



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

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN.

CARRERA DE INGENIERIA EMPRESARIAL.

TÍTULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Diseño de proyecto de inversión y gerenciamiento de un centro de recreación de la elaboración de sombreros de paja toquilla en Azogues.

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERA EMPRESARIAL.

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

Nube Estefanía González Leòn

Director:

Ing. Jorge Edwin Ormaza Andrade. MBA

Año:

Azogues-2018

DECLARACIÓN

Yo, Nube Etefanìa Gonzàlez Leòn, 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.

NUBE ESTEFANÌA GONZÀLEZ LEÒN

Certificación

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Nube Estefania Gonzalez Leon, bajo mi supervisión.

Ing. Jorge Ormaza Andrade MBA.

DIRECTOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA.

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación lo dedico principalmente a mis padres que con su infinito amor y apoyo hicieron este sueño realidad, a mis hermanos que con sus consejos y palabras de aliento impulsaron mi camino universitario y de una u otra forma me acompañan hacia el cumplimiento de mis metas, a mi esposo e hijo quienes son mi futuro por quienes cada día me inspiro a ser una mejor persona y por quienes seré una buena profesional.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente a Dios quien me dio salud y perseverancia para seguir adelante, a mis padres por el apoyo incondicional que me brindaron a lo largo de mi etapa universitaria, siempre estando pendientes de las necesidades que esta implicaba, y al ver que poco a poco iba alcanzando el objetivo deseado, mostraron orgullo y alegría, ya que todo su sacrificio, no estaba siendo en vano.

Agradezco a mi tutor de tesis quien cumple la función mas noble del ser humano la cual es ilustrar a su semejante, quien se convirtió en mi mas fiel aliado para que este trabajo sea un éxito.

Índice General

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTOS	II
Índice General	III
Índice de Tablas	VII
Índice de Ilustraciones	VIII
RESUMEN	9
ABSTRACT.....	10
CAPITULO I	11
1. Perspectivas teóricas.....	11
1.1. Teoría de modelo de negocios	11
1.2. Teoría de la economía popular y solidaria.....	11
1.3. Teoría sobre mi tema	12
1.4. Teoría de la investigación de mercados	13
1.4.1 Servicio	15
1.4.2 Demanda	15
1.4.3 Oferta	16
1.4.4 Demanda potencialmente insatisfecha.....	18
1.4.5 Precio	19
1.4.6 Comercialización	20
1.5. Teoría en base a la organización y marco legal	22
1.6. Teoría sobre el estudio técnico	23
1.6.1 Localización optima.....	25
1.6.2 Tamaño óptimo de la planta.....	25
1.6.3 Ingeniería del proyecto	26
1.6.4 Estructura organizacional	27
1.7. Teoría en base a la estructura económica y financiera.	27

1.7.1 Inversiones	29
1.7.2 Costos.....	33
1.7.3 Ingresos	35
1.7.4 Punto de equilibrio.....	35
1.7.5 Financiamiento.....	36
1.7.6 Estado de resultados.....	36
1.8. Teoría de la evaluación de proyectos.....	37
1.9. Teoría de gerenciamiento.....	38
CAPITULO II.....	40
2.1. Problema de investigación	40
2.1.2. Antecedentes	40
2.1.3. Justificación	40
2.1.4 Preguntas iniciales del investigador.....	41
2.1.5 Objetivo general.....	41
2.1.6 Objetivos específicos	41
2.2. Resumen ejecutivo	42
2.2.1. Argumentación teórica.....	42
2.2.2. Viabilidad metodológica del modelo de negocio	42
2.2.3. Conclusiones	42
2.3. Marco teórico	43
2.3.1. Modelos de negocio.....	43
2.3.2. Sombreros de paja toquilla	43
2.3.3. Descripción del sector.....	44
2.3.4. Modelo de los sombreros.....	44
2.3.5 La comercialización de los sombreros.....	45
2.3.6 Actores de la cadena de paja toquilla.....	45
2.4. Enfoque metodológico	45
2.5. Marco administrativo	51
2.5.1. Cuadros	51

2.5.2. Cronograma	51
2.5.3. Opinión de expertos	52
CAPITULO III.....	53
3.1 Introducción	53
3.2 Fundamentación del proyecto	54
3.2.1 Idea empresarial y alcance	54
3.2.2 Objetivos	55
3.3 Antecedentes	56
3.4 Justificación	57
3.5 Requerimientos a satisfacer	57
3.6 Mercado objetivo	57
3.7. Ventajas competitivas y/o ventajas comparativas	57
3.8. Estudio de mercado.....	58
3.8.1 Objetivos	58
3.8.2. Definición del producto (bien o servicio)	58
3.8.3. Demanda	58
3.5.4. Oferta	61
3.9 Demanda potencial insatisfecha.....	62
3.9.1 Precios.....	62
3.9.2 Comercialización	62
3.9.3 Estrategias de introducción al mercado	62
3.10 Estudio técnico.....	63
3.10.1 Objetivos	63
3.10.2 Localización óptima.....	63
3.10.3 Ingeniería del proyecto	63
3.10.4 Prestación del servicio	63
3.10.5 Distribución interna	65
3.10.6 Estructura organizacional	66

3.10.7. Organigrama general.....	67
3.10.8 Organigrama funcional	67
3.11 Marco legal y factores legales relevantes	68
3.13 Inversión y capital de trabajo del negocio en marcha.....	69
3.13.1. Inversión Total	70
3.13.2. Gastos de Servicios Básicos	70
3.13.3 Gastos de Publicidad.....	71
3.13.4 Gastos de remuneración de personal	72
3.13.5 Gastos de permisos	74
3.13.6 Gastos de útiles de oficina, equipo de seguridad, útiles de aseo y limpieza. 74	
3.13.7 Otros gastos.....	75
3.13.8. Gastos de interés del prestamos	75
3.14. Presupuesto de Egresos.....	76
3.15. Estructura del financiamiento	77
3.16. Ingresos por ventas	77
3.17. Costos fijos costos variables	78
3.18. Balance General	79
3.19. Estado de resultados.....	79
3.20 Flujo de caja.....	83
3.21 Evaluación Financiera.....	83
CAPITULO IV	84
4. Referencia bibliográfica.....	84
CAPITULO V	89
5. Conclusiones.....	89
5.1. Recomendaciones	89
5.2. Anexos	90

Índice de Tablas

Tabla 1. Métodos, Técnicas e Instrumentos.....	46
Tabla 2. Matriz de relevancia.....	48
Tabla 3. Perfil o gran visión del modelo de negocios.....	49
Tabla 4. Presupuesto	51
Tabla 5. Cronograma	51
Tabla 6. Demanda	59
Tabla 7. Demandas y ofertas.....	59
Tabla 8. Población	60
Tabla 9. Distribuirían de sombreros.....	61
Tabla 10. Inversión detallada	69
Tabla 11. Total, de Inversión	70
Tabla 12. Gasto de S.B.	70
Tabla 13. Gastos Publicidad	71
Tabla 14. gasto remuneración del personal.....	72
Tabla 15. G. permisos	74
Tabla 16. Útiles para oficina.....	74
Tabla 17. Otros gastos.....	75
Tabla 18. Interés Anual.....	75
Tabla 19. Presupuesto de egreso de elaboración de sombreros	76
Tabla 20. Automatización del financiamiento	77
Tabla 21. Ingreso de ventas	78
Tabla 22. Costos fijos y variables	78
Tabla 23. Balance General de dicha elaboración	79
Tabla 24. Estado de resultados.....	80
Tabla 25. Descripción detallada de flujo por ingresos.....	81
Tabla 26. Flujo Financiero según el año.....	83

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Diagrama de flujo de procesos del servicio	65
Ilustración 2. Plante de distribución interna.....	66
Ilustración 3. Organigrama General	67

RESUMEN

Los sombreros más que un producto son considerados patrimonio cultural en Ecuador, que podrían encontrar sus orígenes en las culturas aborígenes manteñas. Hoy en día los sombreros son muy bien comercializados en otros países, por lo que el presente trabajo quiere implementar un proyecto de inversión y gerenciamiento de un centro de recreación de la elaboración de sombreros de paja toquilla en Azogues. Para que esta arte en nuestra ciudad no se pierda. En el primer capítulo se trata sobre las teorías que refieren a implementar una empresa sacadas de diferentes sitios web, el capítulo II se describe el encuadre metodológico que responde al método científico y el capítulo III se encontrará la propuesta del negocio con descripción del producto y el financiamiento que tendrá el mismo.

Palabras Clave: Patrimonio, comercializados, inversión, gerenciamiento, sombreros, paja toquilla, financiamiento.

ABSTRACT

The hats more than a product are considered cultural heritage in Ecuador, which could find their origins in the aboriginal Mandan cultures. Nowadays, hats are very well commercialized in other countries, so the present work wants to implement an investment and management project of a recreation center for the production of straw hats in Azogues. So that this art in our city does not get lost. The first chapter deals with the theories that refer to implementing a company taken from different websites, chapter II describes the methodological framework that responds to the scientific method and chapter III will find the business proposal with product description and financing that will have the same.

Keywords: Heritage, commercialized, investment, management, hats, paja toquilla, financing.

CAPITULO I

1. Perspectivas teóricas

1.1. Teoría de modelo de negocios

El modelo de negocio, una herramienta dinámica que permite a las empresas innovar, en los procesos internos, el desarrollo del objeto social para beneficio de la entidad y del cliente. En el contexto empresarial las organizaciones buscan estrategias que ayuden a optimizar los recursos y hacerlos más productivos. Asimismo, integran en sus negocios diferentes facetas comerciales, con el fin de establecer alianzas significativas para el logro de sus objetivos financieros. No obstante, las empresas sociales demandan un doble esfuerzo en el cumplimiento de sus metas misionales; primero, su interés principal apunta a desarrollar el objeto social sin ánimo de lucro luego, debe establecer estrategias financieras que soporten su actividad principal, sin dejar de hacer lo esencial de su misión. Por lo tanto, es imprescindible analizar y comparar las características distintivas del concepto de modelo de negocio, a partir de las definiciones relacionadas a continuación.

Se concibe como una herramienta conceptual y holística que permite entender la manera en cómo los elementos que la conforman interactúan a través de sus diferentes estrategias, de tal manera que permiten a la empresa crear, proporcionar y capturar valor, explotando las oportunidades del mercado.

Asegura que los modelos de negocio estáticos pueden ser peligrosos. Es necesario adaptar el modelo de negocio existente al contexto estratégico de la empresa; como un proceso dinámico y continuo; en lugar de la creación de un artefacto que puede llegar a ser obsoleto con el tiempo.

El resultado del proceso debe originar varias subestructuras en lugar de un esquema estático. (Malinen, 2009)

1.2. Teoría de la economía popular y solidaria

La economía popular y solidaria es vista como un concepto, ya que no se han formado los criterios de manera sólida. Esta se desarrolla a través de nuevas formas de producción que le apuesta a su vez a nuevas formas de cooperación que reintegra a quienes han sido excluidos

de la producción y el consumo. Caracterizada por garantizar el uso de la fuerza de trabajo, recursos disponibles, satisfacción de necesidades básicas, materiales e inmateriales. Quienes se involucren en estos procesos, abren caminos hacia la transformación de una nueva sociedad, solidaria, equitativa y de mayor participación ciudadana.

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. En esa perspectiva, sin pretender conceptualizarla

A nivel del Ecuador, en los últimos años de la década de los noventa las comunidades indígenas pasaron de un protagonismo político visibilizado en movilizaciones que respondían a muchas respuestas propuestas, a un protagonismo político de autonomías locales y proyectos comunitarios dirigidos por jóvenes directivas comunitarias, con una gran presencia de la mujer dirigente, y nuevas organizaciones intercomunales. En el campo del desarrollo rural el cambio no fue menos significativo: de comunidades objetos y beneficiarios de proyectos externos a actores y protagonistas propositivos de proyectos endógenos.

Sus actores planifican estrategias de trabajo y supervivencia para que, a través de un proceso de intercambio en el mercado, generen condiciones que favorezcan la formación humana, la socialización del conocimiento, la cultura, la salud, etc.

Las actividades de la economía popular nacen desde iniciativas espontáneas de solidaridad entre familiares, amigos o vecinos, pero sobre todo de acciones colectivas organizadas que generan producción comunitaria, asociación, cooperativa, mercados populares, etcétera. (Herrán Gómez, 2013)

1.3. Teoría sobre mi tema

La elaboración de sombreros de paja toquilla pues involucra a uno de los grupos más vulnerables de trabajadores: las tejedoras de sombreros de paja toquilla

Son mujeres de escasos recursos que viven en las zonas rurales y se dedican a este arte desde muy corta edad. Su trabajo se desarrolla en condiciones muy difíciles, que incluso ocasionan

problemas en su salud. A ello se suma la pérdida de rentabilidad del valor de sus sombreros,

a causa de los intermediarios que han lucrado de la reventa de los productos. Experiencias anteriores de asociación poco positivas generaron desilusión entre las tejedoras y provocaron la migración de mujeres jóvenes, que abandonaron la tradición en busca de mejores oportunidades laborales y de ingresos.

Si bien el Ecuador ha sido exportador de sombreros de paja toquilla de fama, la industria ha centrado la mayor parte de la exportación a sombreros tejidos sin acabado, semiterminados, lo que ha limitado los ingresos por tratarse de exportaciones con poco valor agregado. Y aunque este es un sector muy antiguo, irónicamente no se han desarrollado mecanismos de comunicación entre los eslabones de la cadena.

Enfrentar estos problemas demandaba intervenir más allá de lo que podía ser controlado por los actores de manera individual: era necesario convocar a todos los actores de la cadena, para trabajar de manera articulada en una serie de cambios orientados a la sostenibilidad de la cadena.

El proyecto se enfocó en dos objetivos clave, vinculados con: mantener una tradición que se estaba perdiendo, a causa de la migración de las personas a otras ciudades o países y la desmotivación de los jóvenes para dedicarse a una actividad poco rentable; y, mejorar el precio de exportación de sombreros de paja toquilla en el exterior, para asegurar mejores ingresos para los actores de la cadena. (López-Guzmán, Prada-Trigo, Pérez-Gálvez, & Pesantez, 2017)

1.4. Teoría de la investigación de mercados

Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.

Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses.

La American Marketing Association (AMA) la define como: «la recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios».

Una investigación de mercados te ayuda a conocer las intenciones de compra de los consumidores, o te da retroalimentación acerca del crecimiento del mercado al que perteneces. Puedes descubrir también información valiosa que te sirva para estimar los precios de tu producto o servicio y encontrar un punto de equilibrio que te beneficie a ti y a los consumidores.

La investigación de mercados es una técnica que sirve para recopilar datos de cualquier aspecto que se deseen conocer para después poder interpretarlos y al final hacer uso de ellos para una correcta toma de decisiones.

Otra definición más específica puede ser la siguiente:

La investigación de mercados es el proceso mediante el cual las empresas buscan recopilar información de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones, pero su verdadero valor reside en la manera en que se usa todos los datos obtenidos para poder lograr un mejor conocimiento del consumidor.

¿Qué tienen en común estas definiciones? Que recolectamos datos y los usamos para un propósito bien definido.

La industria está cambiando, los consumidores tienen nuevos hábitos de consumo, otras necesidades o preferencias. ¿Qué circunstancias los lleva a actuar de tal o cual manera, qué determina que elijan un producto u otro? La investigación de mercados nos indica hacia donde enfocar nuestros esfuerzos y recursos.

Para hacer esta investigación se recurre a métodos estadísticos y analíticos y de diversas técnicas para obtener los datos o información que necesitamos. Los informes realizados luego de realizar dicha investigación nos dan las bases para actuar a favor del cliente y tener éxito en la compañía, también para definir, por ejemplo, campañas de publicidad y marketing,

lanzar nuevos productos, etc. Aquí más detalles de El verdadero valor de la investigación de mercados. (Muñiz, 2001)

1.4.1 Servicio

Antes de profundizar en lo que es la mercadotecnia de servicios, el mercadólogo necesita conocer algunas de las definiciones básicas que la componen, como la definición del término servicios; pero, descrita desde una perspectiva de servicio como producto, propósito u objetivo principal de una transacción, y no como el apoyo a la venta de un bien u otro servicio.

Los servicios son actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades" (en esta propuesta, cabe señalar que según los mencionados autores ésta definición excluye a los servicios complementarios que apoyan la venta de bienes u otros servicios, pero sin que esto signifique subestimar su importancia).

Al momento de diseñar el producto (en este caso, el servicio) no se debe olvidar que éste no se puede tocar, ver, oler, escuchar o sentir (intangibilidad); por tanto, es muy recomendable incidir en la calidad del servicio estandarizando los procesos y capacitando y entrenando continuamente al personal para brindar una calidad uniforme; para de esa manera, reducir su heterogeneidad. Además, se debe tomar muy en cuenta algunos aspectos como: El lugar donde se realiza el servicio, el personal que lo ejecuta, el equipo que se utiliza, el material promocional que se emplea, los símbolos que se muestran y el precio que se cobra; todo lo cual, es analizado por el cliente antes de contratar un servicio. (Stanton, s.f.)

