



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**INFORME FINAL DE TESIS DE GRADO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA: “TALLER OCUPACIONAL PARA AMAS  
DE CASA EN LA CIUDAD DE IBARRA”.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORIA, C.P.A**

**AUTORA: Sonia Marieta Gordillo Gordillo**

**DIRECTORA: Ing. Roció León**

**Ibarra, Octubre 2011.**

## RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad la Creación de una Microempresa: “Taller Ocupacional para amas de casa en la Ciudad de Ibarra”. Nace con el objetivo de capacitar y mejorar la situación ocupacional de las mujeres de la ciudad. El presente proyecto se inició con la elaboración del Diagnóstico situacional en el que se realizaron encuestas para recopilar información, obteniendo datos positivos para la creación y asistencia al taller para amas de casa. Esta información permitió la elaboración de las oportunidades, riesgos, y aliados que dieron un resultado favorable para el planteamiento del proyecto debido a que la capacitación hoy en día es primordial para mejorar los conocimientos de las personas. La investigación que se realizó plasma en el marco teórico los fundamentos científicos y conceptuales que fueron el pilar para la esquematización de los diferentes componentes estructurales, legales, teóricos y técnicos relacionados con la organización fundamental del proyecto. En el estudio de mercado se realizó un análisis más detallado de la demanda, para conocer cuantas personas dentro del segmento analizado están dispuestas a hacer uso de los servicios, obteniéndose un gran número de demandantes lo que volvió factible la creación y desarrollo del proyecto. Una vez conseguida la información y los datos esenciales se realizó un estudio técnico de la ubicación del taller ocupacional, el cual estará en la ciudad de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura, en un lugar estratégico que permite a las amas de casa movilizarse con facilidad para recibir los talleres de capacitación. El estudio económico financiero, a través de los respectivos indicadores, fue la base fundamental para definir si el proyecto era viable y de esa forma se pudo determinar un retorno de la inversión a realizarse. Los impactos que genera el proyecto en los ámbitos social, económico, institucional, político, ambiental, y cultural son positivos y benefician a la ciudadanía.

Las Conclusiones y recomendaciones son el efecto de la reflexión en base a los resultados y características esenciales de los procesos y las aplicaciones que se plantearon.

## EXECUTIVE SUMMARY

At present, the implementation of the small business “Taller Ocupacional para Amas de Casa en la Ciudad de Ibarra” born with the objective to train and improve the employment situation of women in the city.

This project began with the development of situational diagnosis in which surveys were conducted to gather information, obtaining positive data for the creation and assistance to the workshop. This information allowed the development of, alidades, opportunities and resigns that gave a favorable outcome for the project approach because the training is now essential to improve knowledge of the people. The research results showed the scientific and conceptual details in the theoretical framework, these were the foundation for outlining of different structural, legal, theoretical and technical components involved in the fundamental project organization. The market survey was conducted a detailed analysis of the demand to know how many people within the segment analyzed are willing to make use of services, obtaining a large number of applicants that became feasible the creation and development of the project. Having gained the essential information and data was carried out a technical study of the location of occupational workshop, which will be in the city of Ibarra, capital of the province of Imbabura, in a strategic location that will allow to the housewives easily mobilized to receive the training workshops. The financial and economic study, through the respective indicators, was the fundamental basis for establishing if the project was viable and therefore could determine a return of investment to realize. The social, economic, institutional, political, environmental, and cultural impacts of the project are positive and benefit the public. The conclusions and recommendations are the reflection that was based on the results and material features of the processes and applications that were establish in previous chapters.

## **DECLARACIÓN**

Yo, Sonia Marieta Gordillo Gordillo con CI 100315381-2 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi auditoria; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluye en este documento.

Sonia Marieta Gordillo Gordillo

C.I. 100315381-2

## **CERTIFICACIÓN**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentando por la estudiante Sonia Marieta Gordillo Gordillo, egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA: “TALLER OCUPACIONAL PARA AMAS DE CASA EN LA CIUDAD DE IBARRA”.

