogar?**

Factor económico

Ausencia de pareja

No recibir apoyo de sus padres

Ser juzgada por la sociedad

Rechazo en relación con las personas e instituciones

Deseo de rehacer su vida

Aislamiento de sus amistades

Variación de sus planes de vida

Crianza de los hijos/as

No realizarse profesionalmente

No tener posibilidades de empleo

Maltrato por parte de su pareja

Otra

Especifique su respuesta \_\_\_\_\_

5. Ha asistido usted a alguna institución o profesional en busca de ayuda para solventar su situación emocional?

- Si
- No
- N/c

6. Si la respuesta es positiva indique el grado de frecuencia de las visitas.

Número de consultas	
Mensual	
Trimestral	
Semestral	
Anual	

7. En caso de que se abriera un centro de apoyo psicoterapéutico destinado para mujeres, estaría usted en condiciones de asistir?

- Si
- No
- N/c

8. Cuánto estaría usted dispuesta a pagar por una terapia?

- 45-50
- 50-55
- 55-60

9. Que días y en que horario le gustaría asistir para recibir atención psicoterapéutica?

	Mañana	Tarde
Lunes		
Martes		
Miércoles		
Jueves		
Viernes		
Sábado		

10. De los temas que se enuncian a continuación señale en orden de importancia del 1 al 10, a cuál de ellos desearía asistir. (Siendo uno el más importante y 10 el menos importante)

Autoestima

Estrés

Crianza de los hijos

Depresión

Manejo del hogar

Familia  
monoparental

Emociones

Manejo de finanzas

Marginación mental y real que existe en su contra

Duelo

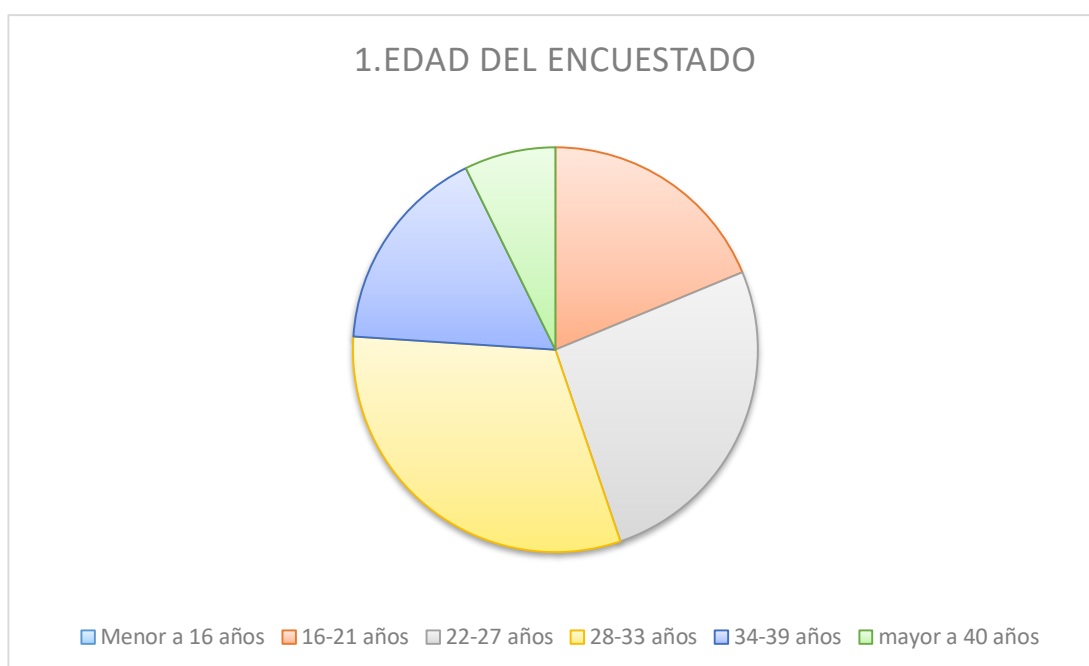
#### Anexo 4. Tabulaciones de las encuestas

Cuadro 15. Edad del encuestado

Menor a 16 años	0	0%
16-21 años	18	19%
22-27 años	25	26%
28-33 años	30	31%
34-39 años	16	17%
mayor a 40 años	7	7%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Gráfico 9. Edad del encuestado