1.4.2 Demanda

Si una empresa conociera o anticipara con absoluta certeza las decisiones de consumo del segmento de clientes a los cuales dirige su oferta, y al mismo tiempo, y con la misma certeza, conociera el impacto que tienen las estrategias de los competidores relevantes sobre su segmento de mercado, podría tal empresa, en un instante, calcular el grado de mejoría o deterioro que sufriría la utilidad operacional de su estado de resultados y, de esta manera, sumar y restar cantidades predeterminadas constituiría la labor más ardua del administrador.

No hay duda que en tal escenario el “espíritu empresarial” perdería el sentido que en momentos como el actual se le atribuye y más aún, los problemas del sistema económico se habrían resuelto por una vía aburrida y convencional. Por la más incierta de las venturas la realidad es que no es posible anticipar con absoluta certeza las decisiones de consumo de ningún segmento, y el segmento mismo parece una mentira piadosa fruto del frenesí intelectual de consultores especializados que intuyen la raíz causal del problema, El principio, tan simple como grotesco, es la inmemorial y encantadora tendencia del individuo a mejorar el balance del placer y del dolor que cada uno de sus actos provoca en el conjunto pasional de su personalidad. El acto del consumo provoca siempre placer... y dolor. Unas ocasiones es más fuerte la primera que la segunda de estas sensaciones, y tiene lugar el consumo; algunas veces, es más fuerte la segunda a pesar de lo cual tiene lugar el consumo, no como resultado de un balance cierto, sino por un cuadro de expectativas inciertas del que también es víctima el individuo. En cualquier caso, si un individuo juzga “a priori” que tras cierta decisión de consumo mejora el placer neto (diferencia entre placer y dolor) entonces ejecuta su decisión. El placer neto “a posteriori” puede ser consecuente o contrario a las expectativas, y siempre se produce un efecto memoria que influirá en las decisiones futuras de consumo, de tal suerte que el placer neto (o simplemente la búsqueda del mayor PLACER) es el instrumento detector que utiliza el individuo para guiar su toma de decisiones. El placer neto y su configuración no serán el tema de este artículo, pero hasta este punto es claro que su naturaleza es incierta y ante todo subjetiva, con lo cual resulta inmediata la tremenda dificultad que se enfrenta, puesto que no existen, ni han existido, dos individuos iguales en sensaciones siempre que ellas son un asunto de múltiples circunstancias y diversos tiempos.

Tal como aquí se ha presentado, es la esencia de la teoría subjetiva del valor, o ese conjunto de explicaciones que ven en la valoración individual de los grados de utilidad, el más importante de los principios que rigen la formación de los precios en los sistemas de mercado. (Barrera, 2006)

1.4.3 Oferta

El modelo de la oferta y la demanda describe la interacción en el mercado de un determinado bien entre consumidores y productores, en relación con el precio y las ventas de

dicho bien. Es el modelo fundamental de la microeconomía, y se usa para explicar una gran variedad de escenarios microeconómicos.

Establece que, en un mercado libre y competitivo, el precio se determina en función de la solicitud de bienes y servicios por parte de los consumidores y la cantidad proveída por los productores, generando un punto de equilibrio en el cual los consumidores estarán dispuestos a adquirir todo lo que ofrecen los productores al precio marcado por dicho punto, y los productores están dispuestos a entregar los niveles de producción que requieren los consumidores, estableciéndose y manteniéndose un punto de equilibrio.

En un mercado de libre competencia, la cantidad de productos ofrecidos por los productores y la cantidad de productos demandados por los consumidores dependen del precio de mercado del producto. La ley de la oferta indica que la oferta es directamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio del producto, más unidades se ofrecerán a la venta. Por el contrario, la ley de la demanda indica que la demanda es inversamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio, menos demandarán los consumidores. Por tanto, la oferta y la demanda hacen variar el precio del bien.

En economía, oferta también se le puede decir como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y condiciones dadas, en un determinado momento.

Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la combinación óptima de los recursos mencionados, entre otros.

Se expresa gráficamente por medio de la curva de la oferta. La pendiente de esta curva determina cómo aumenta o disminuye la oferta ante una disminución o un aumento del precio del bien. Esta es la elasticidad de la curva de oferta

La ley de la oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, la cantidad ofertada que exista de ese bien va a ser mayor; es decir, los productores de bienes y servicios tendrán un incentivo mayor.

Siendo la oferta es la relación entre la cantidad de bienes ofrecidos por los productores y el precio de mercado actual, gráficamente se representa mediante una en donde la representación de la oferta es directamente proporcional al precio, resultando que la pendiente de una curva de oferta tiende a ser creciente. (Rita, 2008)

1.4.4 Demanda potencialmente insatisfecha

En la cuantificación del problema es necesario diferenciar los conceptos de demanda y demandantes. Los demandantes son aquellas personas o instituciones que tienen la necesidad identificada por el proyecto y la cuantificación de dicha necesidad es la demanda. Entonces, se debe diferenciar la demanda de los demandantes, la primera refiere la necesidad expresada en información, bienes u otros servicios, el segundo son los usuarios que requieren el servicio.

Demanda 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 brindar un nuevo servicio que incorpore esos requerimientos, por lo tanto, la oferta actual del nuevo servicio sería nula. Entonces, la «demanda insatisfecha» es aquella que incluye una de las demandas antes mencionadas o su combinación; en este caso, el proyecto cubrirá la demanda no atendida y/o la demanda atendida pero no satisfecha. En términos operativos la comparación de lo que se requiere (demanda) y lo que se está satisfaciendo (oferta) es la demanda insatisfecha, por lo que ambas deben estar expresadas en las mismas unidades. El proyecto con sus recursos debe cubrir dicha demanda insatisfecha. Por ejemplo, para una biblioteca comunal, la demanda del componente material bibliográfico estaría representada por la cantidad de textos, la oferta sería cero si no existen dichos materiales, por lo que la demanda insatisfecha sería igual a la demanda.

PROCEDIMIENTOS PARA LA DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Demanda Para determinar la demanda futura de un servicio es importante diferenciar dos conceptos:

Demanda normal: es la demanda futura que el servicio tendrá sin la intervención del proyecto (demanda sin proyecto), para ello se considera las variables de la información histórica y otras complementarias.

Demanda generada: es la demanda generada por la intervención del proyecto (demanda con proyecto), para ello se considera variables adicionales que reflejen el incentivo por el uso de un servicio diferente. Por tanto, la demanda futura de un proyecto incluye la demanda normal y la demanda generada. (Andía Valencia, 2011)

1.4.5 Precio

La propuesta de valor al empleado (PVE) es definida como “el conjunto de atributos que el mercado laboral y los empleados la perciben como el valor que les aporta trabajar en una compañía determinada” (Aguado & Avilés, 2012, p. 45). Desde el enfoque de una empresa social, es posible que el empleado se identifique con la misión de la entidad, adoptando una posición activa y altruista frente a las actividades propias del objeto social, ayudando al mismo tiempo a construir una imagen corporativa positiva de la entidad, sin ánimo de lucro. No obstante, la organización también debe generar ese valor desde la relación administrativa con el empleado, para contribuir a la apropiación de la esencia misional en las acciones consecuentes a la promesa de valor generada para el cliente. Por otro lado, la propuesta de valor, con respecto al cliente, se encuentra entrelazada en todos los componentes del modelo de negocio. Por tal motivo, las organizaciones buscan conocer y comprender las necesidades de los clientes, en procura de satisfacer las demandas del mercado, expresa con referencia a la propuesta de valor, como el conjunto de productos y servicios que crean o agregan valor para un segmento específico de clientes. Desde este contexto, es importante dar respuesta a las siguientes preguntas, en relación con la propuesta de valor: ¿Cuál es el problema que resuelve? ¿Qué valor se está entregando al cliente? ¿Qué necesidades satisface? ¿Cuáles son los productos y servicios ofrecidos a cada sector? Antes de intentar responder estos

cuestionamientos la empresa social, por su carácter sin ánimo de lucro y por su portafolio principalmente constituido por servicios, debe identificar los procesos que crean valor para el cliente de una forma concreta, con el objetivo de optimizar al máximo los recursos escasos con los que generalmente cuenta esta clase de organizaciones y para construir una propuesta de valor significativa para cada segmento de clientes. (Naranjo Rivera, 2015)

1.4.6 Comercialización

Al momento de hablar de comercialización podemos decir de las múltiples investigaciones que han cambiado drásticamente en los últimos quince años, por lo que resulta evidente que los modelos y estructuras tradicionales de investigación, transferencia de tecnología y comercialización se han “desajustado”. En la región latinoamericana es necesario implementar programas de cooperación y alianzas estratégicas, con el fin de conformar sistemas comerciales que respondan a las condiciones actuales y futuras.

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 del producto al mercado.

En los últimos tres años, el valor del comercio internacional de servicios ha manifestado un ritmo ascendente dominado por empresas de países desarrollados.

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. 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.

En la actividad comercializadora, resulta vital conocer las necesidades de los clientes para diseñar el producto o servicio deseado por 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. Es necesario satisfacer demandas en el momento oportuno y a un precio conveniente para clientes y oferentes. En el proceso en cuestión, se involucran los centros de investigación propietarios de los productos y tecnologías e instituciones y organismos que dirigen, ejecutan y controlan la aplicación de la política con relación a la actividad comercial. Se considera que aun falta formación e información en los que se dedican a esta actividad, que les permita conocer o dominar las técnicas, procesos y sistemas que se desarrollan cada vez más, y de los que no se puede prescindir en la actualidad. Un aspecto básico constituye la tramitación legal para que se precise el alcance de las acciones de cada parte y sus intereses. (Díaz, 2014)

1.4.6.1 Estrategias de introducción al mercado

Por estrategias de mercado se entiende a la manera de promover la venta de uno varios productos por cualquier medio posible, y ponerlos en disposición de los consumidores, así como también, atraer clientes nuevos.

Se partirá del objetivo general, determinar las principales problemáticas del manejo de las estrategias, y diseñar estrategias que transformen el sentido de esta actividad volviéndola sustentable y con mejores resultados para quienes la desarrollan.

Estudiar los grupos económicos, dada la importancia que en los ámbitos político, económico, social, tecnológico y normativo han alcanzado, es una labor esencial. Estas estructuras corporativas, de grandes dimensiones y con negocios que por lo general tienen una alta diversificación, suelen tener presencia tanto en el ámbito continental como en el global. Este fenómeno no necesariamente tiene distinciones geopolíticas ni se restringe a contextos específicos como, por ejemplo, el oriental o el occidental.

En América Latina, el estudio de los ge adquirió importancia principalmente entre 1950 y 1960 y, con mayor auge, en la década de 1970. Tal interés surgió cuando diversas investigaciones emergieron como producto de una mayor presencia de los ge en los contextos empresariales, sobre todo durante el proteccionismo que se daba con la implementación de las Industrialización Sustitutiva de las Importaciones y posterior a ella, como ocurrió en el caso ecuatoriano.

El conocimiento de cómo operan los ge, qué variables subyacen en su desarrollado y qué tipos de estrategias implementadas han permitido su crecimiento sectorial e internacional es aún incipiente, a pesar de que existen estudios pioneros y de alto valor académico en Ecuador, como la caracterización del análisis propuesto por Fierro (1991) sobre la conformación y las interrelaciones entre el capital transnacional y el Estado ecuatoriano, junto a su posterior investigación en la que identificó 52 grupos predominantes en la década de 1980.

Así, las limitaciones que motivan la investigación sobre las estrategias de crecimiento implementadas por los ge ecuatorianos son múltiples, destacándose:

1) la escasa literatura de investigaciones empíricas acerca de las estrategias que los ge han utilizado para competir local e internacionalmente;

2) la limitada disponibilidad de estudios que, en general, al interior de la literatura se centran específicamente en los grupos económicos, y

3) la literatura existente que ha privilegiado la realización de análisis macroeconómicos, periodísticos o, incluso, de contenidos anecdóticos. (Vanoni Martínez & Rodríguez Romero, 2007)

1.5. Teoría en base a la organización y marco legal

La extensa variedad de concepciones existentes sobre las organizaciones, nos indica, por una parte, la dificultad de acuerdo que se deriva del carácter polifacético y complejo de las organizaciones, situación que como indican Ramió y Ballart (1999), nos ha llevado a un estado de confusión y fragmentación teórica. Sin embargo, de todas las visiones y perspectivas con que se trata a las organizaciones, (si se revisa la bibliografía utilizada queda patente la enorme cantidad de definiciones y tipologías) es posible extraer ciertos principios y paradigmas aplicables y válidos, ya que la organización como entidad compleja, admite variedad de tratamientos, por lo que más que existir corrientes validas o erradas, lo que existe es ausencia de estudios de las organizaciones desde una perspectiva global. Las organizaciones constituyen realidades conformadas por múltiples dimensiones. De esta afirmación pueden extraerse algunas conclusiones: por una parte, su estudio ha generado diversas corrientes o visiones. En segundo lugar, las organizaciones constituyen el objeto de estudio de diversas disciplinas, de allí que la teoría de la organización sea considerada como

una ciencia social de segunda generación no sólo se limite a empresas y organizaciones económicas, sino que abarque partidos, asociaciones, iglesias y la administración pública. Por último, que nos encontramos ante un campo de estudios bastante joven. En otro sentido se observa que desde el surgimiento de las posiciones de Taylor, Fayol y Weber hasta nuestros días, el cuerpo teórico de las organizaciones ha ido adquiriendo sentido práctico, aunque las distintas corrientes han incurrido en el error de basar sus posturas en enfoques parciales, como únicos, sin considerar otras dimensiones importantes de las organizaciones, aspecto que si fue interpretado por la Teoría General de los Sistemas, que comprendió que las organizaciones como fenómenos multidimensionales deben analizarse integralmente. Esto es consecuencia de los distintos niveles de análisis que emplean las disciplinas que estudia a las organizaciones, así la sociología, la ciencia política y la economía tienden a estudiar a las organizaciones como unidad, desde una visión macro, mientras que la psicología ha tomado generalmente al individuo miembro de una organización como unidad de análisis. Otro factor a considerar, es la importancia que han adquirido las organizaciones en el mundo actual. En la medida en que fueron adquiriendo peso específico en la sociedad y la economía, dejaron de ser objeto de estudio exclusivo en sí mismas, y se comenzó a indagar sobre los efectos que sus actuaciones podían tener en los individuos, la sociedad y la economía del espacio geográfico donde tuvieran su influencia.

La Teoría de la Organización, busca “reconstruir, mediante un análisis empírico las regularidades en el comportamiento que caracterizan a las relaciones entre una pluralidad de variables organizativas. Todo esto partiendo de la convicción... de que independientemente de los fines que cada organización persiga y de los sectores específicos en los que opere, esta tendrá en todo caso comportamientos típicos y recurrentes, precisamente por ser una organización.” (Lorente, 2008)

1.6. Teoría sobre el estudio técnico

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.

De esta manera, con el estudio técnico se podrá obtener los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de las máquinas se precisará su disposición en planta, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico para que el desarrollo de las operaciones se efectúe de manera normal, en consideración a las normas y principios de la administración de la producción.

El análisis de estos mismos antecedentes hará posible cuantificar las necesidades de mano de obra por especialización y asignarles un nivel de remuneración para el cálculo de los costos de operación. De igual manera, deberán deducirse los costos de mantenimiento y reparaciones, así como el de reposición de los equipos. (Sapag, 2008) La descripción del proceso productivo posibilitará, asimismo, dar a conocer las materias primas y los restantes insumos que demandará el proceso. Por este motivo y como ya se ha mencionado, el proceso productivo se elige tanto a través del análisis técnico como económico de las alternativas existentes.

El estudio técnico no se realiza en forma aislada de los demás estudios existentes. El estudio de mercado definirá ciertas variables relativas a características del producto, demanda proyectada a través del tiempo, estacionalidad en las ventas, abastecimiento de materias primas y sistemas de comercialización adecuados, entre otras materias, dicha información deberá tomarse en cuenta al seleccionar el proceso productivo. El estudio legal podrá señalar ciertas restricciones a la localización del proyecto que podrían de alguna manera condicionar el tipo de proceso productivo. El estudio financiero por otra parte, podrá ser determinante en la selección del proceso si en él se definiera la imposibilidad de obtener los recursos económicos suficientes para la adquisición de la tecnología más adecuada. En este caso, el estudio deberá tender a calcular la rentabilidad del proyecto, haciendo uso de la tecnología que está al alcance de los recursos disponibles. (Sapag, 2008)

1.6.1 Localización óptima

Las teorías de localización son los estudios encaminados a determinar el mejor lugar donde las empresas pueden establecerse, se busca dar respuesta a la pregunta: ¿Por qué la empresa decide instalarse en cierto lugar? Probablemente, la gran relevancia de este cuestionamiento radique en la importancia estratégica de la selección del lugar y a la imposibilidad práctica de resarcir una decisión de localización incorrecta.