Considero que el presente reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación para parte del tribunal examinador que se designe.

Ing. Roció León  
DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Sonia Marieta Gordillo Gordillo con cedula de Ciudadanía No 1003153812, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4,5 y 6, en calidad de autora del Trabajo de Grado denominado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA: “TALLER OCUPACIONAL PARA AMAS DE CASA EN LA CIUDAD DE IBARRA”. Que ha sido desarrollado para optar el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora reservo los derechos morales de la obra antes citada. En condición suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en forma impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte

Sonia Marieta Gordillo Gordillo

100315381-2

Ibarra, Octubre del 2011



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO PUBLICACIÓN  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completo en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÈDULA DE IDENTIDAD:	100315381-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Gordillo Gordillo Sonia Marieta.		
DIRECCIÓN :	Av. Fray Vacas Galindo y Salvador D.		
EMAIL:	sonia_mg2005@yahoo.es		
TELEFONO FIJO:	062950406	TELÉFONO MÓVIL:	093517385

DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA. "TALLER OCUPACIONAL PARA AMAS DE CASA EN LA CIUDAD DE IBARRA"		
AUTOR:	Gordillo Gordillo Sonia Marieta		
FECHA:			
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/>	PREGADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA		
ASESOR/ DIRECTOR:	Ing. Roció León		



## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Gordillo Gordillo Sonia Marieta, con cedula de identidad No 1003153812, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión en concordancia con la ley de Educación Superior Artículo 143.

## 3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 27 días del mes de Octubre de 2011

EL AUTOR:

(Firma) .....

Nombre:.....

C.C:.....

ACEPTACIÓN:

(Firma) .....

Nombre:.....

C.C:.....

Facultado por resolución del Concejo Universitario \_\_\_\_\_

## **DEDICATORIA**

Con infinito amor dedico a Dios que con su omnipresencia permite que tenga luz y fortaleza en mi vida.

A mis padres con sentimiento de cariño profundo, a mis hermanos, familiares y amigos que me brindaron toda la fortaleza para poder superar diversos obstáculos que dentro y fuera de las aulas se presentan y así permitir concluir una etapa de mi vida.

Sonia Gordillo.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a Dios creador del mundo y dueño de mi vida que me permite construir otros mundos mentales posibles.

A mis padres y familiares que con su apoyo incondicional colaboraron en la formación y ejecución de mi carrera.

A los todos los catedráticos que compartieron sus conocimientos en especial a mi asesora de tesis que con su paciencia y experiencia profesional supo guiar el desarrollo del presente trabajo hasta su exitosa culminación.

A todas las personas que con su aporte moral ayudaron para hacer realidad y cumplir con uno de mis objetivos.

Sonia Gordillo.

## **PRESENTACIÓN**

El presente trabajo de investigación nace con la finalidad de crear una microempresa la cual es “TALLER OCUPACIONAL PARA AMAS DE CASA EN LA CIUDAD DE IBARRA”. Estará dedicada a capacitar a la parte femenina de la ciudad en especial a las amas de casa, ya que en la actualidad las personas se encuentran en un alto grado de tensión y estrés esto está llevando a buscar actividades que le permitan el cuidado de su mente y su espíritu, mediante la ocupación de sus pensamientos en el tiempo libre para mantenerse siempre psíquicamente saludables, evitando contraer estrés, tensión por la vida cotidiana que llevan. El proyecto está dividido por capítulos que se resumen a continuación.

Capítulo I, en el diagnóstico situacional se utilizaron técnicas directas como la realización de la encuesta a las amas de casa analizando si ellas están dispuestas a asistir al taller, se obtuvo una buena acogida ya que la mayor parte de las personas van a participar, considerando una propuesta real y necesaria para el adelanto personal y de ciudadanía.

Capítulo II, contiene el marco teórico fundamentos teóricos basados en libros, páginas web, que se hará una descripción de los fundamentos estructurales, legales, teóricos y técnicos relacionados con la organización administrativa y funcional de una microempresa y también como componentes contables a utilizarse, que aportan al desarrollo de la investigación.