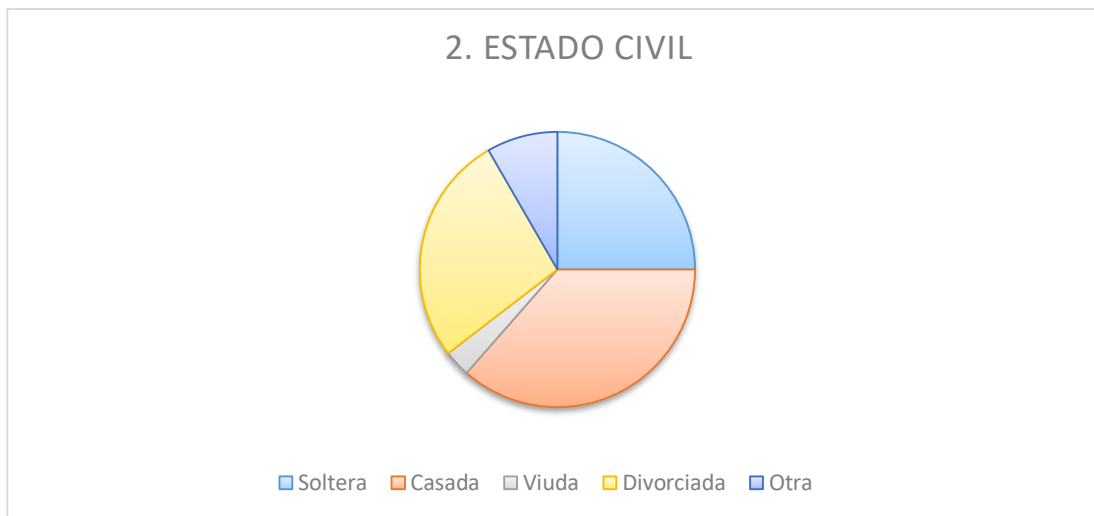
Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Cuadro 16. Estado civil del encuestado

Soltera	24	25%
Casada	35	36%
Viuda	3	3%
Divorciada	26	27%
Otra	8	8%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Gráfico 10. Estado civil del encuestado



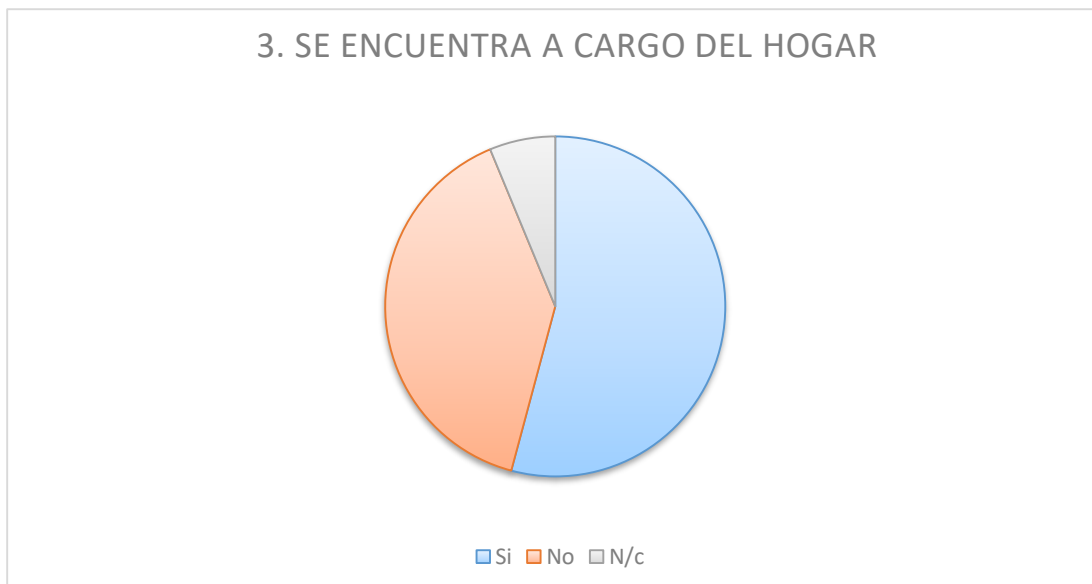
Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Cuadro 17. A cargo del hogar

Si	52	54%
No	38	40%
N/c	6	6%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Gráfico 11. A cargo del hogar