Elegir la mejor localización le permite a las empresas ser más competitivas a través del aprovechamiento de las particularidades únicas del lugar seleccionado, por ejemplo, los recursos naturales disponibles, la cercanía con los mercados, la infraestructura de transportación, la cultura de la sociedad, la calidad de vida, el tamaño de la población, los salarios mínimos, las habilidades de los trabajadores, los gustos de los consumidores, la actitud de los gobiernos, los índices de delincuencia, entre otros.

El estudio formal de la localización inició con el trabajo de Von Thünen (1826) quien elaboró el primer modelo de localización al plantear la pregunta ¿Por qué todos los productos manufacturados se elaboran en un solo pueblo del estado aislado? Se basó principalmente en el sector agrícola para contestar esta pregunta. Explicó que la localización ideal está relacionada con la renta económica de la tierra que se quiere maximizar, que corresponde a la diferencia positiva entre beneficios y costos. Es decir, si dos granjeros venden el mismo producto al mismo precio, el granjero que se encuentre más cerca de la ciudad tendrá mejores beneficios al vender más producto, los cuales podría reinvertir en semillas, maquinaria, mano de obra, etc. En consecuencia, los clientes preferirán comprar los productos que se encuentren más cercanos a ellos, por tanto, la renta económica del granjero disminuirá en la medida que se aleje de sus clientes. La disminución del beneficio del granjero es a consecuencia del incremento de los costos de transporte de sus clientes. (Adán Jacinto Flores Flores, 2015)

1.6.2 Tamaño óptimo de la planta

Es la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

Su objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. En síntesis, resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.

La actividad industrial se desarrolla habitualmente dentro de una planta industrial. La fase de localización persigue determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación de los puntos de venta o mercados de consumidores, puntos de abastecimiento para el suministro de materias primas o productos intermedios, la interacción con otras posibles plantas, etc. En el caso de una construcción nueva, el sitio puede estar impuesto desde el principio del proyecto (es una constante) o depende de los primeros estudios técnicos (es una variable).

a producción es el resultado de hombres, materiales y maquinaria, que deben constituir un sistema ordenado que permita la maximización de beneficios, pero dicha interacción debe tener un soporte físico donde poder realizarse. La distribución en planta es el fundamento de la industria, determina la eficiencia, y en algunos casos, la supervivencia de una empresa. Así, un equipo costoso, un máximo de ventas y un producto bien diseñado, pueden ser sacrificados por una deficiente distribución de planta. La distribución en planta implica la ordenación física de los elementos industriales.

Esta ordenación, ya practicada o en proyecto, incluye tanto los espacios necesarios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores, como todas las otras actividades o servicios, incluido mantenimiento. (Baca, 2010)

1.6.3 Ingeniería del proyecto

Es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. En síntesis, resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. (Baca, 2010)

1.6.4 Estructura organizacional

En el entendido que el proceso de estructuración corporativa, en conjunto con las elecciones estratégicas, es determinante de las acciones de transformación organizacional, surge la inquietud de identificar cuál ha sido el grado de apropiación en las organizaciones.

Es de anotar que hablar de estructuras organizacionales implica una consideración mucho más profunda y abarcan te que la simple representación gráfica conocida como organigrama, con la cual se tiende a confundir. La estructuración involucra todo un proceso que comienza en la planificación de estrategias y culmina en el desarrollo del objeto social de la organización. Empero, en muchas oportunidades el desconocimiento en el diseño y construcción de la estructura conlleva a disfunciones entre lo estimado y lo obtenido, e incluso a conflictos de jerarquía antes de la puesta en operación de la organización.

análisis de la estructura organizacional se enmarca dentro de la Teoría de la Contingencia Estructural, la cual surge para mostrar, a partir de diferentes investigaciones, que no existe una única forma de estructuración, pues la división del trabajo y su coordinación, dependerán de diversos factores y de las condiciones situacionales en las cuales la organización opera.

Específicamente, los trabajos acerca de la estructura organizacional, desde sus múltiples aproximaciones contingencia como propósito análogo, han buscado comprender y en algunos casos explicar, el fenómeno de la división del trabajo y su integración y coordinación. (MARÍN IDÁRRAGA, 2012)

1.7. Teoría en base a la estructura económica y financiera.

En la actualidad el eje principal sobre el que gira la actividad económica es la emergencia acelerada de la competencia global. Globalización aplicada a la cada vez mayor actuación empresarial en los mercados internacionales, así como a la pérdida de “inmunidad “que la empresa siente en los mercados locales por efecto de su regulación.

La globalización debe interpretarse conociendo sus puntos de apoyo fundamentales:

- Libre movimiento de capitales.
- Libre movimiento de bienes y servicios.

- Libre movimiento de personas entre países.

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 (bienes y derechos) y lo que debe una empresa (obligaciones) en un determinado momento del tiempo. Los bienes son el conjunto de elementos propiedad de una empresa que sirven para satisfacer o desarrollar necesidades (edificios, maquinaria, etc.). A su vez, los derechos representan las deudas que terceras partes han contraído con la empresa (dinero que debe un cliente, etc.). Por último, las obligaciones representan las deudas que ha contraído la empresa con terceros (deudas con proveedores, préstamos bancarios, etc.). 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.

Quizá sea la libertad de movimiento de capitales (el mercado financiero en su conjunto) el que pueda ser tipificado como global, al no existir traba alguna a los desplazamientos financieros de un país a otro, y ello es el origen de los grandes problemas financieros por los que la economía mundial está atravesando, lo que implica un análisis de los productos financieros de los mercados y, colateralmente, del efecto inducido en las economías locales.

Por el contrario, no ocurre lo mismo cuando se analizan los dos ejes restantes de la globalización. El movimiento de mercancías entre países está sujeto a ciertas trabas que lo limitan. Y el de personas está fuertemente condicionado por limitaciones o barreras de entrada que los países establecen. No obstante, bajo la óptica de una actuación global, las oportunidades de negocios ya no son interpretadas en términos del mercado local o país. Son todos los países una Oportunidad Empresarial y así debe de interpretarse. La “Oportunidad” se considera, por tanto, como más relevante que el “crecimiento” o el “clima de inversión”, a la hora de tomar decisiones financieras. En un mundo afectado por la “óptica de la globalidad”, el tamaño y el valor del mercado constituyen parte de la estrategia global empresarial, con el consiguiente desplazamiento sin trabas, o con tendencia a reducirlas, de fondos, beneficios, capital, bienes, servicios y personas. Al analizar la evolución de los mercados, la economía global se basa en principios fundamentales distintos y tiene, por lo tanto, diferentes condicionantes. En esta línea, Jeannot en su obra “Dirección de Empresas

con Mentalidad Global” considera que, en la economía global, la participación en el espacio económico está abierta a todos y algunas de las barreras aún presentes en la economía multinacional están desapareciendo rápidamente. Los mercados se caracterizan por la creciente homogeneidad de sus clientes, lo que no debe confundirse con una similitud o estandarización. Muchas economías locales han abierto sus fronteras al libre comercio expandiendo la dimensión potencial de sus actividades internacionales hasta un punto en el que se puede alcanzar una verdadera cobertura global del mercado. (Martín, 2010).

1.7.1 Inversiones

La inversión desempeña un papel esencial en el comportamiento de la economía, siendo un factor determinante del nivel de empleo y de la capacidad de crecimiento en el futuro. La teoría básica de la inversión parte reconociendo que, como forma de asignar el consumo a lo largo del tiempo, el gasto en inversión física es una alternativa al ahorro financiero. Esto significa que, para la inversión marginal, el retorno de la inversión debe ser igual al retorno del ahorro. Los desarrollos modernos de la demanda de inversión en un contexto intemporal consisten en plantear el problema de una empresa que maximiza el valor actual descontado de sus beneficios presentes y futuros, bajo determinados supuestos, teniendo en cuenta normalmente la existencia de costos de ajuste del capital. A partir de las condiciones necesarias para la resolución de este tipo de ejercicios se pueden generar dos tipos de modelos. Por un lado, están los modelos de corte neoclásico, en los que se obtiene una función de demanda de inversión, cuya idea central es la respuesta de la demanda de capital a los cambios en los precios relativos de los factores. Lo que este tipo de modelos determina es, en realidad, el stock de capital óptimo deseado por la empresa, mientras que, para introducir el problema de la velocidad de ajuste, se agrega una función que describe los costos asociados a la incorporación de nuevo capital. Por otro lado, están los modelos de inversión basados en la “q” de Tobin, en los que la tasa de inversión óptima de la empresa depende de dicha relación, definida como el cociente entre el valor de mercado de la firma y el costo de reposición del capital instalado. Lo más interesante de las teorías basadas en la “q” es que dicha relación sintetiza toda la información sobre el futuro que es relevante para las decisiones de inversión de la empresa. Por lo tanto, esta teoría resulta de vital importancia para dar sustento a los modelos de valuación de empresas.

La “q” de Tobin se define como la relación entre el valor de mercado de la firma (VA) dividido por el valor de reposición o contable de los activos de la misma, Tobin hizo el razonamiento de que la inversión neta debería depender de si la “q” es mayor o menor que uno. Si “q” es mayor que uno, ello implica que el mercado valúa el capital (activo) a un monto mayor que su costo de reposición, por lo que sería posible incrementar el valor de la firma aumentando el capital. Aunque en principio no pareciera, esta teoría se encuentra estrechamente ligada con la teoría neoclásica. La conexión deriva de la observación de que la “q” de Tobin depende de la ganancia esperada corriente y futura del capital instalado. Si el valor de la productividad marginal del capital (pPMgK) excede al costo del capital (rA) entonces el capital instalado obtiene beneficios extraordinarios, lo cual se refleja en una “q” mayor a la unidad y ello incentiva la inversión. Por otra parte, cuando el “pPMgK” es menor que el costo del capital, la “q” es menor a uno y ello conlleva a una caída del stock de capital en la economía.

$$q = \frac{VA}{A}$$

Tobin hizo el razonamiento de que la inversión neta debería depender de si la “q” es mayor o menor que uno. Si “q” es mayor que uno, ello implica que el mercado valúa el capital (activo) a un monto mayor que su costo de reposición, por lo que sería posible incrementar el valor de la firma aumentando el capital. Aunque en principio no pareciera, esta teoría se encuentra estrechamente ligada con la teoría neoclásica. La conexión deriva de la observación de que la “q” de Tobin depende de la ganancia esperada corriente y futura del capital instalado. Si el valor de la productividad marginal del capital (pPMgK) excede al costo del capital (rA) entonces el capital instalado obtiene beneficios extraordinarios, lo cual se refleja en una “q” mayor a la unidad y ello incentiva la inversión. Por otra parte, cuando el “pPMgK” es menor que el costo del capital, la “q” es menor a uno y ello conlleva a una caída del stock de capital en la economía. (Tobin, 2009)

1.7.1.1 Inversión inicial

La inversión inicial contempla dos grandes rubros, cuales son: infraestructura y maquinaria y equipo (en conjunto se conocen como activo fijo). Se podría considerar un

tercer rubro denominado costos de operación. A continuación, se presentan estos componentes por separado.

Activo fijo Se refiere al componente de la inversión relacionado con bienes inmuebles que también incluye o contempla lo relacionado con maquinaria y equipo, Se inicia con la infraestructura necesaria para implementar el negocio.

Cuando se debe recurrir al financiamiento de los costos de operación o de funcionamiento, es necesario ampliar el monto requerido. Esto se logra calculando de forma precisa estos costos que involucran costos directos e indirectos relacionados con el ciclo normal de funcionamiento de la empresa. El préstamo por este rubro es por un plazo mucho menor que para la inversión inicial en activos fijos. Generalmente el plazo es inferior a un año y la tasa de interés más alta que la otorgada para financiar el activo fijo. (Canalías, s.f.)

1.7.1 .2 Depreciación

Son ajustes separan la parte consumida de la parte por consumir de una cuenta, en otras palabras, la parte nominal de la parte real, la parte que irá al Estado de Resultados como egreso o ingreso y la parte que quedará en el Balance General como Activo o Pasivo. Ahora procederemos a explicar cómo se ajusta la cuenta de Activo fijo tangible. EL Activo fijo (Propiedades, planta y equipo) es una cuenta que está formada por todas aquellas propiedades físicas de carácter permanente, no destinadas para la venta y que se usan en las operaciones normales de la empresa, entre ellos están los terrenos, los edificios, los vehículos, las maquinarias, etc. Los activos fijos a excepción del terreno tendrán una vida limitada relacionada directamente con el desgaste, uso u obsolescencia

La depreciación de una propiedad es el método por el cual se distribuye el costo de esta a través de su vida útil medida en años. Se usa en propiedades que tengan una vida útil de más de un año. La propiedad a ser depreciada debe tener una vida útil predecible o estimada.

Términos usados en Depreciación Propiedades físicas como maquinarias, carros, o edificios son propiedades tangibles y debe ser depreciado hasta tanto su vida útil pueda ser estimada.

Los términos más usados en depreciación son:

Costo, que es la base para determinar la depreciación es la cantidad total pagada por la propiedad. Vida útil estimada o Probable, es el período de tiempo durante el cual la propiedad se estima será usada.

Valor residual o de Salvamento, es el valor estimado de la propiedad cuando se retira del servicio, se vende, se decomisa, etc.

Puede ser de cero (0), o sea no tener valor residual.

Depreciación acumulada, es la cantidad de depreciación en un momento dado. Valor en los libros, es el costo de la propiedad menos la depreciación acumulada. El valor en los libros al final de la vida de la propiedad es igual al valor residual. El valor en los libros nunca será menor que el valor residual.

VALORACIÓN DEL ACTIVO FIJO

La valuación del activo fijo consiste en registrarlos por su valor exacto, es decir, al costo menos su depreciación, agotamiento o amortización acumulada según sea el caso. (NAVAS, 2011)

1.7.1.3 Amortización

Se puede decir que es como saldar gradualmente una deuda por medio de una serie de pagos periódicos.

Cada renta o pago sirve para cubrir los intereses y reducir el capital, es decir cada pago está compuesto por capital e intereses. La composición del pago o renta, aunque es constante, varía en función del número de periodos de pago.

Tipos de amortización

Cuota constante: su importe periódico es siempre el mismo. Los intereses se van reduciendo a medida que avanza la amortización del capital. Es la forma más común de amortizar un préstamo hipotecario y la que ofrecen en general las entidades financieras.

Cuota creciente: su importe periódico aumenta cada año a un porcentaje prefijado.

Cuota fija: cuando permanece invariable, incluso con modificaciones en el tipo de interés, lo que conlleva el reajuste continuo en el plazo. (mateeac, 2015)

1.7.2 Costos

La teoría organizacional se ha alimentado a lo largo de su corta existencia, que aún no alcanza el siglo, de contribuciones de gerentes, psicólogos, sociólogos, científicos políticos y economistas, sintetiza algunas ideas de sus antecesores y plantea la teoría de costos de transacción (TCT), con la que da respuesta a la pregunta ¿por qué existen las firmas?, pregunta central para los estudiosos de las organizaciones.

Esta teoría explora la frontera de la firma: qué transacciones se desarrollan en su interior, cuáles se compran, cuáles se tercerizan, cuáles se realizan de manera conjunta entre dos o más firmas. Entonces, a diferencia de otras teorías de la firma, para las que ésta había sido simplemente una caja negra, la (TCT) también trata de explicar el porqué de los mecanismos de gobierno en su interior y su extensión a otras formas, como la integración vertical y la diversificación. La investigación empírica se ha centrado en la explicación a estas formas organizacionales, aunque aborda otros temas, como veremos más adelante. El propósito de este ensayo es presentar una descripción crítica de la TCT, una de las ramas más importantes de lo que algunos llaman actualmente la economía organizacional. En la primera parte se describe de manera general esta perspectiva, sus supuestos y mecanismos; en la segunda parte se discute el tipo de investigación empírica que ha inspirado en el campo de la administración.

La TCT tiene como objetivos identificar las fuentes de los costos de transacción (aquellas características o dimensiones de una transacción que hacen el intercambio problemático o sumamente costoso) y especificar el mecanismo de gobierno que puede coordinar de la manera más eficiente la transacción, de tal forma que se logren economizar dichos costos.

La eficiencia se constituye en el criterio con el cual medir el desempeño, que se entiende como una forma de economizar costos y se atribuye a formas organizadas. (Salgado C., 2003)

1.7.2.1 Gastos operativos

Los gastos operativos son aquellos que permiten mantener la actividad diaria de una compañía, que no suelen estar vinculadas de manera directa con la producción. Suele utilizarse tanto el término gastos operativos como gastos operacionales.