Capítulo III, en el estudio de mercado con el análisis de resultados obtenidos de la investigación y se puede determinar los precios, oferta, demanda, y haciendo posible la creación del proyecto ya que la demanda potencial existente está dispuesta acceder nuestros servicios de capacitación y formación que oferta la misma.

Capítulo IV, de detalla en el estudio técnico la macro y la micro localización del proyecto, la distribución y diseño del taller de amas de casa, para dar a conocer a la colectividad su funcionalidad.

Capitulo V, en la propuesta estratégica se detalla los datos específicos de la organización y su base filosófica que nos ayuda a saber cómo va a funcionar la empresa.

Capítulo VI, se puntualiza en el estudio económico financiero las inversiones, ingresos, egresos, los diversos indicadores básicos con los que se concluye si el proyecto es viable como rentable implantar en la ciudad de Ibarra.

Capítulo VII, la descripción de diferentes impactos relacionados con las incidencias del proyecto en los ámbitos social, económico, institucional, político, ambiental, cultural, que influirá en el desarrollo del presente proyecto.

Capítulo VIII, conclusiones y recomendaciones establecidas durante la investigación y desarrollo de todos los capítulos antes mencionados. Se concluye con referencias de bibliografía, fuentes de información y anexos.

## INDICE GENERAL

Portada	i
Resumen Ejecutivo	ii
Ejecutive Resume	iv
Declaración	v
Certificación	vi
Cesión de Derechos	vii
Autorización de uso	viii
Dedicatoria	x
Agradecimiento	xi
Presentación	xii
Índice	xiv
Índice de Tablas	xx
Índice de Gráficos	xxiii

<b>CAPÍTULO I</b>	<b>PAGINA</b>
<b>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL</b>	<b>24</b>
Antecedentes	24
Introducción	25
Justificación e importancia	26
Objetivo General	28
Objetivos Específicos	28
Variables Propuestas (requeridas)	29
Indicadores	29
Matriz diagnóstica	31
Metas Propuestas	32
Población	32
Muestra	32
Instrumentos de Investigación	33
Evaluación de Información	35
Conclusiones de la Matriz	54

Cruce estratégico	55
-------------------	----

## **CAPÍTULO II**

MARCO TEÓRICO	58
Proyecto de Factibilidad	58
Etapas Técnicas de la preparación de Proyectos	59
Inversiones en el Período preparación	60
Microempresa	61
Constitución Jurídica	62
Base legal	63
Componentes	63
Requisitos	64
Características y particularidades de las micro empresas	65
Taller Ocupacional	66
Manualidades	66
Cocina	67
Costura	67
Beneficiarios	68
Directos	68
Amas de Casa	68
Indirectos	69
Familiares	69
Mercado	69
Consumo	70
Comercialización	70
Demanda	70
Demanda Insatisfecha	71
Oferta	71
Precio	72
Promoción y Publicidad	72
Macrolocalización	73

Microlocalización	73
Estudio Financiero	73
Estados Financieros	73
Ingresos	74
Egresos	75
Depreciación	75
Capital de Trabajo	76
Análisis Financiero de costos	77
Valor Actual Neto (VAN)	77
Tasa Interna de Retorno (TIR)	77
Periodo de Recuperación	77
Costo de producción	77
Ventas Proyectadas	78

### **CAPÍTULO III**

ESTUDIO DE MERCADO	80
Mercado	80
Comportamiento del Consumo	81
Análisis de la comercialización y sus factores limitantes	81
Demanda	81
Factores que determinan el comportamiento de la Demanda	83
Demanda Futura	84
Análisis de la Demanda insatisfecha	85
Oferta	86
Factores que determinan el comportamiento de la Oferta	90
Número y principales características de los oferentes	90
Oferta Futura	91
Producto / Servicio	91
Identificación del Servicio	91
Características Servicio	92
Calidad de servicio	92