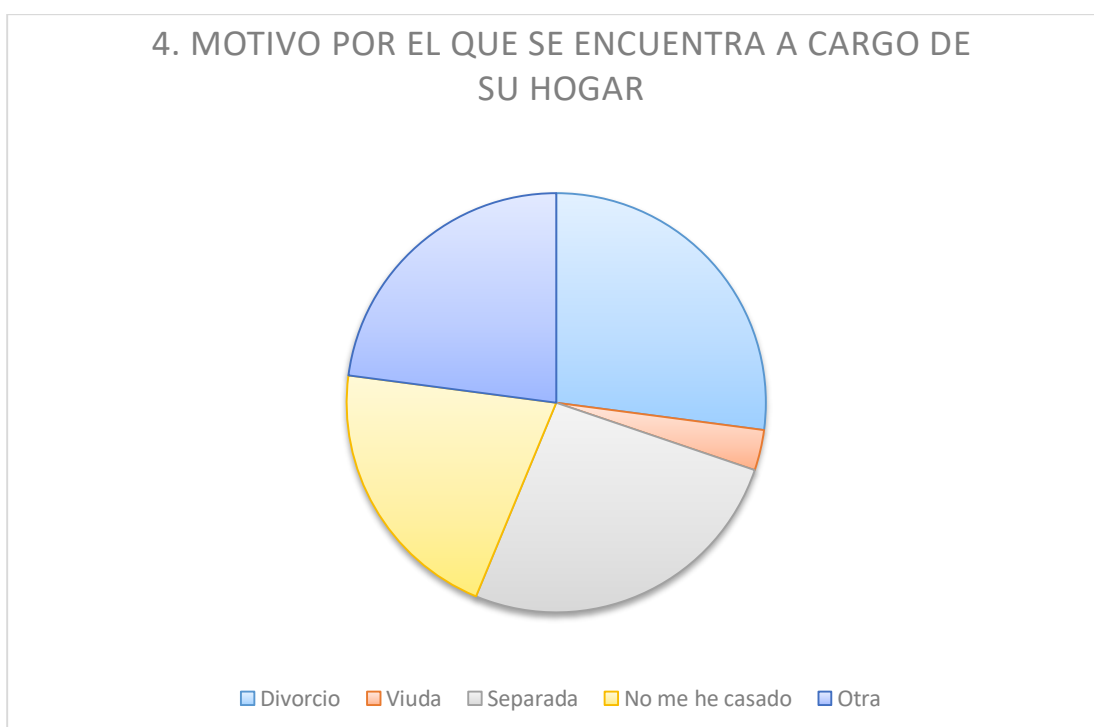
Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Cuadro 18. Motivo por el que se encuentra a cargo del hogar

Divorcio	26	27%
Viuda	3	3%
Separada	25	26%
No me he casado	20	21%
Otra	22	23%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Gráfico 12. Motivo por el que se encuentra a cargo del hogar



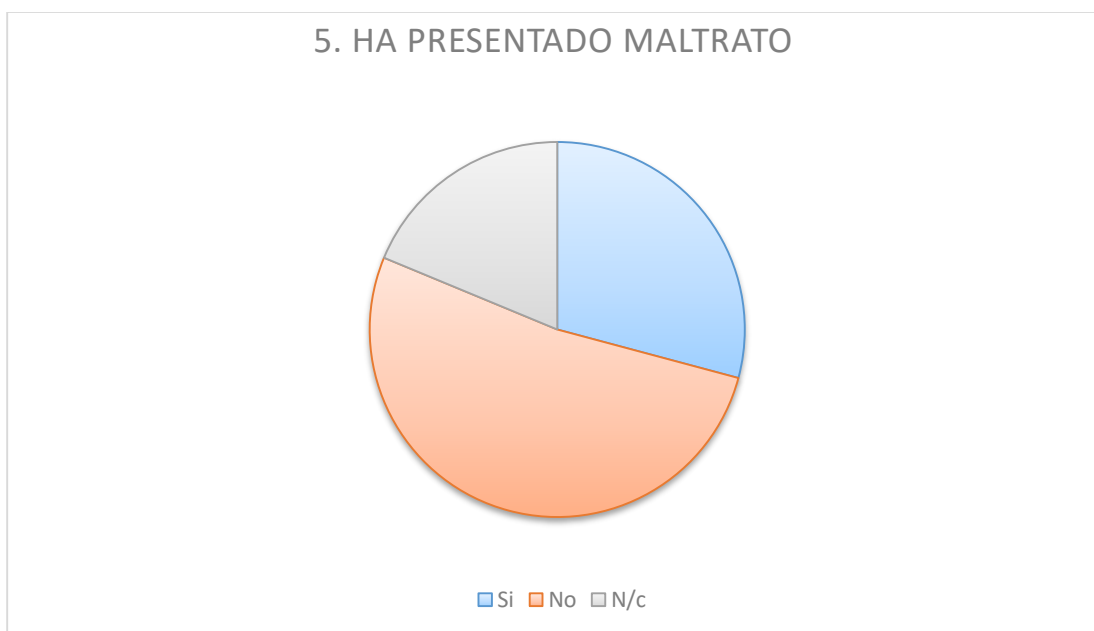
Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Cuadro 19. Presencia de maltratos