Estos costes se ocasionan en el normal desarrollo de la entidad económica, según el objeto con el que se fundó y registran los gastos en los que se incurre durante un ejercicio en relación

al planteamiento de desarrollo de la actividad ejecutiva financiera, legal, comercial y la dirección de la gestión administrativas.

Otro término con el que se conoce a los gastos operativos u operacionales es el de gastos indirectos. Esto es así debido a que no se contemplan las inversiones ni se aguarda un beneficio a corto plazo. Este tipo de costes están enfocados a garantizar el funcionamiento y subsistencia de la empresa.

Para explicar un poco mejor este término se puede recurrir a un ejemplo de gastos operativos. La compra de máquinas para la producción supone por parte de las compañías una inversión con el propósito de conseguir en el futuro una serie de beneficios. Sin embargo, los gastos que se producen para la compra de elementos que garanticen el adecuado funcionamiento o mantenimiento de dicha maquinaria se engloba en el capítulo de gastos operativos. Es el caso, por lo tanto, de una fotocopiadora y de las hojas de papel que se emplean para garantizar su correcto funcionamiento.

1.7.2.2 Capital de trabajo

Muchas veces se confunden los términos capitales de trabajo neto y capital de trabajo, que en esencia resultan ser dos cosas diferentes. El capital de trabajo neto es la diferencia que se presenta entre los activos y los pasivos corrientes de la empresa. Por otro lado, “el capital de trabajo se refiere a los activos circulantes de una firma. El término ‘circulante’ quiere decir aquellos activos que la compañía espera convertir en efectivo en un periodo menor a un año”.

Los elementos que componen el capital de trabajo son: el efectivo, las cuentas por cobrar y los inventarios. Existen varios conceptos que se deben tomar en cuenta a la hora de administrar el capital de trabajo, que son:

- La clasificación de los activos circulantes de acuerdo al tiempo.
- La liquidez y la rentabilidad
- Ciclo operativo
- Tendencia

Los requerimientos de capital de trabajo son fluctuantes ya que dependen de varios factores, entre ellos la estacionalidad de las ventas, que genera mayores o menores niveles de efectivo y de inventario, según la época. (Peñaloza Palomeque, 2008)

1.7.3 Ingresos

La Teoría del Ingreso provee al estudiante de Ciencias Administrativas una serie de conocimientos y herramientas para la aplicación gerencial. Los modelos que se presentan en el curso son utilizados para evaluar el entorno económico que afecta a cualquier organización. Además, sirve para hacer análisis fundamental, necesario para comprender y saber encuadrar la abundante información económica que se difunde en los medios y tener criterios suficientes para discriminar entre la información relevante y la irrelevante.

Considera que la demanda de mano de obra, esto es, la mayor ocupación de trabajadores, aumenta en la medida en que los patronos o empleadores obtienen aumentos en sus ingresos. Sin embargo, el factor más importante de la elevación de los salarios no lo constituye la cuantía de la riqueza nacional, sino el continuo aumento de esa riqueza. (the measurement of capital, 2018)

1.7.4 Punto de equilibrio

La determinación del punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales o, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables. Este punto de equilibrio (o de apalancamiento cero), es una herramienta estratégica clave a la hora de determinar la solvencia de un negocio y su nivel de rentabilidad.

Como muestra la gráfica, los costos fijos (CF) tienen un importe constante en el tiempo (línea horizontal) dado que los factores involucrados en este ítem se han fijado por contrato: arriendos, salarios, depreciaciones, amortizaciones, etc. El coste variable (CV), se incrementa de acuerdo a la actividad del negocio (parte desde el origen y tiene pendiente positiva). La suma de ambos costos (CF + CV) corresponde a los Costos Totales (CT). Nótese que, en el origen del diagrama cartesiano, tanto las ventas totales como los costos variables son iguales a cero. Sin embargo, para ese nivel de actividad igual a cero, tenemos la existencia de los Costos Fijos.

Es de interés hacer esta distinción porque una vez iniciada la operación del negocio comienza la carrera por cubrir los costes fijos primero (alquileres, salarios) y luego los costes variables (mercadería, materias primas). En la parte izquierda de la gráfica los costes totales son mayores a los ingresos totales, de ahí que la denominemos “área deficitaria” (color naranja). Cuando los ingresos alcanzan el punto en que se cubren todos los costes (fijos y variables) se dice que se está en el punto de equilibrio. (MORENO, 2010)

1.7.5 Financiamiento

Desde un punto de vista restringido, la Administración Financiera se centra en el concepto del flujo de fondos; es decir, en obtener y administrar el movimiento de dinero a través de diversos instrumentos, instituciones y prácticas, de acuerdo con disposiciones legales y contables, y de criterios técnicos, de manera de implementar de la forma más eficiente posible las decisiones básicas adoptadas por la conducción de una empresa. Desde un punto de vista más amplio, este objetivo puede abarcar todos los aspectos de dicha conducción, ya que todas las transacciones económicas están relacionadas directa o indirectamente con flujos de fondos financieros, por lo cual es necesaria la participación del área financiera en la toma de decisiones estratégicas de toda organización económica.

Dada la amplia diversidad de desarrollos que apuntan a diversos aspectos de la Administración Financiera desde varios puntos de vista, se hace necesario enfocar el esfuerzo de investigación hacia una temática en particular. Este trabajo abordará ciertos temas vinculados con las decisiones de financiamiento donde pueden proponerse nuevos aportes que contribuyan al proceso de perfeccionamiento de esta disciplina. (Drimer, 2008)

1.7.6 Estado de resultados

El estado de resultados, conocido también como estado de ganancias y pérdidas o cuenta de pérdidas y ganancias, es un estado financiero plasmado en un documento en el cual se muestran de manera detallada y minuciosa todos los ingresos, gastos, así como el beneficio o pérdida que se genera en una empresa durante un período de tiempo determinado (por ejemplo, un trimestre o un año).

Este estado financiero es una gran herramienta de gestión que permite a cualquier empresa, tenga el tamaño que tenga, tener una mejor visión de su situación financiera: los recursos con los que cuenta, las entradas y salidas de dinero, la rentabilidad generada, así como otros aspectos de gran relevancia para las operaciones financieras diarias.

Gracias al estado de resultados, una empresa cuenta con una mejor visión financiera, pudiendo prevenir y actuar de antemano, pues puede realizar previsiones en base a los resultados que se obtienen a través del estado de resultados.

En cuanto al periodo de tiempo que comprende un estado de pérdidas y ganancias, éste suele coincidir con el tiempo que dura un ejercicio económico en una empresa: 1 año. Pero, el estado de resultados es un documento financiero flexible, por lo que puede realizarse, como ya comentábamos, de manera anual, trimestral o mensual.

1.8. Teoría de la evaluación de proyectos

La evaluación de un proyecto es una herramienta, la cual, al comparar flujos de beneficios y costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto o no; es decir, si es o no es rentable, además, si siendo conveniente, conviene postergar su inicio.

Al evaluar, entre otras cosas, se debe decidir cuál es el tamaño más adecuado del proyecto.

Los estudios de mercado, los técnicos y los económicos entregan la información necesaria para estimar los flujos esperados de ingresos y costos que se producirán durante la vida útil del proyecto en cada una de las alternativas posibles.

La Evaluación de Proyectos sólo considerará los flujos de beneficios y costos reales atribuibles al proyecto, expresados en moneda de un mismo momento. Cabe señalar que, al realizar la evaluación de un proyecto, no deben tomarse en cuenta los flujos pasados ni las inversiones existentes.

En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación de proyectos es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas. Seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo son, con el fin de llegar a una eficiente asignación de recursos.

En la etapa de Evaluación de Proyectos se define:

a) La situación base o "situación sin proyecto" con el fin de compararla con cada una de las alternativas del proyecto propuesto.

b) Identificación y valoración monetaria de los ítems que representan beneficios y costos atribuibles al proyecto;

c) Evaluación de los proyectos, aplicando criterios de evaluación basados en los indicadores de rentabilidad que se obtengan. (Frisch, s.f.)

1.9. Teoría de gerenciamiento

La interacción entre el individuo y su medio ambiente, específicamente la relación entre su sistema de valores personales y los valores de la sociedad a la cual pertenece, ha sido objeto de estudio de la psicología y la sociología contemporáneas. Esta misma relación se aplica a la organización y su medio ambiente. Los valores contenidos en las ideologías de la sociedad tienen un impacto significativo en la gerencia organizacional y viceversa. Este aspecto ha sido un tema recurrente en la literatura actual sobre gerencia y cultura organizacional.

El sistema de valores que los gerentes traen consigo al ingresar en una organización en particular, se refleja en sus propios comportamientos y en las expectativas de comportamiento de otros miembros de la organización. Tanto para el gerente como para el empleado, uno de los aspectos más importantes de la interacción social se origina en el sitio de trabajo. Por lo tanto, es útil conocer cómo opera el proceso de socialización, ya que las acciones y el sistema de valores de los gerentes y empleados son, en parte, resultado de este proceso.

Las organizaciones no funcionan automáticamente, éstas necesitan de personas para su dirección. La gerencia es el elemento clave en el desempeño y supervivencia organizacional. “Gran parte del trabajo de gerencia es la lucha para hacer que las organizaciones funcionen efectivamente. El trabajo de la sociedad se hace a través de las organizaciones, y la función de gerencia es hacer que esas organizaciones realicen su trabajo”.

Los gerentes, al igual que las organizaciones, han sido influenciados por valores provenientes de las ideologías prevalecientes en la sociedad.

La gerencia, de acuerdo a la Teoría X, puede relacionarse con la ideología , el sistema organizacional que representa la escuela tradicional de gerencia con su énfasis en la eficiencia y la productividad. (López, 2000)

CAPITULO II

2.1. Problema de investigación

El problema de investigación en este tipo de trabajos se circunscribe a grandes interrogantes. Tal como lo definen (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 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 Diseño de un proyecto de inversión y gerenciamiento de un centro de recreación de la elaboración de sombreros de paja toquilla en Azogues?*

2.1.2. Antecedentes

La unidad académica de Administración, carrera de Ingeniería Empresarial, con sujeción a la ley orgánica de ley superior el reglamento de régimen académico, su 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.

2.1.3. Justificación

El tema de investigación: Diseño de inversión y gerenciamiento del sector turístico con enfoque turístico. Caso: elaboración de sombreros de paja toquilla, se justifica desde los estudios de investigación exploratoria de docentes de la Universidad Católica de Cuenca: Impacto sobre la comercialización de sombreros de paja toquilla en la ciudad de Azogues,

Ecuador. Caso: sombreros de paja toquilla. En correspondencia con el problema de investigación: *¿las artesanías de tejido de sombrero de paja toquilla en sus externalidades positivas a nivel de turismo comunitario han sido potenciadas y aprovechadas debidamente?*

A su vez responde a las preguntas iniciales del investigador.

2.1.4 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 cuentan 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 justificación teórica 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 la investigación?
6. ¿Hay viabilidad social y ambiental en la comunidad donde se implementara el modelo de negocios?

2.1.5 Objetivo general

Diseñar un centro de recreación donde se pueda apreciar la elaboración de sombreros de paja toquilla y a la vez sean comercializados o precios accesibles.

2.1.6 Objetivos específicos

- 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 de inversión con el dimensionamiento de la planta.

- Evaluar económica y financieramente el proyecto de inversión.
- Diseñar el modelo de gerenciamiento del proyecto de inversión.

2.2. Resumen ejecutivo

2.2.1. Argumentación teórica

La fundamentación teórica del trabajo de titulación Modelo de Negocios Diseño de un proyecto de inversión y gerenciamiento de un centro de recreación de la elaboración de sombreros de paja toquilla en Azogues, esta vista desde la perspectiva de (Barrios, 2010) Se puede definir un modelo de negocios como “un conjunto complejo de rutina interdependientes Que se descubren, ajustan y matizan mediante la acción”. Un negocio o empresa genera valor a Través de la utilización de la cadena de valor.

2.2.2. Viabilidad metodológica del modelo de negocio

El investigador se ancla en el método científico para tratar de resolver el problema de investigación. Recordemos que de acuerdo con (Hernández Sampieri et al., 2010), el método científico consta de 10 pasos, que se lo trabaja en tres momentos de acción: Conocer, observar y proponer. Desde esta perspectiva metodológica el trabajo de titulación es viable.

2.2.3. 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 negocio tiene una lógica que va desde la argumentación teórica, el soporte metodológico y la concreción de la propuesta.

2.3. Marco teórico

2.3.1. Modelos de negocio.

Se puede definir un modelo de negocios como “un conjunto complejo de rutina interdependientes Que se descubren, ajustan y matizan mediante la acción”. Un negocio o empresa genera valor a Través de la utilización de la cadena de valor. (Barrios, 2010)

Fue el primero en hablar del tema proponiendo que “un modelo de negocio se refiere a la forma en la que la empresa lleva a cabo su negocio”. Propone un modelo que responda a quién es el cliente, qué valora, cuál es la lógica subyacente que explica cómo podemos aplicar dicho valor al cliente a un costo apropiado. (Drucker, 1984)

Plan previo al plan de negocio que define qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, quién va a ser tu público objetivo, cómo vas a vender tu producto o servicio y cuál será tu método para generar ingresos. (Gestron, s.f.).

El modelo busca darles herramientas a los empresarios para prevenir que los negocios sean utilizados para cometer estos delitos. Adicionalmente, facilitar la adopción de las medidas preventivas, teniendo en cuenta los avances que en materia de Responsabilidad Social Empresarial y Gobierno Corporativo hayan adelantado las empresas”. (PYMES, 2017)

2.3.2. Sombreros de paja toquilla

El presente trabajo tiene como finalidad básica presentar una visión sintética y globalizadora sobre una de las artesanías dl Ecuador como es la mano facturería de los sombreros de paja tiquilla la misma que ha configurado patrones socio-económicos peculiares. Tanto a nivel nacional de una manera general, como para la ciudad de Azogues, en forma particular para la cual se enfocará tanto en la producción como la elaboración al igual que los procesos posteriores de acabado y la comercialización misma del producto.

Cuando hablamos de artesanía de los sombreros de paja toquilla en Ecuador podemos observar como una amplia gama de población a lo largo de los años han presentado patrones socio-económicos en nuestro país total mente distintos a los que se dieron en épocas colonizadoras de los que nos dan en la época actual por lo cual el ámbito socio-

económico está dado por una serie de aspectos históricos geográficos humanos y comerciales. Así en la colonia se manufacturaron los sombreros, lo cual implicó un conjunto de relaciones diferentes de lo que ocurre en el país en el contexto actual, además geográficamente encontramos que la costa aparece como productora de la planta y la sierra como procesadora de la misma. Al igual dentro de la elaboración de estas artesanías podemos encontrar una gama de individuos como: cholos y montubios y como su producción está destinada a satisfacer tanto los mercados nacionales como internacionales.

2.3.3. Descripción del sector

El sombrero de paja toquilla, más que un producto, es considerado un bien patrimonial del Ecuador, que podría encontrar sus orígenes en las culturas aborígenes pertenecientes a la Confederación Manteña. Por los años 1880, durante la construcción del Canal de Panamá, se extendió el uso del sombrero ecuatoriano, pues resultaba muy adecuado para las condiciones climáticas. De allí se difundió a América del Norte, Centroamérica, Europa y el resto del mundo. Por esta razón, el sombrero fue erróneamente conocido a nivel mundial como el “Panama Hat” o “Sombrero de Panamá”. Su mayor apogeo se registró en la década de los 40 del siglo anterior, cuando llegó a constituir uno de los rubros más importantes de aporte al Producto Interno Bruto (PIB) y a la balanza comercial. La materia prima para la elaboración de los sombreros de paja toquilla es la carludovica palmata, una especie de palma sin tronco. Se cultiva en las partes montañosas de la Costa y Amazonía ecuatorianas. Del centro de sus anchas hojas se obtiene la paja para la fabricación de los sombreros. El proceso para la elaboración comprende la extracción de los cogollos o envolturas de paja toquilla, el tratamiento de la fibra, la venta de los cogollos listos para ser tejidos, y el tejido propiamente.

2.3.4. Modelo de los sombreros

El sombrero consta de tres partes: plantilla, copa, y falda. Para dar forma al sombrero, es necesario utilizar una hora. La duración del proceso del tejido varía según el grosor de la paja y el grado de dificultad: de 3 a 5 días por un sombrero estándar; hasta 6 meses por un sombrero muy fino. La finura del sombrero se mide en grados: a mayor finura mayor es el grado.