Clasificación por su Uso / Efecto	93
Servicios Complementarios / Sustitutos	93
Normatividad Sanitaria, Técnica y Comercial.	93
Comercialización	93
Canales de Comercialización	94
Políticas de Venta y Precio.	94
Distribución Física	95
Promoción y Publicidad	95

#### **CAPÍTULO IV**

<b>ESTUDIO TÉCNICO</b>	<b>96</b>
Introducción	96
Objetivo del estudio técnico	96
Describir los elementos a tratar en el estudio técnico	96
Aspectos Geográficos	97
Macrolocalización del proyecto	98
Justificación	98
Microlocalización del proyecto	99
Infraestructura	100
Especificaciones técnicas del servicio	102
Especificaciones de los suministros o Materia Prima	102
Especificaciones del servicio terminado	103
Selección y descripción de la maquinaria y equipos	105
Descripción de maquinaria y equipo especificado cantidad	106
Requerimiento de materiales	107
Requerimiento de Servicios Básicos	108
Ingeniería del proyecto	109
Flujo grama del Proyecto	111
Tamaño del Proyecto	112

## **CAPITULO V**

PROPUESTA ESTRETÉGICA	114
Aspectos Institucionales	114
Nombre o Razón Social	114
Base Legal	114
Base filosófica	115
Principios	115
Misión	116
Visión	116
Objetivos Corporativos	116
Estrategia Corporativa	117
La organización	118

## **CAPÍTULO VI**

ESTUDIO ECÓNOMICO	127
Presupuestos	127
Presupuestos de Inversión	127
Presupuesto de Ingresos	128
Presupuesto de Egresos	129
Material Directo	129
Maquinaria	131
Equipo de oficina	131
Muebles y enseres	132
Servicios Básicos	132
Depreciación	133
Remuneraciones	134
Mano de obra Directa	135
Egresos	136
Capital de Trabajo	137
Activos fijos	137
Activos intangibles	138

Cronograma de Inversiones	139
Fuentes de Financiamiento	139
Estudio Financiero	139
Estados Financieros	139
Estado de Resultados	140
Flujos de Efectivo	141
Evaluación Financiera	140
Determinación de la tasa de Redescuento	142
Criterios de Evaluación	142
Valor Actual Neto	143
Tasa Interna de Retorno	143
Período de recuperación de la Inversión	144
Relación Beneficio/Costo	145
Punto de Equilibrio	145
Análisis de Sensibilidad	146

## **CAPÍTULO VII**

IMPACTOS DEL PROYECTO	148
Impacto Social	149
Impacto Económico	150
Impacto Institucional	151
Impacto Político	152
Impacto Ambiental	153
Impacto Cultural	154

## **CAPÍTULO VIII**

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	156
Conclusiones	156
Recomendaciones	158
Bibliografía	159
Anexos	161

## INDICE DE TABLAS

<b>TABLAS</b>	<b>NOMBRE</b>	
TABLA 1	Matriz de variables e indicadores	31
TABLA 2	Muestra	33
TABLA 3	Importancia de la Capacitación	36
TABLA 4	Asistencia del taller Ocupacional	37
TABLA 5	Cursos de Capacitación	38
TABLA 6	Tiempo disponible Lunes a Viernes	39
TABLA 7	Tiempo disponible de Sábados y Domingos	40
TABLA 8	Horario de Asistencia de Lunes /Viernes	41
TABLA 9	Horario de Asistencia de Sábados / Domingos	42
TABLA 10	Ingresos para la capacitación	43
TABLA 11	Eventos que le gustaría asistir	44
TABLA 12	Conocimiento de Centros de Capacitación	45
TABLA 13	Medios de información sobre el Taller Ocupacional	46
TABLA 14	Desarrollo de Habilidades	47
TABLA 15	Ubicación del Taller Ocupacional	48
TABLA 16	Motivación del taller Ocupacional	49
TABLA 17	Edad	50
TABLA 18	Nivel académico	51
TABLA 19	Ocupación Profesional	52
TABLA 20	Lugar de residencia	53
TABLA 21	Demanda	82
TABLA 22	Demanda Futura	85
TABLA 23	Demanda Insatisfecha	86
TABLA 24	Oferta	87
TABLA 25	Servicios del Centro de Capacitación SECAP	87
TABLA 26	Servicios del Centro DEYASA	88
TABLA 27	Servicios del capacitación Calidad de Vida	88
TABLA 28	Servicios del capacitación Talento y Desarrollo	89