Si	28	29%
No	50	52%
N/c	18	19%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Gráfico 13. Presencia de maltratos



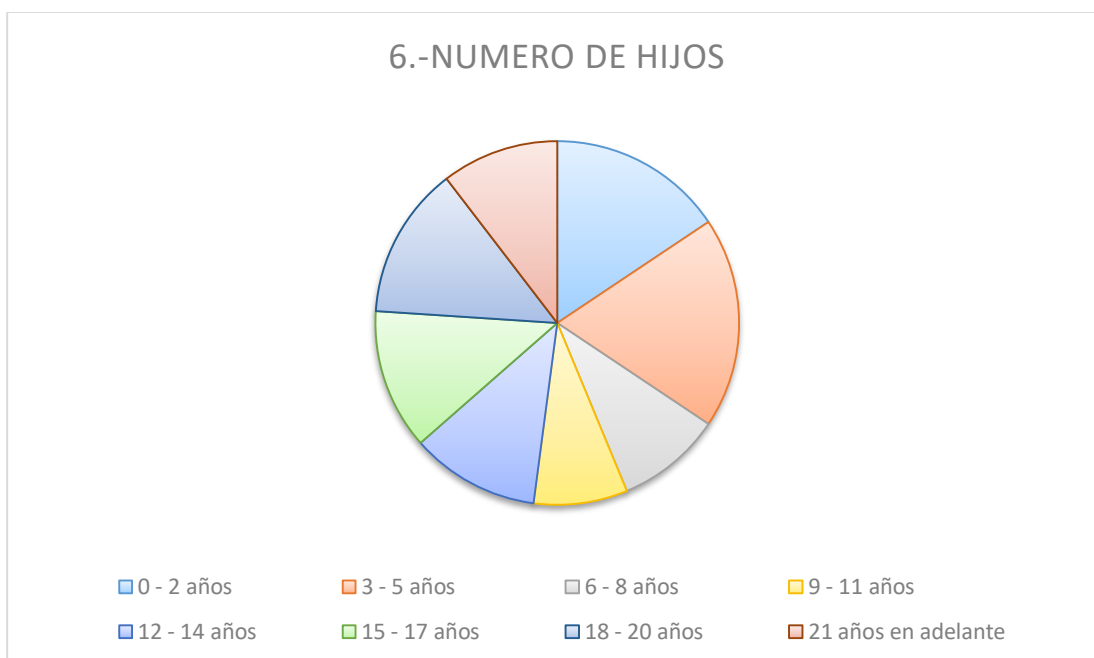
Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Cuadro 20. Número de hijos

0 - 2 años	15	16%
3 - 5 años	18	19%
6 - 8 años	9	9%
9 - 11 años	8	8%
12 - 14 años	11	11%
15 - 17 años	12	13%
18 - 20 años	13	14%
21 años en adelante	10	10%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Gráfico 14. Número de hijos



Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Cuadro 21. Factores que la afectan

Factor económico	9	9%
Ausencia de pareja	10	10%
No recibir apoyo de sus padres	0	0%
Ser juzgada por la sociedad	7	7%
Rechazo en relación con las personas e instituciones	1	1%
Deseo de rehacer su vida	11	11%
Aislamiento de sus amistades	8	8%
Variación de sus planes de vida	13	14%
Crianza de los hijos/as	14	15%
No realizarse profesionalmente	15	16%
No tener posibilidades de empleo	0	0
Maltrato por parte de su pareja	8	8%
Otra	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Gráfico 15. Factores que la afectan