2.3.5 La comercialización de los sombreros

La cadena de sombreros de paja toquilla experimentaba limitaciones significativas en el área de producción y en las relaciones entre los actores de la cadena, que repercutían sobre los volúmenes de sombreros, la calidad, la participación en el mercado del sombrero ecuatoriano y la rentabilidad de la cadena. Las condiciones de trabajo tradicionales de las tejedoras eran muy difíciles ya que no contaban con las herramientas necesarias y adecuadas para conseguir una forma apropiada de trabajo. Por ejemplo, el tejido fino debían elaborarlo sobre una mesa muy baja, en posición acostada, con el pecho contra una hora. Las mujeres pasaban extenuantes horas en esa posición, lo que les causaba problemas de salud y afectaba su desempeño. Asimismo, las hormas, que dan la forma a los distintos tipos de sombreros, heredadas de sus antepasados no se encontraban en buen estado ni se adaptan a los tamaños que el mercado requería. Otra de las herramientas básicas para el trabajo de la tejedora es la iluminación. En algunos talleres o lugares de reunión de los grupos de tejedoras, la iluminación era deficiente, lo que había ocasionado el deterioro de su salud visual. Estas condiciones incidían en la calidad de su producto, mayores rechazos o pagos de menor valor por el sombrero; y contribuían a la baja productividad de las tejedoras, la falta de ingresos adecuados o justos por su producto, y la desmotivación de las nuevas generaciones para dedicarse a esta actividad.

2.3.6 Actores de la cadena de paja toquilla

Los procesadores de la paja toquilla son quienes cosechan la paja toquilla. Aquellos que están ubicados en la Costa ecuatoriana procesan los tallos para formar las fibras de paja. Los procesadores de la Sierra sahúman la paja toquilla con azufre para blanquearla; luego la clasifican según la calidad y largo de cada tallo, para después venderla a las tejedoras. La mayoría de tejedoras son campesinas de escasos recursos que viven en comunidades de zonas rurales, por lo general del Austro ecuatoriano. El tejido es una tradición transmitida de generación en generación. Las tejedoras son el principal eslabón de la cadena. De la calidad de su trabajo depende el resto de la cadena.

2.4. Enfoque metodológico

El enfoque metodológico corresponde al encuadramiento del estudio de investigación:

Usa el método científico, que se sustenta en tres 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 de que expliquen el fenómeno.

Proponer es el momento de crear el diseño, el modelo, el sistema que resuelve el problema.

Enfoque. - La presente investigación es de enfoque exploratorio y descriptivo. 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

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

Elaboración: Estefanía González León, Ecuador 2018.

Fuente: Investigación Directa

El enfoque metodológico se sustenta también desde una primaria 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 relevancia

Idea	Fuente	Problema que resuelve	Resultado de aprendizaje	Dominios	Líneas de investigación	Ámbitos	PDOTs	Agenda zonal	PNBV (Toda una vida)
Creación de un modelo de gestión administrativo para empresas turísticas con enfocado en un Centro de recreación sobre los sombreros de paja toquilla	Estudios de investigación exploratoria de docentes de la universidad Católica de Cuenca.	Dar a conocer sobre las artesanías que se elaboran en nuestro país con prioridad en la ciudad de Azogues, y que sean buen remuneradas los que lo elaboran.	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.	Turismo, una oportunidad para dar a conocer sobre lo que se elabora en nuestra ciudad

Elaboración: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: investigación directa

Así mismo como, 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 corresponden a la pertinencia y relevancia de la investigación. (Véase la tabla numero 3)

Tabla 3. Perfil o gran visión del modelo de negocios.

<p>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))</p>	<p>Diseño de un proyecto de inversión y gerenciamiento de un centro de recreación de la elaboración de sombreros de paja toquilla en Azogues.</p>
<p>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)</p>	<p>La elaboración de artesanías es una de las actividades más frecuentes en nuestro país y en si tiene fines de lucrativos. Este motivo de este trabajo es dar a conocer sobres los sombreros de paja toquilla ya que hoy en día las personas no conoce mucho de ellos, y de la misma manera darle un valor agregado de acuerdo al trabajo que se realiza, que conozcan sobre su elaboración .</p>
<p>Antecedentes: Consiste en una breve 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.</p>	<p>Los sombreros más que un producto es un arte que se ha elaborado durante varios años por personas de muy escasos recursos, se elaboraban y se vendían a precios muy bajos porque sus acabado era estándar, hoy existen muchas empresas que realizan este ate con modelos variados.</p>

<p>Planteamiento del problema</p>	<p>Los sombreros de paja toquilla hoy en día son una artesanía que se está perdiendo en nuestra ciudad ya que solo se elaboran para exportar mas no para comercializar en nuestra ciudad, con este modelo de negocios se pretende que los sombreros vuelvan al mercado local.</p>
<p>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.</p>	<p>Plantear y diseñar un modelo de gestión en la elaboración de sombreros de paja toquilla.</p>
<p>Objetivos específicos: responderá a los momentos teórico; estudio de mercado; organización y marco legal; y, estudio técnico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> *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: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa.

2.5. Marco administrativo

2.5.1. Cuadros

Tabla 4. Presupuesto

N°	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total/\$
1	Investigador	120	2,41	289,20
	Docente tutor	48	13,62	653,76
2	Materiales de oficina	Global	300.90	300.90
3	Transporte	Global	50.50	50.50
4	Alimentación	Global	60.25	60.25
5	Compra o alquiler de equipos	Global	900.00	900.00
6	Misceláneos	Global	100,00	100,00

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa.

2.5.2. Cronograma

Tabla 5. Cronograma

	Actividades	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
1	Diseño y aprobación del trabajo de titulación			Mitad			
2	Desarrollo del marco teórico						
3	Desarrollo del marco metodológico				primera semana		

4	Desarrollo del diseño de modelo de negocio						mitad
5	Trámites administrativos y defensa						

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

2.5.3. Opinión de expertos

La estudiante Nube Estefanía González León, portador de la Número cedula 0301996203 cursante del décimo ciclo de la carrera Ingeniería Empresarial de la unidad académica de administración de la Universidad Católica de Cuenca Sede Azogues, en nuestra opinión ha cumplido con la exigencias teóricas y metodológicas del tema Diseño de un proyecto de inversión y gerenciamiento de un centro de recreación de la elaboración de sombreros de paja toquilla en Azogues. Por lo que se expresa conformidad aparte Ingeniero Juan Solís Muñoz Docente de metodología de investigación y docente tutor Jorge Ormaza Andrade

Ing. Juan Solís Muñoz.

Docente de Metodología de investigación.

Ing. Jorge Ormaza Andrade.

Docente tutor.

CAPITULO III

Diseño de un proyecto de inversión y gerenciamiento de un centro de recreación de la elaboración de sombreros de paja toquilla en Azogues.

3.1 Introducción

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo centrarse en identificar tácticas para promocionar el sector productivo de la paja toquilla. En la Actualidad la elaboración de sombreros de paja toquilla no es reconocido por la sociedad ya que no son bien comercializados, su producción es muy escasa y por lo tanto las personas no pueden conocer del mismo.

El presente trabajo tiene como objetivo crear un centro de recreación donde podamos adquirir sombreros de personas que aun las tejan, de igual manera enseñar a la sociedad de cómo se elabora el sombrero por medio de videos, realizar modelos únicos para que así su comercialización aumente y poder dar el sustento a personas que están dejando esta tradición de tejer.

Por otro lado, el proyecto tiene un problema significativo que es implicar a los grupos más vulnerables de trabajadores, los que realizan este trabajo son personas de escasos recursos que viven en zonas rurales y que aprendieron este arte desde muy corta edad, la elaboración de los sombreros es muy complicada, existen personas que no lo realizan en lugares adecuados y es lo que lo hace un trabajo arduo y duro.

3.2 Fundamentación del proyecto

3.2.1 Idea empresarial y alcance

El proyecto tiene como objetivo hacer un centro donde las personas puedan acudir para conocer sobre la elaboración de los sombreros de paja toquilla de igual manera saber qué tipos de tejidos nomas existen y puedan adquirir sombreros de diferentes modelos que se realicen.

Como objetivo principal que tiene este proyecto es dar a conocer sobre el tejido que no se pierda esta tradición que se ha llevado a cabo desde tiempos antiguos. Comercializar los sombreros sin afectar económicamente a sus productores, que nuevas generaciones aprendan de este arte y si el proyecto tiene buena aceptación implementar cursos para personas que deseen aprender este arte.

3.2.2 Objetivos

3.2.2.1 Objetivo general

Implementar un centro recreativo sobre la elaboración de sombreros de paja toquilla, conocer sobre su elaboración y así promocionar los sombreros y las personas que lo elaboran tengan fuentes de ingreso, y que nuevas generaciones conozcan sobre este arte y así no perder esta tradición que se ha llevado a cabo durante años y que hoy en día se está perdiendo.

3.2.2.2 Objetivos específicos

- ❖ Demostrar la rentabilidad que logrará este emprendimiento empresarial mediante un estudio financiero.
- ❖ Fortalecer la tradición de tejer sombreros mediante centros de recreación.
- ❖ Gestionar con empresas para poder comercializar los sombreros a precios razonables.
- ❖ Generar fuentes de empleo y mayores ingresos para las tejedoras, mediante el aumento de la competitividad de la cadena, y el mejoramiento de sus condiciones de trabajo.

3.3 Antecedentes

El sombrero de paja toquilla, más que un producto, es considerado un bien patrimonial del Ecuador, que podría encontrar sus orígenes en las culturas aborígenes pertenecientes a la Confederación Manteña. Por los años 1880, durante la construcción del Canal de Panamá, se extendió el uso del sombrero ecuatoriano, pues resultaba muy adecuado para las condiciones climáticas. De allí se difundió a América del Norte, Centroamérica, Europa y el resto del mundo, Por esta razón, el sombrero fue erróneamente conocido a nivel mundial como el “Panamá Hat” o “Sombrero de Panamá”. Su mayor apogeo se registró en la década de los 40 del siglo anterior, cuando llegó a constituir uno de los rubros más importantes de aporte al Producto Interno Bruto (PIB) y a la balanza comercial.

La materia prima para la elaboración de los sombreros de paja toquilla es la *Carludovica palmata*, una especie de palma sin tronco. Se cultiva en las partes montañosas de la Costa y Amazonía ecuatorianas. Del centro de sus anchas hojas se obtiene la paja para la fabricación de los sombreros. El proceso para la elaboración comprende la extracción de los cogollos o envolturas de paja toquilla, el tratamiento de la fibra, la venta de los cogollos listos para ser tejidos, y el tejido propiamente.

El sombrero consta de tres partes: plantilla, copa, y falda. Para dar forma al sombrero, es necesario utilizar una horma La duración del proceso del tejido varía según el grosor de la paja y el grado de dificultad: de 3 a 5 días por un sombrero estándar; hasta 6 meses por un sombrero muy fino. La finura del sombrero se mide en grados: a mayor finura mayor es el grado.

3.4 Justificación

La idea para este proyecto se centra especialmente en dar a conocer a la sociedad sobre los sombreros de paja toquilla y su elaboración poder comercializar y así dar nuevas oportunidades de trabajo a personas que aun realizan este trabajo. Todo esto se llevará a cabo por medio de un centro que nos permitirá reproducir videos en donde se está elaborando sombreros, tendremos varios modelos de sombreros que las personas que visiten el centro puedan adquirirlos.

Por otra parte, este proyecto ayudará a fomentar nuevas fuentes de trabajo ya que podremos también enseñar a tejer sombreros ayudando al desarrollo las personas que laboren dentro del nuevo emprendimiento, ayudando así a que se conozcan sobre esta cultura.

3.5 Requerimientos a satisfacer

Se pretende satisfacer las necesidades de los clientes centrandolo más en el sector turístico como sería a los que visiten nuestra ciudad y son amantes a adquirir productos netos de nuestra tierra, hacer modelos variados de sombreros para satisfacer su necesidad con precios competitivos a nivel zonal.

3.6 Mercado objetivo

El mercado objetivo para la comercialización y venta de sombreros de paja de toquilla será la población urbana y rural de la ciudad de Azogues, cabecera cantonal de la provincia del Cañar; así como también los locales comerciales de venta del producto en mención. La edad de los posibles clientes estará comprendida entre los rangos de 15 años hasta 75 años, con una economía media alta.

3.7. Ventajas competitivas y/o ventajas comparativas

Como ventaja competitiva en el proyecto es que se harán sombreros con modelos únicos se les dará un buen trato a las personas que visiten el centro, tener un lugar adecuado donde las tejedoras puedan realizar su trabajo a gusto.

Por otra parte la empresa dispondrá de un personal altamente capacitado, con certificación de calidad, eso hará que se tenga sombreros de calidad, se dispondrá con trípticos que contenga la historia de como comenzaron a tejer los sombreros, que las personas conozcan mas sobre el producto.

También se contará con promociones con sorteos del producto para las personas que visiten el centro y así seguir promocionando la empresa no solo a nivel local sino a nivel nacional.

3.8. Estudio de mercado

En el presente capítulo 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 compradores de sombreros en la ciudad de Azogues; consecuentemente se determinará la demanda potencial insatisfecha. Una vez establecido este objetivo se analizará los precios y los medios de distribución de los productos.

3.8.1 Objetivos

- Establecer la demanda y la oferta de personas en la ciudad de azogues
- Conocer sobre la demanda insatisfecha en la ciudad
- Determinar precios al cual se va a comercializar el producto
- Identificar canales de distribución.

3.8.2. Definición del producto (bien o servicio)

Centro la toquilla innovando enfocada en recrear el arte de tejer, mediante un centro de recreación lo que permitirá a la ciudadanía conocer sobre el tejido de sombreros que se ha llevado a cabo durante años.

El servicio que se brindará como valor agregado tendrá que no solo se comercializara los sombreros también se dispondrá de pantallas que muestren el trabajo que realizan las tejedoras y el proceso que lleva elaborar un sombrero, por otro lado, se estará entregando trípticos que cuenten la historia de los sombreros sus inicios y como se ha mantenido hasta la actualidad

3.8.3. Demanda

La demanda se ocasiona por la necesidad de un bien o servicio ocasionado por las personas, y lo que se busca es satisfacer sus necesidades, por lo que se estará ofreciendo sombreros elaborados de paja toquilla de acuerdo a las necesidades del consumidor, porque hoy en día existe una gran demanda ya que no existe muchos locales en el cual se pueda adquirir un sombrero.

Tabla 6. Demanda

Años	Población	Porcentaje de aceptación	Proyección de la demanda
2018	83770	20607	7539
2019			7632
2020			7727
2021			7823
2022			7920

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

Tabla 7. Demandas y ofertas

AÑO	DEMANDA	OFERTA	D.INSATISFECHA	D.INSATISFECHA 15%
2018	20607,42	14000	6607,42	991
2019	20862,95	14203	6659,95	999
2020	21121,65	14409	6712,71	1007
2021	21383,56	14618	6765,69	1015
2022	21648,72	14830	6818,88	1023

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

Tabla 8. Población

Año	Oferta
2018	14000
2019	14203
2020	14409
2021	14618
2022	14830

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

Población: Para realizar este estudio se tomó en cuenta la población de azogues y turistas que visten la ciudad, la información se obtuvo de páginas web.

- Mediante el instituto nacional de estadísticas y censos la población de Azogues es de 33.848
- Turistas en azogues

Muestra: Para el cálculo de este parámetro estadístico involucra la población de Azogues con la tasa de crecimiento anual.

3.5.4. Oferta

Hoy en día no se encuentra muchos locales los cuales distribuyan sombreros, o existen muy pocos los cuales realizan sombreros en serie, no cuentan con modelos variados, por eso se creará un local en el cual se realicen diferentes modelos de sombreros al gusto del cliente a precios accesibles.

No obstante, se pudo observar que en la ciudad de azogues se encuentra un local el cual vende cosas realizadas de paja toquilla, pero no cuentan con modelos variados son modelos estándar y solo se dedica a la distribución, el local que se implementara en pantallas recrearemos la historia del sombrero y se mostrará el proceso de cómo se crean los sombreros.

Tabla 9. Distribuirían de sombreros

CEDULA	NOMBRES / RAZON SOCIAL	ACTIVIDAD ECONOMICA	DIRECCIÓN	VENTA DE SOMBREROS ANUAL	OFERTA ACTUAL
	Bibilak	empresa comercial	Mariscal Sucre 5-01 y Cañar, Biblian	6000	6000
	Azohat	Empresa Comercial	Pérez Perazo Azogues	8000	8000
					14000

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.9 Demanda potencial insatisfecha.

3.9.1 Precios

La fijación de precio es muy importante para poder comercializar y remunerar bien las personas que realicen este trabajo, siempre que se comercialice un bien o servicio debe existir de por medio un precio, la empresa es la que debe fijar el precio tomando en cuenta el trabajo arduo que realicen los tejedores, y tomando en cuenta con el precio que trabajen otras empresas similares.

3.9.2 Comercialización

El producto se comercializará de forma directa no se tendrá terceras personas, no se comercializará al por mayor ya que es un lugar al que acuden las personas y conozcan más sobre los sombreros, solo se trabajar con las personas que elaboren el producto.

3.9.3 Estrategias de introducción al mercado

Las estrategias que se utilizaran son las siguientes:

3.9.3.1 Estrategia del producto

- ☼ Se ofrecerán modelos personalizados de sombreros
- ☼ Se venderá productos de calidad
- ☼ En un futuro ampliar el arte de la paja y ofrecer más productos elaborados a base de paja quilla.