TABLA 29	Servicios del capacitación Universidad Técnica del Norte	89
TABLA 30	Ubicación Lugar	99
TABLA 31	Perfil Docente	102
TABLA 32	Descripción de equipo	105
TABLA 33	Descripción equipo cocina	105
TABLA 34	Descripción del equipo del aula	105
TABLA 35	Selección Maquinaria	106
TABLA 36	Selección de equipos	106
TABLA 37	Selección de muebles y enseres	107
TABLA 38	Detalle de suministros y gastos	107
TABLA 38	Detalle material Directo	108
TABLA 40	Horario de Talleres	112
TABLA 41	Presupuesto de Inversión	127
TABLA 42	Ingreso por curso	128
TABLA 43	Ventas	129
TABLA 44	Costo de Materiales Directos	130
TABLA 45	Costo maquinaria	131
TABLA 46	Costo de equipo de oficina	131
TABLA 47	Costo muebles y enseres	132
TABLA 48	Servicios Básicos	132
TABLA 49	Depreciación	133
TABLA 50	Remuneración personal fijo	134
TABLA 51	Registro horas de Trabajo Docentes	135
TABLA 52	Mano de Obra Directa	135
TABLA 53	Egresos	136
TABLA 54	Capital de Trabajo	137
TABLA 55	Activos Fijos	138
TABLA 56	Activos Diferidos	138
TABLA 57	Financiamiento	139
TABLA 58	Estado de Resultados	140

TABLA 59	Flujo de Fondos	141
TABLA 60	Tasa de Redescuento	142
TABLA 61	Análisis de sensibilidad	147
TABLA 62	Valor nivel de impactos	148
TABLA 63	Impacto Social	149
TABLA 64	Impacto Económico	150
TABLA 65	Impacto institucional	151
TABLA 66	Impacto político	152
TABLA 67	Impacto ambiental	153
TABLA 68	Impacto cultural	154
TABLA 69	Matriz Impactos	155

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRAFICO No</b>	<b>NOMBRE</b>	
GRAFICO 1	Importancia de la Capacitación	36
GRAFICO 2	Asistencia del taller Ocupacional	37
GRAFICO 3	Cursos de Capacitación	38
GRAFICO 4	Tiempo Lunes a Viernes	39
GRAFICO 5	Tiempo de Sábados y Domingos	40
GRAFICO 6	Horario de Asistencia de Lunes /Viernes	41
GRAFICO 7	Horario de Asistencia de Sábados / Domingos	42
GRAFICO 8	Ingresos para su capacitación	43
GRAFICO 9	Eventos que le gustaría asistir	44
GRAFICO 10	Conocimiento de Centros de Capacitación	45
GRAFICO 11	Medios de información sobre el Taller ocupacional	46
GRAFICO 12	Desarrollo de Habilidades	47
GRAFICO 13	Ubicación del Taller Ocupacional	48
GRAFICO 14	Motivación del taller Ocupacional	49
GRAFICO 15	Edad	50
GRAFICO 16	Nivel académico	51
GRAFICO 17	Ocupación o profesión	52
GRAFICO 18	Lugar de residencia	53
GRAFICO 19	Plano Infraestructura	101
GRAFICO 20	Flujo Grama de Proyectos Organigrama	111
GRAFICO 21	Organigrama	118

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1 Antecedentes**

El mantenerse dinámicas y versátiles, ha llevado a las amas de casa en la actualidad a buscar actividades que le permitan el cuidado de su mente y su espíritu, mediante el desarrollo de diligencias en su tiempo libre para mantenerse siempre psíquicamente saludables, evitando contraer estrés, tensión por la vida cotidiana que llevan.