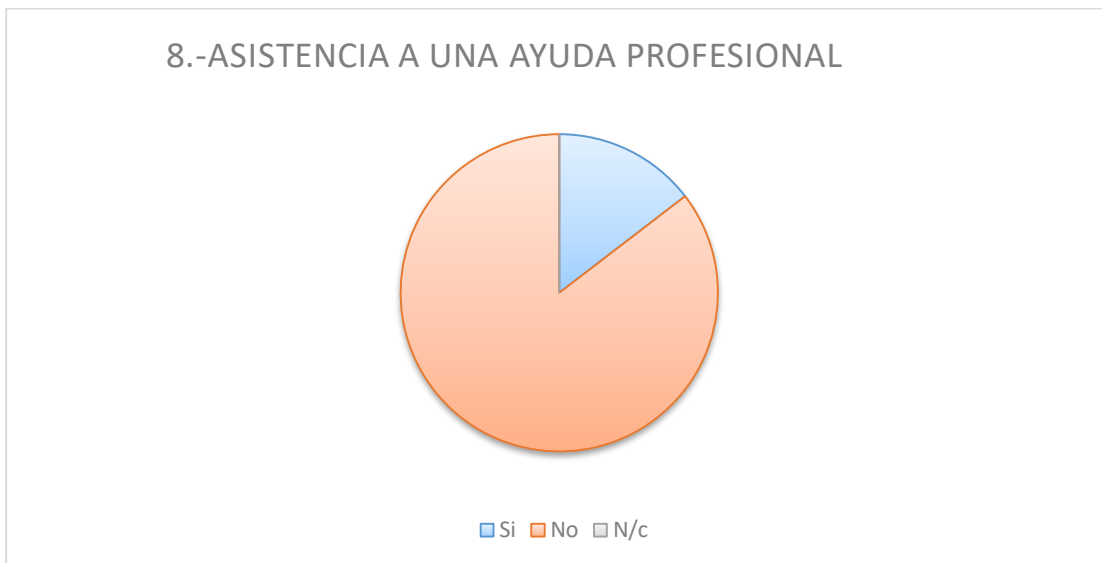
Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Cuadro 22. Asistencia a ayuda profesional

Si	14	15%
No	82	85%
N/c	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Gráfico 16. Asistencia a ayuda profesional



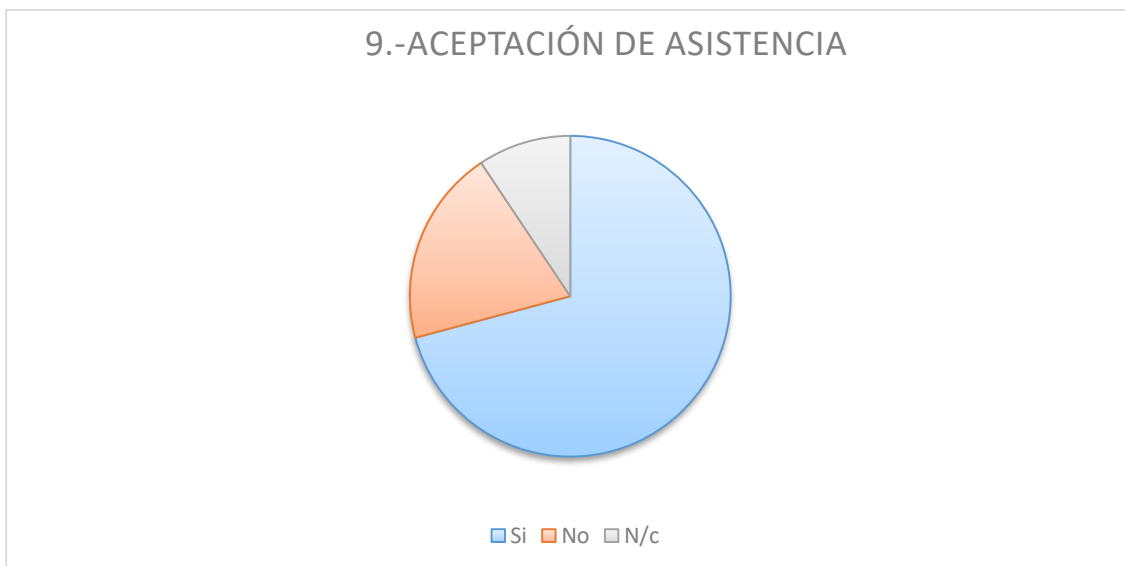
Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Cuadro 23. Aceptación de asistencia al Centro de apoyo