3.9.3.2 Estrategia del precio

- Para poder satisfacer a los clientes se establecerá precios competitivos acorde a la variedad de productos.
- Se realizarán descuentos de acuerdo al número de sombreros que adquieran.
- Dar opciones de pago a los clientes.

3.9.3.3 Estrategias de Plaza

- Establecer un local al cual puedan llegar los clientes a adquirir el producto.
- Ofrecer el producto por diferentes medios como internet, periódico, redes sociales, páginas web, etc.
- Asociarse con personas que elaboren sombreros de paja toquilla de diferentes parroquias de la ciudad para que promocionen el producto y así se acerquen a nuestro centro a adquirir el producto.

3.9.3.4 Estrategias de Promoción

- Se entregarán trípticos a personas de la ciudad y sus alrededores a que conozcan del lugar.
- Se creará una página web propia del centro para estar informando de las actividades que se realicen.
- Espacios publicitarios en la televisión en la radio.
- Participar en eventos que se realicen en la ciudad.

3.10 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.

3.10.1 Objetivos

- Observar que el proyecto tiene viabilidad técnica para la instalación del proyecto
- Establecer el lugar adecuada para efectuar el proyecto
- Detallar el tamaño y capacidad que tendrá el proyecto
- Definir la distribución y diseños de las instalaciones

3.10.2 Localización óptima

Para la localización óptima de la planta es necesario determinar minuciosamente la ubicación del local, es sumamente importante determinar los sectores de la ciudad y cual sería un lugar estratégico el cual la gente pueda acceder sin ninguna dificultad y obtener la mayor rentabilidad posible,

3.10.3 Ingeniería del proyecto

Se hará un análisis sobre las instalaciones y el funcionamiento que tendrá nuestra empresa, se presentará los servicios el diagrama de flujos de proceso la adquisición de equipos y las distribuciones.

3.10.4 Prestación del servicio

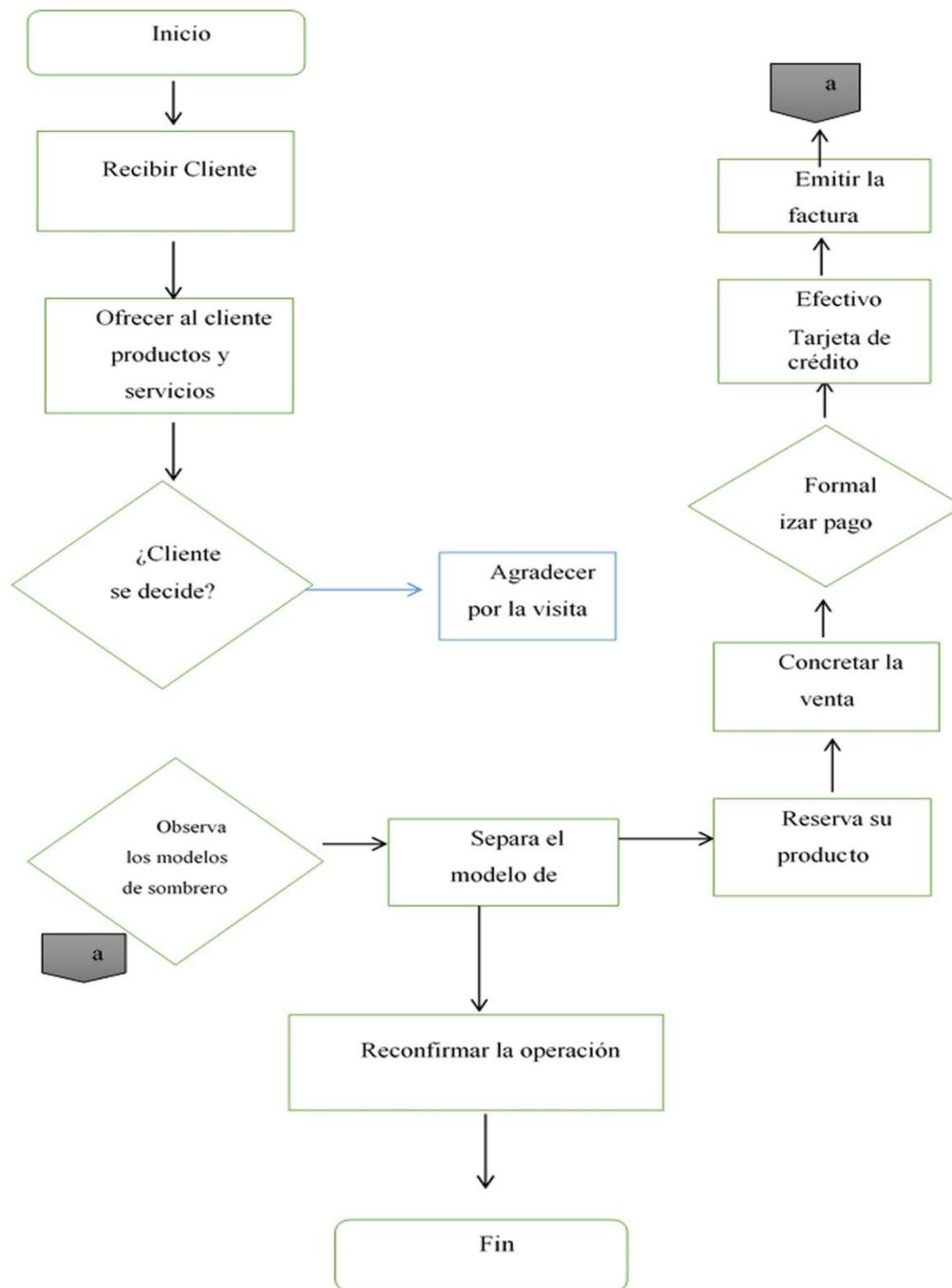
La empresa Centro la Toquilla Innovando ofrecerá sombreros de calidad, el centro se enfocará en recrear la historia de los sombreros de paja toquilla donde se podrá apreciar a tejedoras realizando el sombrero y también podrán adquirir el producto.

El producto y servicio que se estará ofreciendo son exclusivamente para clientes, con ventaja competitiva que serán modelos personalizados y productos de calidad y sus precios serán cómodos.

PROCESO DE LA PRESTACION DEL PRODUCTO Y SERVICIO

A continuación, presentamos el diagrama de flujo de procesos a ser utilizado en el centro la toquilla innovando.

Ilustración 1. Diagrama de flujo de procesos del servicio



Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.10.5 Distribución interna

El presente gráfico mostraremos la distribución de planta que vamos a utilizar y que servirá de guía para una correcta distribución.

Ilustración 2. Plante de distribución interna



Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.10.6 Estructura organizacional

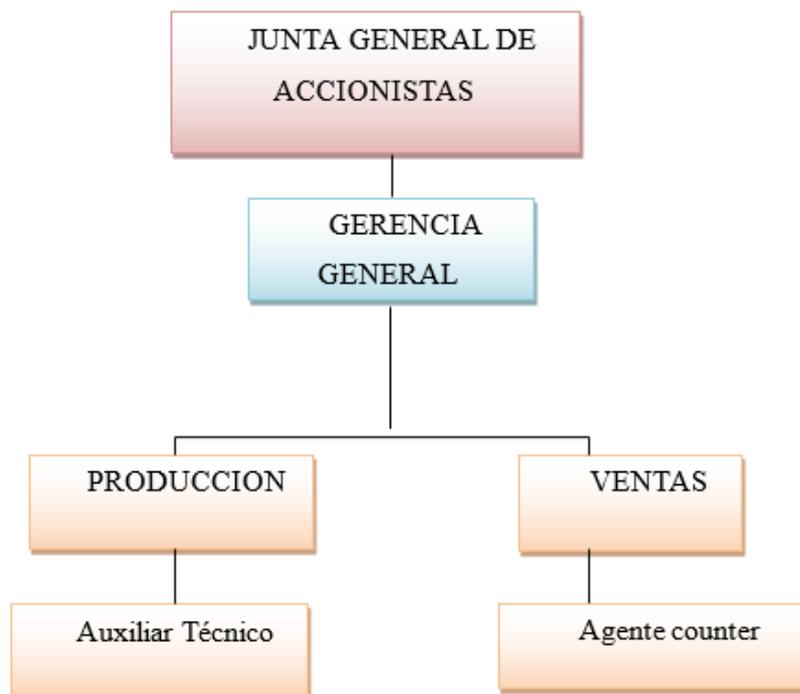
En toda empresa se puede apreciar que cuentan con su espacio de trabajo, la empresa ya tiene distribuido cada espacio para que cada miembro que labore en el realice un buen trabajo.

La estructura organizacional con la que contara centro la toquilla innovando será sencillo ya que será los productos y servicios que se ofrecerá que harán que el lugar sea novedoso, en la empresa se estar contando con dos tejedoras hasta que empiece a crecer la empresa y más tejedoras quieran unirse al centro, también laborar en el centro un administrador para la distribución de los sombreros una persona encargada de la limpieza y una persona que exhiba los sombreros.

3.10.7. Organigrama general

A continuación, se presenta el organigrama general del centro la toquilla innovando.

Ilustración 3. Organigrama General



Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.10.8 Organigrama funcional

Cargo: Gerente General

Departamento: Administración

Funciones

- Es el encargado de revisar el funcionamiento de la empresa.
- Desarrollar estrategias a corto y mediano plazo tomando en cuenta las políticas de la empresa.
- Autorizar la contratación del personal idóneo para laborar en la empresa
- Responder por los resultados operacionales, administrativos y financieros de la agencia.
- Contratar los servicios eventuales

CARGO: Auxiliar Técnico**Área:** Producción**Funciones:**

- Acabar el sombrero de paja toquilla.
- Enseñan sobre la elaboración de los sombreros.
- Crean modelos únicos.

CARGO: Agente de Counter**Área:** Ventas**FUNCIONES:**

- Crear estrategias para vender los productos.
- Atraer a los clientes para lograr las ventas establecidas.

3.11 Marco legal y factores legales relevantes

Una sociedad de responsabilidad limitada (SRL) es un tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado, y por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no se responde con el patrimonio personal de los socios. Las participaciones sociales no son equivalentes a las acciones de las sociedades anónimas, dado que existen obstáculos legales a su transmisión. Además, no tienen carácter de "valor" y no puede estar representada por medio de títulos o anotaciones en cuenta, siendo obligatoria su transmisión por medio de documento público que se inscribirá en el libro registro de socios. Se constituye en escritura pública y posterior inscripción en el registro mercantil, momento en el que adquiere personalidad jurídica. (matosmateo, 2018)

3.12 Estudio Económico

En el estudio económico se pudo observar que hay una demanda insatisfecha que a futuro se va a ir satisfaciendo, de esta manera se pretende atraer a la clientela para poder satisfacer sus necesidades y obtener ganancias mediante la misma.

Para este proyecto el estudio las proyecciones se harán anualmente para obtener mejores resultados de cómo se está encaminado la empresa.

3.13 Inversión y capital de trabajo del negocio en marcha

Para iniciar la pequeña empresa se tendrá que producir algunos gastos de remodelación, esto da una apariencia del monto que más o menos se necesitara para comenzar el trabajo de reestructuración que se va a implementar.

La inversión está detallada por activos fijos y activos intangibles los mismos que serán necesarios para mejorar la empresa la toquilla innovando, los mismo que se presentan continuación.

Tabla 10. Inversión detallada

Inversión Inicial Detallada			
Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
EQUIPOS DE OFICINA Y ENSERES.			
Computador	2	550,00	1100,00
Teléfono	2	50,00	100,00
Televisor	1	600,00	600,00
			1800,00
REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO			
Sillas	2	50,00	100,00
Exhibidores	4	200,00	800,00
Escritorios	2	150,00	300,00
router	1	65,00	65,00
Archivador	2	114,00	228,00
			1493,00
			1800,00

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.13.1. Inversión Total

Tabla 11. Total, de Inversión

Centro de recreación de la elaboración de sombreros de paja toquilla en Azogues.	
Inversión	
Concepto	Total
A: Activos Fijos	
Equipos, muebles y enseres	\$ 1.493,00
Equipo de cómputo y software	\$ 1.800,00
B: Activos Intangibles	
C: Capital de trabajo	
VALOR TOTAL	\$ 3.293,00

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

ANALISIS DE COSTOS (EGRESOS)

Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa. (Altamirano., 2017). A continuación de detallar diferentes gastos que presentara la empresa la toquilla innovando.

3.13.2. Gastos de Servicios Básicos

Tabla 12. Gasto de S.B.

Gastos De Servicios Básicos		
Servicios Básicos	valor mensual	valor anual
Luz	24,00	288,00
Agua	14,00	168,00
Teléfono	11,00	132,00
Internet	21,00	252,00
840,00		

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.13.3 Gastos de Publicidad

Tabla 13. Gastos Publicidad

Gastos de publicidad			
Concepto		Valor mensual	Valor Anual
marketing Digital		50,00	600,00
Otros Medio De Publicidad		80,00	960,00
1560,00			

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.13.4 Gastos de remuneración de personal

Tabla 14. gasto remuneración del personal

Cargo	sueldo	Dec. 3er sueldo	Dec. 4to sueldo	vacacio nes	Aporte al IEES 11,15%	Fondos de Reserva 8,33%	valor Mensual	Valor Anual
GERENTE GENERAL	800,00	66,67	32,83	33,33	89,20	66,64	1088,67	13064,0 8
AUXILIAR TECNICO	527,00	43,92	32,83	16,42	58,76	43,90	722,83	8673,92
AGENTE COUNTER	527,00	43,92	32,83	16,42	58,76	43,90	722,83	8673,92
PERSONAL DE LIMPIEZA 1	394,00	32,83	32,83	16,42	43,93	32,82	552,83	6634,01
							3087,16	37045,9 2

Gastos Depreciación	De	Valor Adquisición	Tiempo de Vida Util	Porcentaje %	Valor Residual	Valor a Depreciar	Total Mensual	Total Anual
equipos de muebles y enceres		1800,00	10	10%	180	1620,00	13,50	162,00
equipos de computación y software		1493,00	3	3%	44,79	1448,21	40,23	482,74
								644,74

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.13.5 Gastos de permisos

Tabla 15. G. permisos

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

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.13.6 Gastos de útiles de oficina, equipo de seguridad, útiles de aseo y limpieza.

Tabla 16. Útiles para oficina

Útiles de Oficina			
Ítem	Cantidad	Precio	Precio
	Anual	Unitario	Total
Lápiz	12	0,50	6,00
Esfero	24	0,25	6,00
Borrador	4	0,10	0,40
Corrector	4	0,50	2,00
Cinta Adhesiva	4	0,25	1,00
Resma Papel	6	2,50	15,00
Almohadilla	3	1,00	3,00
Tinta	3	0,60	1,80
Almohadilla			
Clips(Cajas)	4	0,20	0,80
USB	2	8,00	16,00
Engrampadora	2	3,00	6,00
Grampas (Cajas)	4	0,25	1,00
TOTAL			59,00
Artículos de Aseo			

Basurero	3	8,55	25,65
Escoba	2	2,42	4,84
Recogedor	2	1,75	3,5
Trapeador	1	5,99	5,99
Detergente en polvo	5	3,00	15
Jabón Líquido	4	3,5	14
Ambiental	4	3,20	12,8
Papel Sanitario	8	3,99	31,92
Toallas de Tela	3	5,00	15
TOTAL			128,7
Equipos de Seguridad			
Sistema de Vigilancia	1	800,00	800
Extintor	1	60,00	60
Detector de Humo	1	60,00	60

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.13.7 Otros gastos

Tabla 17. Otros gastos

Concepto	Valor mensual	Valor Anual
arriendo	250	3000

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.13.8. Gastos de interés del prestamos

Tabla 18. Interés Anual

INTERÉS ANUAL				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
446,00	374,60	295,24	207,03	108,98

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.14. Presupuesto de Egresos

Tabla 19. Presupuesto de egreso de elaboración de sombreros

"Centro de recreación sobre la elaboración de sombreros de paja toquilla"					
Presupuesto de egresos proyectado					
Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
Gastos de Administración					
Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.006,90	\$ 3.013,82	\$ 3.020,75	\$ 3.027,70
Sueldo del gerente	\$13.064,08	\$13.094,13	\$13.124,24	\$13.154,43	\$13.184,68
Servicios básicos	\$ 840,00	\$ 841,93	\$ 843,87	\$ 845,81	\$ 847,75
Útiles de oficina	\$ 59,14	\$ 59,27	\$ 59,41	\$ 59,54	\$ 59,68
Útiles de aseo	\$ 128,70	\$ 129,00	\$ 129,29	\$ 129,59	\$ 129,89
Permisos anuales	\$ 100,00	\$ 100,23	\$ 100,46	\$ 100,69	\$ 100,92
Total, gastos de administración	\$ 17.191,92	\$ 17.231,46	\$ 17.271,09	\$ 17.310,81	\$ 17.350,63
Gastos de Ventas					
Publicidad	\$ 840,00	\$ 841,93	\$ 843,87	\$ 845,81	\$ 847,75
Sueldos del personal	\$37.045,92	\$37.131,13	\$37.216,53	\$37.302,13	\$37.387,92
Depreciación	\$ 644,74	\$ 644,74	\$ 644,74	\$ 644,74	\$ 644,74
Total, gasto de ventas	\$ 38.530,66	\$ 38.617,80	\$ 38.705,14	\$ 38.792,68	\$ 38.880,42

Gastos Financieros					
Interés del préstamo	\$	\$	\$	\$	\$
	446,00	374,60	295,24	207,03	108,98
Total, gastos financieros	\$	\$	\$	\$	\$
	446,00	374,60	295,24	207,03	108,98
TOTAL, EGRESOS	\$	\$	\$	\$	\$
	56.168,58	56.223,86	56.271,46	56.310,51	56.340,02

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.15. Estructura del financiamiento

Este modelo de negocio tendrá como financiamiento un préstamo bancario y capital propio de sus dueños. El monto para el préstamo \$4000 para un tiempo de 5 años con una tasa de interés del 11.15%, este préstamo servirá para poder comprar los implementos que se necesitaran en el centro. En la siguiente tabla se detallará la amortización del préstamo.