Al analizar la relación entre la presencia de estrés y el estado de salud (físico, psíquico y social) de la mujer, de modo concurrente y predictivo, teniendo en cuenta las variables como las personales, sociales y de estilo de vida. Todo ello con la finalidad de conocer las variables más relevantes implicadas en la relación entre estrés y salud en la mujer, que permitan generar medidas terapéuticas y preventivas.

Existen varias actividades como cursos de manualidades, cocina, costura, belleza, decoración del hogar, arte, baile, terapias de relajación, jardinería, yoga y demás que permitirán a las amas de casa incrementar integralmente su calidad de vida.

La Provincia de Imbabura se encuentra localizada al norte de la serranía de Ecuador, al sur de Tulcán a 125 Km. y al noreste de Quito en 115 Km., es conocida como la provincia de los Lagos, porque en ella se encuentran los mayores lagos del país como son el lago San Pablo y las lagunas de Yahuarcocha y Cuicocha.

Los habitantes de la provincia según datos fidedignos, del último censo de población, realizado por el INEC en 2010, ascienden aproximadamente a 398.244 habitantes, donde se destaca el cantón Ibarra, considerándose



como uno de los más importantes de la Provincia de Imbabura, por los diversos atractivos turísticos, clima privilegiado y la calidez de su gente, constituido por cinco parroquias urbanas y siete rurales, con una superficie total de 1.162,22 km<sup>2</sup>. La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41,68Km<sup>2</sup>, la zona rural incluida la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1.120,53 Km<sup>2</sup>.

La población total del cantón alcanza a 181.175, de los cuales 137.747 habitan en el sector urbano y en el sector rural es de 4.3428, que en porcentaje corresponde al 76,03% y 23,97 % respectivamente. El 48,59% corresponde a hombres y el 51,41% corresponde a mujeres, siendo más de 30% mayores de 20 años de edad.

Dentro de este esquema la población femenina juega un papel determinante de acuerdo a estudios las variables personales parecen ser más relevantes en la salud de la mujer, de ellas destaca el estilo de afrontamiento del estrés de emocionalidad. Las mujeres que se enfrentan a los estresores valorándolos como un problema al que hay que hacer frente y se centran en buscar la forma más óptima de hacerlo, destacando la relevancia en la salud de la mujer de dimensiones de personalidad como el pesimismo o la autoestima, y también la práctica habitual de ejercicio físico o actividades como las que el taller ocupacional propuesto impulsa entre la población femenina ya que las mujeres más satisfechas con su rol laboral son estadísticamente más saludables.

## **1.2 Introducción**

El proyecto se desarrollará en la provincia de Imbabura especialmente en la ciudad de Ibarra, misma que cuenta con una población de 181.175 habitantes aproximadamente tanto urbana como rural, de estos el 51,54% corresponde a mujeres y de las cuales 30% son mayores de 20 años pudiéndose constituir como el mercado meta, para este proyecto. Sin embargo en esta región existen pocas empresas especializadas en este

tipo de servicios por tal motivo se identifica una oportunidad de negocio con el único propósito de beneficiar a este sector de mercado tan delicado como son las mujeres, inquiriendo emprender una microempresa denominada Taller ocupacional para amas de casa en la ciudad de Ibarra, siendo el primordial impulso el hecho de que actualmente no se ofrece un servicio en base a una propuesta holista para este segmento de la población, que contemple una variedad de cursos, talleres y servicios complementarios, orientados a Manualidades, Técnicas, Culinarias, Diseño y demás que el mercado demandante para que consienten la evolución personal en distintos aspectos Psíquicos y emocionales; permitiéndole, en la medida de lo posible, una autonomía propia como mujer, en este espacio diseñado para ella, sin embargo de forma paralela se incentiva las relaciones humanas de las asistentes y el desarrollo de su autoestima, mediante co-participación con el grupo, incorporando el talento humano conocedor y capacitado, como elemento que brinde seguridad y estabilidad para las clientas, consecuente con un ambiente acogedor y confortable, brindando un servicio innovador de apoyo a estos susceptibles seres humanos, cubriendo las perspectivas de un mercado no explotado en dicha ciudad.