Si	58	60%
No	22	23%
N/c	16	17%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Gráfico 17. Aceptación de asistencia al Centro de apoyo



Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Cuadro 24. Disposición de pago

45-50	96	100%
50-55	0	0%
55-60	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Gráfico 18. Disposición de pago



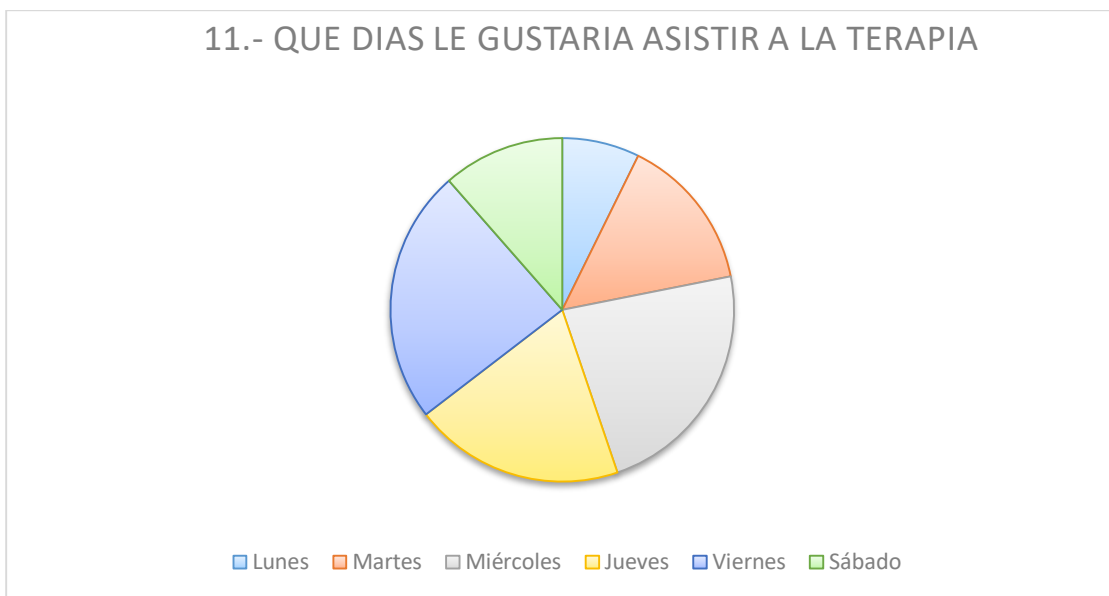
Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Cuadro 25. Días de atención

Lunes	7	7%
Martes	14	15%
Miércoles	22	23%
Jueves	19	20%
Viernes	23	24%
Sábado	11	11%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Gráfico 19. Días de atención



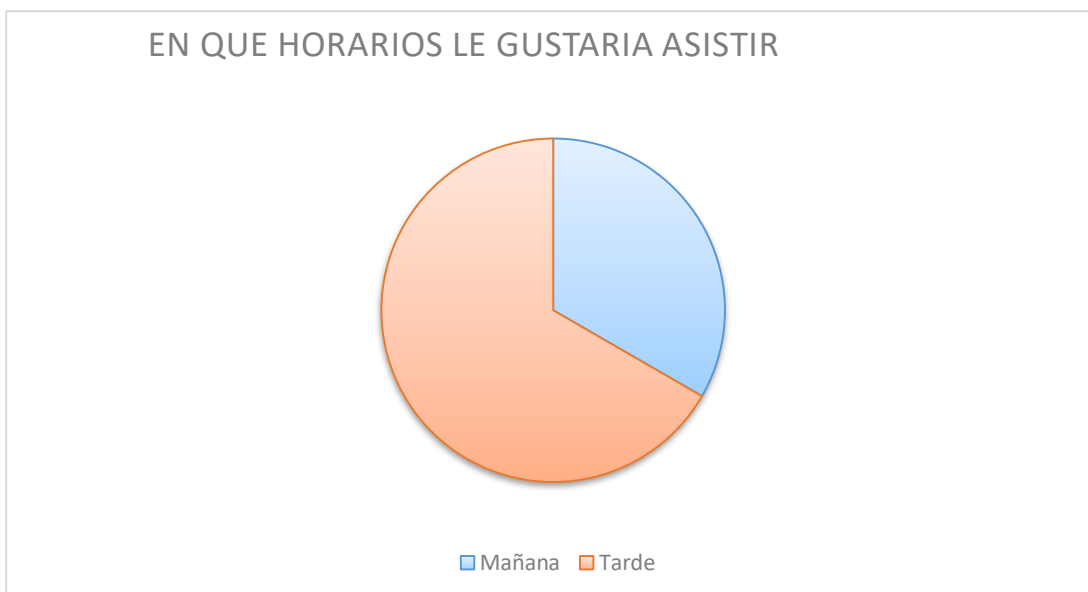
Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Cuadro 26. Horarios de atención