Tabla 20. Automatización del financiamiento

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO							
Capital del préstamo		4.000	Pagos anuales			1.086,37	
Tasa de interés anual		11,15%	Intereses acumulados			1.431,84	
Período de amortización (años)		5	Pagos totales			5.431,84	
Año	Inicial	Pagos	Principal	Intereses	Principal Acumulado	Intereses Acumulados	Saldo final
1	4.000,00	1.086,37	640,37	446,00	640,37	446,00	3.359,63
2	3.359,63	1.086,37	711,77	374,60	1.352,14	820,60	2.647,86
3	2.647,86	1.086,37	791,13	295,24	2.143,27	1.115,84	1.856,73
4	1.856,73	1.086,37	879,34	207,03	3.022,61	1.322,86	977,39
5	977,39	1.086,37	977,39	108,98	4.000,00	1.431,84	-
		5.431,84					

3.16. Ingresos por ventas

Las ventas registradas al mes por el propietario son de 1500, por lo tanto las ventas anuales nos darán un monto de 18000 que servirán las proyecciones del presupuesto de ventas por los próximos 5 años

Tabla 21. Ingreso de ventas

Centro de recreación de la elaboración de sombreros de paja anualmente toquilla en Azogues.			
Ingresos Por Ventas			
VENTAS 2019			
DESCRIPCIÓN		Ventas Mensuales	Ventas Anuales
SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA		15000	180000

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

La implementación de este modelo de negocio es muy factible, la gente empezará a consumir nuestro producto ya que es una artesanía muy cotizada, las ventas proyectadas que se harán de este producto cada año ira creciendo notoriamente.

3.17. Costos fijos costos variables

Tabla 22. Costos fijos y variables

Costos Fijos y Variables			
Costos Fijos		Costos Variables	
Remuneración	37045,92	Servicios Básicos	840,00
Arriendo	500		
Útiles de Oficina	59,00		
Útiles de Aseo y limpieza	128,7		
Equipos de seguridad	920		
Depredaciones	644,74		
Interés préstamo	1.431,84		
Publicidad	1560,00		
Equipos de seguridad	920		
Permisos	100		
43310,20		840,00	

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.18. Balance General

En la siguiente grafico se mostrará la situación financiera de la empresa, desde la implementación de modelo de negocio, tomando en cuenta que en caja se contara con \$2000 que servirá para cualquier imprevisto que surja en la empresa, y en mercadería inicial de \$14000.

Tabla 23. Balance General de dicha elaboración

Centro de recreación de la elaboración de sombreros de paja toquilla en Azogues.			
Balance General			
Activo		Pasivo	
Activo Corriente	Cantidad	Pasivo corriente	Cantidad
Caja	2000		
Mercadería	14000		
Total, Activo Corriente	16000		
Activo no Corriente		Pasivo no corriente	
Equipo Muebles y Enseres	1493,00	Préstamo	4000
Equipo de cómputo y software	1800,00	Patrimonio	
-) Depreciación	644,74	Capital	15937,74
		Utilidad del ejercicio	\$ 1.759,25
Total, activo no corriente	3937,74		
Total, activo	19937,74	Total, Pasivo + Patrimonio	\$19.937,74

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.19. Estado de resultados

El estado de resultado revelara los resultados logrados siendo el mismo los resultados que obtendremos del estudio proyectado, en el caso del Centro la Toquilla Innovando el impuesto a la renta no se calcula porque sus ingresos no superan las cifras.

Tabla 24. Estado de resultados

Centro de recreación sobre la elaboración de sombreros de paja toquilla.					
Estado de Resultados					
Recursos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$ 59.466,78	\$ 59.939,57	\$ 60.414,38	\$ 60.891,19	\$ 61.369,96
Utilidad Bruta	\$ 59.466,78	\$ 59.939,57	\$ 60.414,38	\$ 60.891,19	\$ 61.369,96
Gastos de Administración	\$ 17.191,92	\$ 17.231,46	\$ 17.271,09	\$ 17.310,81	\$ 17.350,63
Gasto de Ventas	\$ 38.530,66	\$ 38.617,80	\$ 38.705,14	\$ 38.792,68	\$ 38.880,42
Gastos Financieros	\$ 446,00	\$ 374,60	\$ 295,24	\$ 207,03	\$ 108,98
Utilidad Operativa	\$ 3.298,20	\$ 3.715,71	\$ 4.142,92	\$ 4.580,68	\$ 5.029,94
Depreciación	\$ 644,74	\$ 644,74	\$ 644,74	\$ 644,74	\$ 644,74
Utilidad antes de participación	\$ 2.653,47	\$ 3.070,98	\$ 3.498,18	\$ 3.935,94	\$ 4.385,20
Participación a trabajadores (15) %	\$ 398,02	\$ 460,65	\$ 524,73	\$ 590,39	\$ 657,78
Utilidad antes del impuesto a la renta	\$ 2.255,45	\$ 2.610,33	\$ 2.973,45	\$ 3.345,55	\$ 3.727,42
Impuesto a la renta	\$ 496,20	\$ 574,27	\$ 654,16	\$ 736,02	\$ 820,03
UTILIDAD NETA	\$ 1.759,25	\$ 2.036,06	\$ 2.319,29	\$ 2.609,53	\$ 2.907,39

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

Tabla 25. Descripción detallada de flujo por ingresos

DESCRIPCIÓN	PERIODOS					
	Saldo inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO POR ACTIVIDADES INGRESOS						
Ventas		\$ 59.466,78	\$ 59.939,57	\$ 60.414,38	\$ 60.891,19	\$ 61.369,96
Subtotal:		\$ 59.466,78	\$ 59.939,57	\$ 60.414,38	\$ 60.891,19	\$ 61.369,96
Gastos Operativos						
Gastos de Administración		\$ 17.191,92	\$ 17.231,46	\$ 17.271,09	\$ 17.310,81	\$ 17.350,63
Gastos de Ventas		\$ 38.530,66	\$ 38.617,80	\$ 38.705,14	\$ 38.792,68	\$ 38.880,42
Subtotal:		\$ 55.722,58	\$ 55.849,26	\$ 55.976,23	\$ 56.103,49	\$ 56.231,04
Saldo Operativo		\$ 3.744,20	\$ 4.090,31	\$ 4.438,16	\$ 4.787,70	\$ 5.138,92
FLUJO ACTIVIDADES DE INVERSIÓN						

Inversión	\$ 4.793,00					
FLUJO POR ACTIVIDADES FINANCIAMIENTO						
Préstamo bancario	\$ 4.000,00					
(-)Pago capital e interés (Préstamo)		\$ 1.086,37	\$ 1.086,37	\$ 1.086,37	\$ 1.086,37	\$ 1.086,37
FLUJO Neto	\$ 8.793,00	\$ 4.830,57	\$ 5.176,68	\$ 5.524,52	\$ 5.874,07	\$ 6.225,29

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

3.20 Flujo de caja

El flujo de caja ayuda a ver la viabilidad del modelo de negocios, también ayuda a ver resultado a los indicadores financieros para la evaluación del estudio por lo cual es muy importante proyectar los ingresos y egresos del centro la toquilla innovando los mismos que serán proyectados anualmente.

3.21 Evaluación Financiera

El valor neto (van) es el que permitirá dar resultado del valor presente, el horizonte de planeación de 5 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 inversión no es apropiada.

La tasa interna de retorno o tasa interna 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". En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

Tabla 26. Flujo Financiero según el año

EVALUACIÓN FINANCIERA	
Flujo Inicial	\$ 8.793,00
Flujo año 1	\$ 4.830,57
Flujo año 2	\$ 5.176,68
Flujo año 3	\$ 5.524,52
Flujo año 4	\$ 5.874,07
Flujo año 5	\$ 6.225,29
Interés BCE	9,49%
VAN	\$29.775,63
TIR	52%

Autor: Estefanía González León, Ecuador, 2018.

Fuente: Investigación Directa

CAPITULO IV

4. Referencia bibliográfica

- Solis Muñoz, J., García Álvarez, I., & Mantilla Crespo, X. (2017). Impacto del turismo religioso en la ciudad de Azogues, Ecuador. Caso Virgen de la Nube.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación (5a ed ed.). México D.F.: The McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- de Oliveira Santo, G. (2007). Modelos teoricos aplicados al turismo. Estudios y perspectivas del turismo, 96-110. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000100005&lng=es&tlng=es.
- Cervilla, M., & Puente, R. (2013). Modelos de negocio de emprendimientospor y para la base de la pirámide. Ciencias Sociales (RCS), XIX(2), 289-308. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/280/28026992009/>
- Ricart, J. E. (2009). Modelo de Negocio: El eslabón perdido en la dirección estratégica. Universia Business Review(23), 12-25. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/433/43312282002.pdf>
- Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The Business Model: Recent Developments and Future Research. Journal of Management, 37(4). Obtenido de <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0149206311406265>
- Garcia Quirola, F., & Sotelo, P. M. (2011). Transformaciones de las tendencias turísticas y su influencia en el medio ambiente: El estudio de caso de la provincia de Ávila. Revista electronica de medio ambiente. Obtenido de https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-41211/45_F%20GarciaQuiroga%20M%20SoteloPerez.pdf
- Lopez Rodriguez, A. (2009). Sistema integrado de gestión para empresas turísticas. Estudios Gerenciales, 127 - 150. Obtenido de

https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/315/313

Inostroza V, G. (2008). Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina. *Gestión turística*, 10, 77-90. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/2233/223314985006/>

Cánoves Valiente, G. (2006). Turismo religioso en Montserrat: Montaña de fe, montaña de turismo. *Cuadernos de Turismo*(18), 63-76. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801802>

Luna Palacios, M. (2016). Análisis del comportamiento de la música litúrgico-religiosa en el período de 1990- 2015. Universidad de Cuenca. Cuenca, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24666/1/TESIS%20-%20M%C3%93NICA%20LUNA.pdf>

Camarena Adame, M., & Tunal Santiago, G. (2009). LA RELIGIÓN COMO UNA DIMENSIÓN DE LA CULTURA. *Nómadas*, 22(2), 1-15. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18111430003>

Molina Morejon, V. M., Garcia Hernandez, L., & Salas Jaramillo, V. V. (2013). Modelo de negocios de las Pyme: Un análisis de sus manejos financieros. *Panorama Administrativo*(13). Obtenido de <file:///C:/Users/Talita%20Ortega/Downloads/106-105-1-PB.pdf>

Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid.

Eljuri Altamirano, G. (junio de 2004). La Virgen de la Nube en Manhattan. Religiosidad popular más allá de la frontera. *Revista Artesanías de América*, 56, 59-78. Obtenido de <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/362>

Ministerio de Turismo. (2007). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Barrios, M. (Abri de 2010). http://marktur.travel/uploads/secciones_contenido/62/62-1323280539.pdf.

Drucker, P. (1984). <http://www.matizyasociados.com/conceptos-modelos-de-negocio/>.

- Gestron. (s.f.). Obtenido de Gestron: <http://gestron.es/modelo-de-negocios-definicion-y-ejemplos/>
- PYMES. (2017). Negocios Responsables y Seguros. Obtenido de Negocios Responsables y Seguros: <http://negociosresponsablesysegueros.org/modelo-de-gestion-empresarial-para-pymes-y-grandes-empresas/>
- v. (s.f.).
- Malinen, P. y. (2009). <http://www.redalyc.org/pdf/4676/467646130002.pdf>.
- Herrán Gómez, P. J. (2013). <http://www.redalyc.org/pdf/5045/504550955003.pdf>.
- López-Guzmán, T., Prada-Trigo, J., Pérez-Gálvez, J. C., & Pesantez, S. (2017). <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180752116004.pdf>.
- Muñiz, R. (2001). <https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-mercados.html>.
- Stanton, E. y. (s.f.). <https://mercadeodeservicios.wikispaces.com/file/view/Definicion+y+caracteristicas+de+servicios+-+Doc1.pdf>.
- Barrera, D. M. (2006). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=329027277002>.
- Rita, A. (2008). <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-oferta-y-la-demanda/>.
- Andía Valencia, W. (2011). <http://www.redalyc.org/pdf/816/81622585009.pdf>.
- Naranjo Rivera, O. (2015). <http://www.redalyc.org/pdf/4676/467646130002.pdf>.
- Díaz, J. A. (2014). <http://www.redalyc.org/pdf/1930/193030122007.pdf>.
- Vanoni Martínez, G. A., & Rodríguez Romero, C. A. (2007). <http://www.redalyc.org/pdf/818/81852035004.pdf>.
- Lorente, J. G. (2008). http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/15773/org%20adm_publica_jaime_grimaldo.pdf;jsessionid=B4443D97CF5C6CDC130F360072C64A5C?sequence=1.
- Sapag. (2008). http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf.

- Adán Jacinto Flores Flores, M. Á. (2015). <http://www.redalyc.org/jatsRepo/859/85945861002/html/index.html>.
- Baca, 2. (2010). http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf.
- MARÍN IDÁRRAGA, D. A. (2012). <http://www.redalyc.org/pdf/212/21224852003.pdf>.
- Martín, F. D. (2010). <http://madridexcelente.com/wp-content/uploads/2017/04/An%C3%A1lisis-de-estructura-Econ%C3%B3mica-y-Financiera.pdf>.
- Tobin, J. (2009). <file:///C:/Users/ACER/Downloads/80-193-1-PB.pdf>.
- Canalías, J. C. (s.f.). <http://www.ocw.uned.ac.cr/eduCommons/direccion-de-extension-universitaria/programa-de-desarrollo-gerencial/tutorias/anexo-3-version-pdf>.
- NAVAS, B. (2011). <file:///C:/Users/ACER/Downloads/teoria%20depreciacion.pdf>.
- mateeac. (2015). <https://mateeac.wordpress.com/tag/teoria-de-amortizacion/>.
- Salgado C., E. (2003). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20502604>.
- Peñaloza Palomeque, M. (2008). <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425942157009.pdf>.
- the measuremen capital. (2018). <https://es.scribd.com/document/240754607/Teoria-de-Los-Ingresos>.
- MORENO, M. A. (2010). <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>.
- Drimer, R. L. (2008). http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tesis/1501-1199_DrimerRL.pdf.
- Frisch, R. (s.f.). https://www.eco-finanzas.com/economia/evaluacion_de_proyectos.htm.
- López, C. A. (2000). <http://www.redalyc.org/pdf/122/12290308.pdf>.
- matosmateo. (11 de diciembre de 2018). <http://www.matosmateo.com/index.php/sociedad-de-responsabilidad-limitada-srl>.

Altamirano., C. J. (18 de 10 de 2017). <https://www.gerencie.com/definicion-de-costos.html>.

CAPITULO V

5. Conclusiones

Como conclusión tenemos que este es un proyecto viable ya que tendremos ganancias y también se podrá mostrar a la ciudadanía sobre la artesanía, ya que este lindo arte está desapareciendo poco a poco

Al implementar este proyecto también estaríamos abriendo plazas de trabajo para la ciudadanía, ya que es un proyecto que irá creciendo cada año y se obtendrá los recursos suficientes para poder contratar más personal.