### **1.3 Justificación e importancia**

Las multi-ocupaciones que desarrollan las amas de casa en su vida cotidiana la exponen a un sin número de enfermedades psíquicas y emocionales como el estrés que en niveles extremos genera varias complicaciones a su salud, como tensiones musculares, hipertensión y otras.

Los signos más inmediatos de estrés son la fatiga, la aparición de dificultades para conciliar el sueño y la irritabilidad. Inclusive puede

provocar reacciones físicas en el cuerpo como granitos, sudoración, caspa, caída del cabello y hasta afecta el sistema digestivo.

Con el paso del tiempo, el estrés puede afectar el sistema inmunitario de la persona lo que hace que ésta se resfríe constantemente. Puede ocasionar también, dolores de cabeza, migraña, palpitaciones, asma y hasta presión alta.

Lo que requiere un tratamiento especial para liberar las tensiones acumuladas del día a día y para lo cual se pretende un tratamiento especializado como el planteado en el presente proyecto “Taller Ocupacional Para Amas de Casa”. El creciente desarrollo en técnicas medicas no tradicionales, apoyadas en un proceso psíquico y sistémico, del uso adecuado del tiempo libre, mediante la realización de diversas actividades, apoyadas con personal altamente capacitado brindando la asesoría pertinente durante la ejecución de dichas diligencias, según investigaciones realizadas ha permitido que las asistentes a este tipo de talleres en el mundo entero, reduzcan notablemente sus niveles de padecer hipertensión, ansiedad, estrés, tensión muscular, etc., y se genere un eficaz mejoramiento en su salud mental y espiritual.

En base al criterio mencionado anteriormente se identifica una oportunidad de negocio con el único propósito de beneficiar a este sector de mercado tan delicado como son las mujeres, inquiriendo emprender un taller ocupacional para amas de casa en la ciudad de Ibarra, siendo el primordial impulso el hecho de que actualmente no se ofrece un servicio en base a una propuesta holista para este segmento de la población, que contemple una variedad de cursos – taller orientados a Manualidades, Artesanal, Culinarias y demás para que consientan la evolución personal en distintos aspectos psicológicos y emocionales; permitiéndole, en la medida de lo posible, una autonomía propia como mujer, sin embargo de forma paralela se incentiva las relaciones humanas de las asistentes y el

desarrollo de su autoestima, mediante co-participación con el grupo, incorporando el talento humano conocedor y capacitado, como elemento que brinde seguridad y estabilidad para las clientas, consecuente con un ambiente acogedor y confortable, brindando un servicio innovador de apoyo a estos susceptibles seres humanos, cubriendo las perspectivas de un mercado no explotado en dicha ciudad.

#### **1.4 Objetivo General**

Analizar la situación ocupacional actual de las amas de casa de la ciudad de Ibarra

##### **1.4.1 Objetivos Específicos**

1. Investigar las necesidades de ocupación de las amas de casa de la ciudad de Ibarra.
2. Conocer que habilidades les gustaría desarrollar a las amas de casa en el Taller ocupacional.
3. Averiguar el nivel económico y el tiempo de disponibilidad para la capacitación de las amas de casa de la ciudad de Ibarra.
4. Identificar el grado de preparación académica las amas de casa y su predisposición para aprender a manejar nuevas tecnologías.
5. Determinar la ubicación del Taller ocupacional de acuerdo a las requerimientos de las amas de Casa.
6. Investigar las diferentes normativas legales y de sanidad que se apliquen a este tipo de Microempresas en la zona de estudio

## **1.5 Variables Propuestas (requeridas)**

- Necesidad
- Habilidades
- Tiempo
- Nivel económico
- Nivel Educativo
- Capacitación
- Ubicación
- Normas