Mañana	32	33%
Tarde	64	67%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Gráfico 20. Horarios de atención



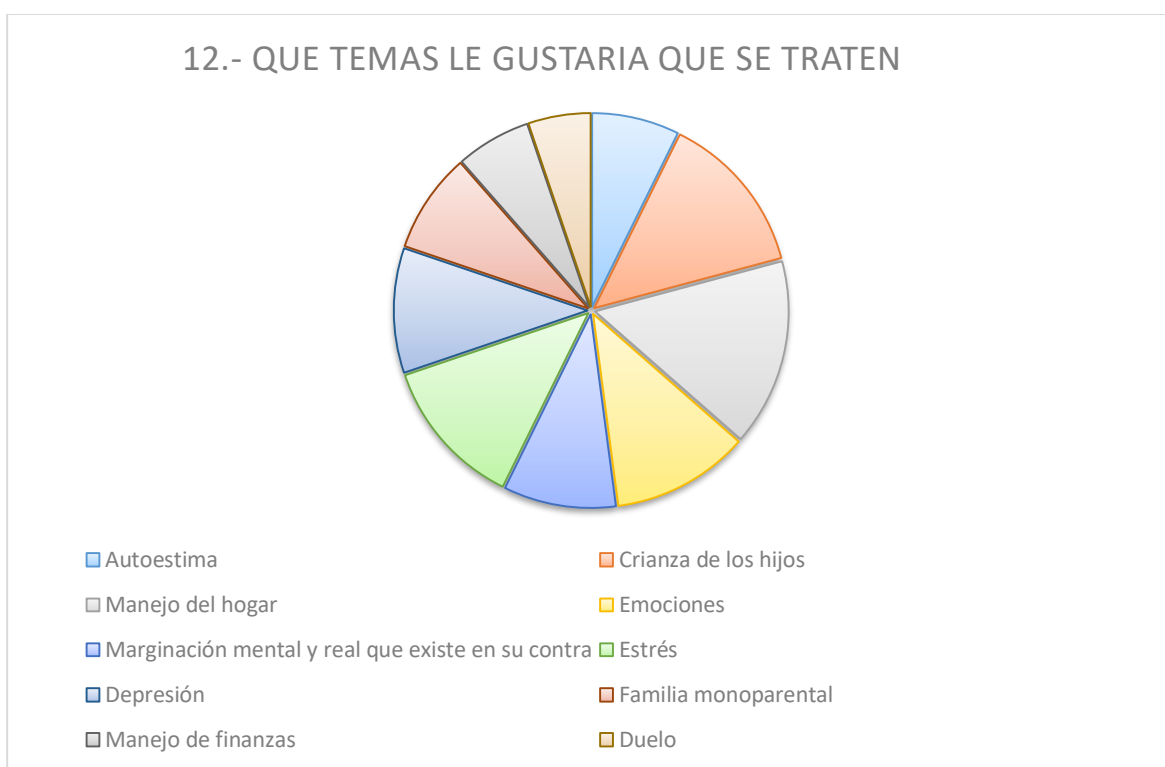
Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Cuadro 27. Temas a tratar

Autoestima	7	7%
Crianza de los hijos	13	14%
Manejo del hogar	15	16%
Emociones	11	11%
Marginación mental y real que existe en su contra	9	9%
Estrés	12	13%
Depresión	10	10%
Familia monoparental	8	8%
Manejo de finanzas	6	6%
Duelo	5	5%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.

Gráfico 21. Temas a tratar



Autor: Margarita Peralta F., Ecuador 2018.