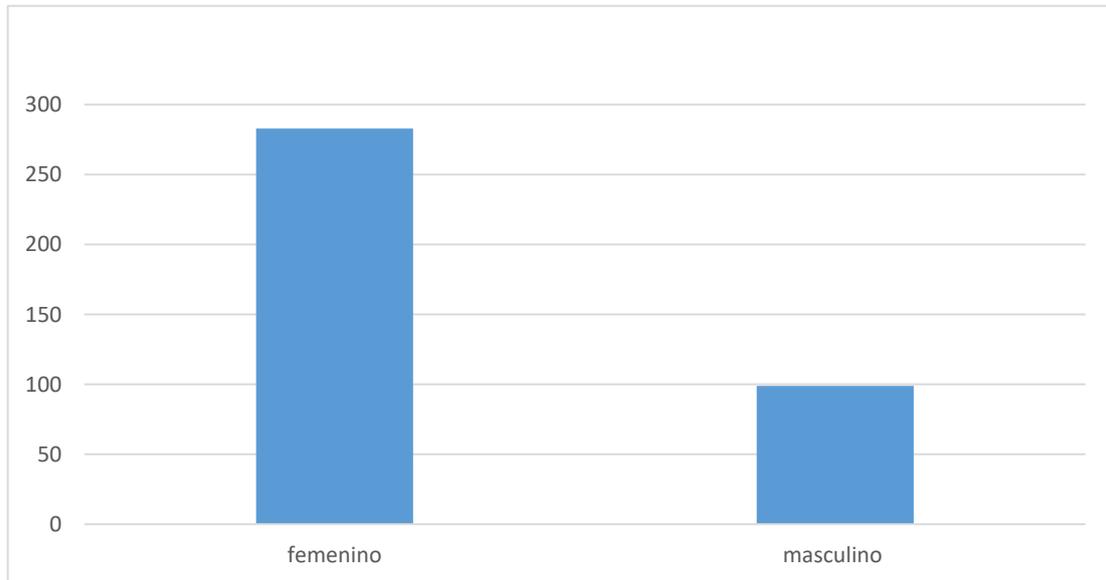
5.1. Recomendaciones

Que este modelo de negocios es una idea emprendedora muy factible ya que hay bastante aceptación de la ciudadanía, ya que no se quiere perder esta arte de tejer y también quieren conocer sobre su procedimiento, adecuar la maquinaria en el centro a que no sea peligrosa tanto para trabajadores como para clientes, obtener tecnología de punta para que el trabajo sea más fácil y efectivo y brindar un buen servicio al público y vender productos de calidad.

5.2. Anexos

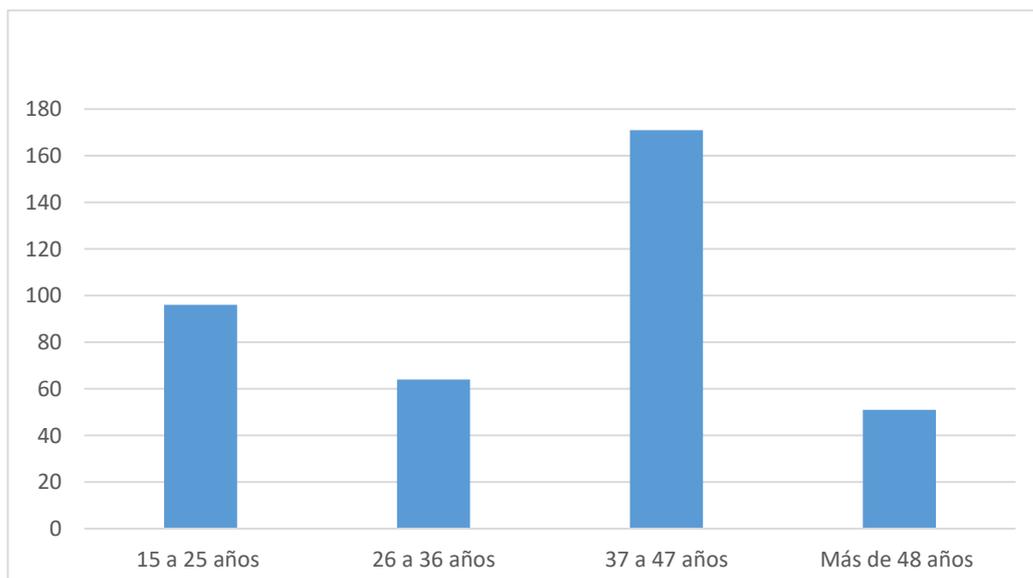
1. Género:

femenino	283
masculino	99



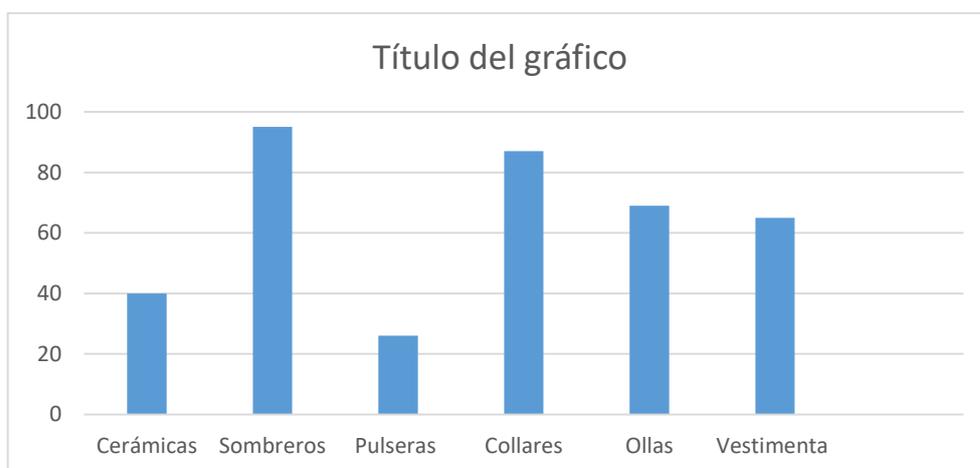
2. Indique su edad de acuerdo a los siguientes rangos:

15 a 25 años	96
26 a 36 años	64
37 a 47 años	171
Más de 48 años	51



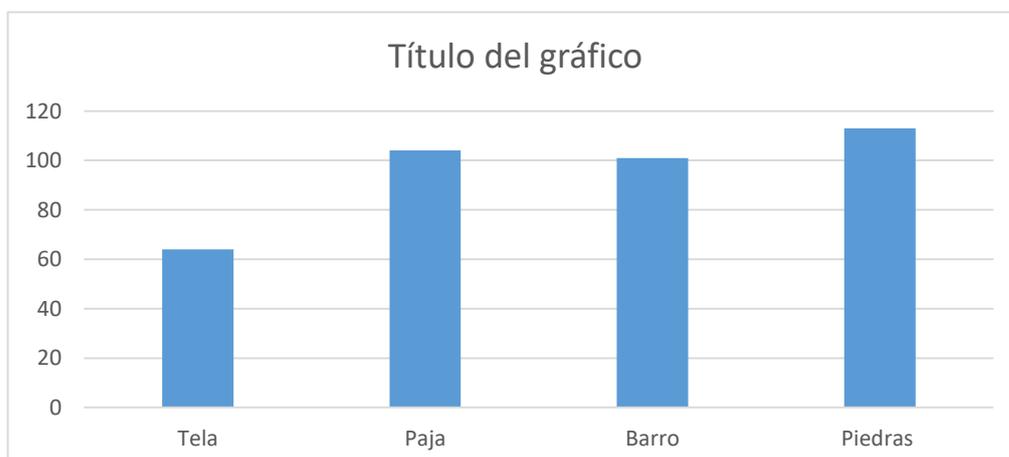
3. En su hora adquieren algún tipo de artesanías:

Cerámicas	40
Sombreros	95
Pulseras	26
Collares	87
Ollas	69
Vestimenta	65



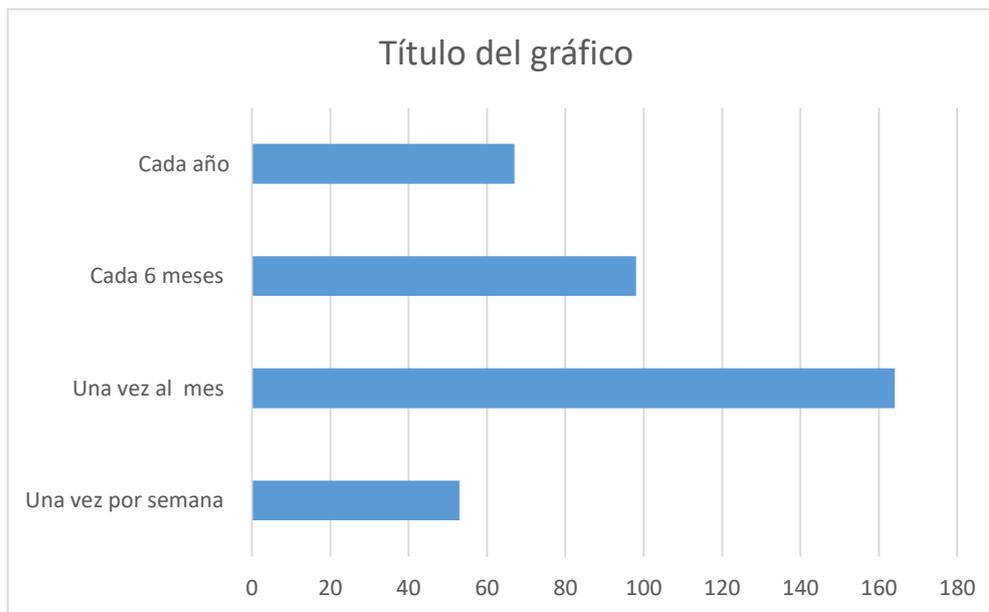
4. De que material esta echa las artesanías que usted adquiere:

Tela	64
Paja	104
Barro	101
Piedras	113



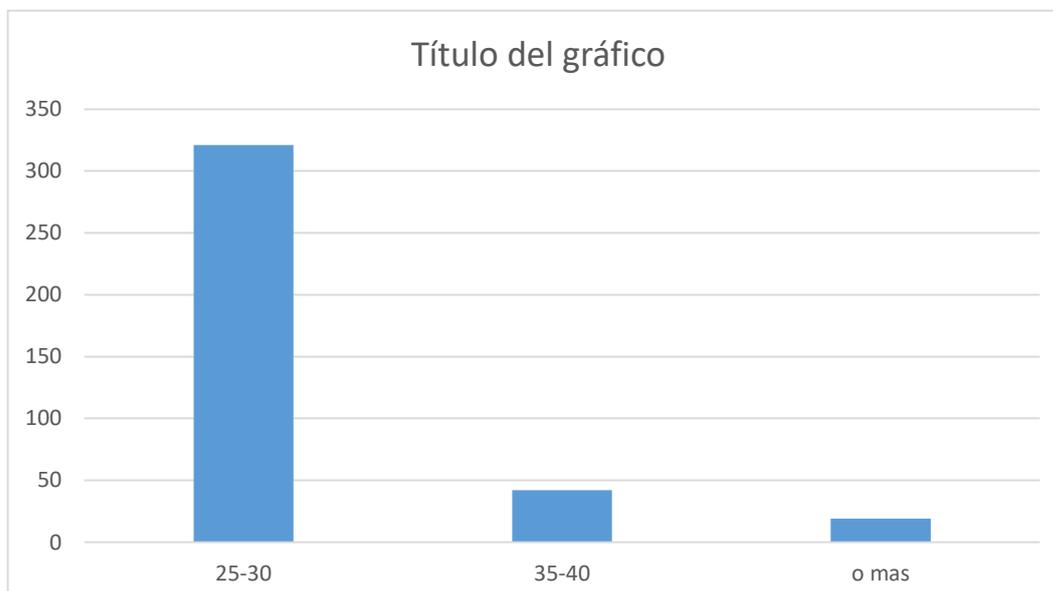
5. Con que frecuencia adquiere usted artesanías:

Una vez por semana	53
Una vez al mes	164
Cada 6 meses	98
Cada año	67



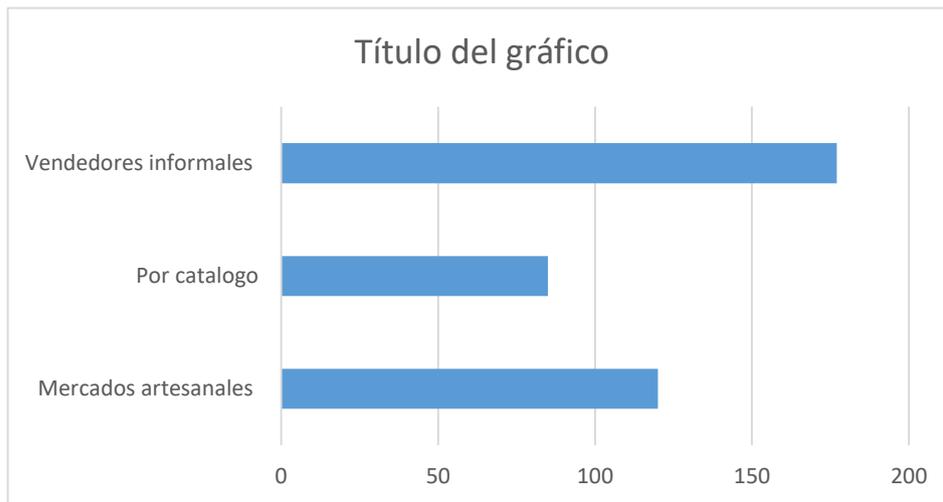
6. Cuanto estaria Dispuesto a pagar pos un sombrero de Paja Toquilla

25-30	321
35-40	42
o mas	19



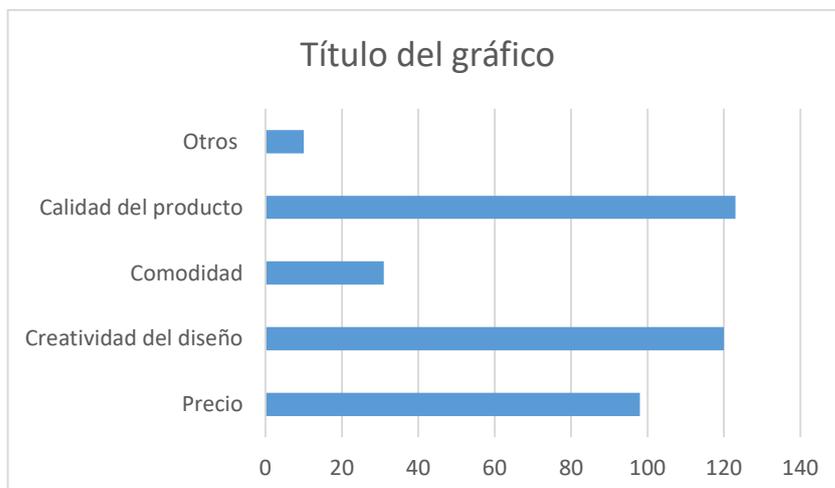
7. Donde realiza su compra de artesanías:

Mercados artesanales	120
Por catalogo	85
Vendedores informales	177



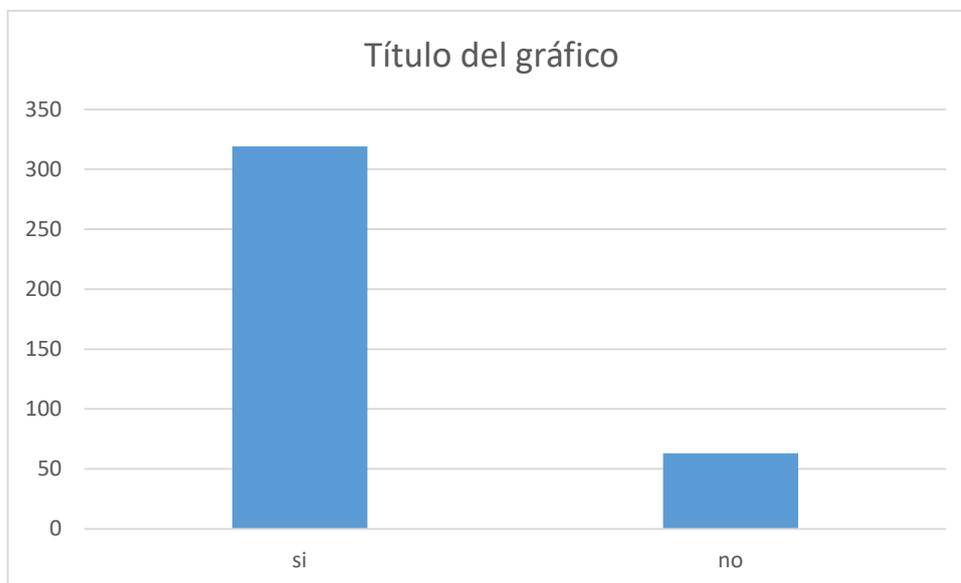
8. Que es lo que usted ve el momento de hacer la compra:

Precio	98
Creatividad del diseño	120
Comodidad	31
Calidad del producto	123
Otros	10



9. Estaría dispuestos a obtener sombreros que estén elaborados en Azogues

si	319
no	63



10. Estaría interesado en conocer sobre su procedimiento en un centro de recreación sobre la elaboración de sombreros de paja toquilla:

si	347
no	35