### **1.5.1 Indicadores**

- Necesidad
  - ✓ Independencia económica
  - ✓ Oportunidad de trabajo
  - ✓ Relaciones interpersonales
  - ✓ Incrementa autoestima
  - ✓ Auto realización
- Habilidades
  - ✓ Manuales
  - ✓ Técnicas
  - ✓ Artesanales
  - ✓ Físicas
  - ✓ Culinarias
  - ✓ Diseño
- Tiempo
  - ✓ Día
  - ✓ Horas disponibles

- Nivel económico
  - ✓ Medio
  - ✓ Bajo
  - ✓ Alto
  
- Nivel Educativo
  - ✓ Primaria
  - ✓ Secundaria
  - ✓ Superior
  
- Capacitación
  - ✓ Taller
  - ✓ Seminarios
- Cursos
- Ubicación
  - ✓ Dentro de la ciudad
  - ✓ Fuera de la ciudad
  
- Normas
  - ✓ RUC
  - ✓ Sanidad
  - ✓ Funcionamiento
  - ✓ Permiso Municipal
  - ✓ Bomberos

**Tabla No 1 Matriz de Variables e Indicadores**

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TECNICAS</b>	<b>PUBLICO</b>
1.1 Analizar la situación ocupacional de las amas de casa de la ciudad de Ibarra.	1.1.1 Investigar las necesidades de ocupación de las amas de casa de la ciudad de Ibarra.	Necesidad	Independencia económica Oportunidad de trabajo  Relaciones interpersonales incrementa autoestima autorrealización	Encuesta	Mujeres de la ciudad de Ibarra que tengan de 20 a 60 años de edad
	1.1.2 Conocer que habilidades les gustaría desarrollar a las amas de casa en el Taller ocupacional.	Habilidades	Manuales Técnicas Artesanales Físicas Culinarias Diseño	Encuesta	Mujeres de la ciudad de Ibarra que tengan de 20 a 60 años de edad
	1.1.3 Averiguar el nivel económico y el tiempo de disponibilidad para la capacitación de las amas de casa de la ciudad de Ibarra.	Tiempo	Día Horas disponibles	Encuesta	Mujeres de la ciudad de Ibarra que tengan de 20 a 60 años de edad
		Nivel económico	Medio Bajo Alto	Encuesta	Mujeres de la ciudad de Ibarra que tengan de 20 a 60 años
	1.1.4 Identificar el grado de preparación académica las amas de casa y su predisposición para aprender a manejar nuevas tecnologías.	Nivel Educativo	Primaria Secundaria Superior	Encuesta	Mujeres de la ciudad de Ibarra que tengan de 20 a 60 años de edad
		Capacitación	Taller seminarios  Cursos	Encuesta	Mujeres de la ciudad de Ibarra que tengan de 20 a 60 años de edad
	1.1.5 Determinar la ubicación del Taller ocupacional de acuerdo a las requerimientos de las amas de Casa.	Ubicación	Dentro de la ciudad  Fuera de la ciudad	Encuesta	Mujeres de la ciudad de Ibarra que tengan de 20 a 60 años de edad
	1.1.6 Investigar las diferentes normativas legales y de sanidad que se apliquen a este tipo de Microempresas en la zona de estudio	Normas	RUC Sanidad Funcionamiento Permiso Municipal Bomberos	Entrevista	Personal del SRI Municipio  Bomberos

## 1.6 Metas Propuestas

### 1.6.1 Población

Según el último censo de población realizado por el INEC en el 2010, cuyos datos fidedignos expresan que el Cantón Ibarra cuenta con una población total de 181.175 habitantes, de los cuales para el presente estudio se tomara en cuenta como Población Objetivo 28.017 habitantes, que son las mujeres comprendidas entre 20 y 60 años de edad.

### 1.6.2. Muestra

LA MUESTRA SE DEFINE MEDIANTE LA ECUACIÓN:

Donde:

P: probabilidad de éxito

Q: probabilidad de fracaso

N: Tamaño del Universo

e: error generalmente aceptado

n: tamaño de la muestra

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1)(e^2 / 4) + (p * q)}$$

Margen de error: 5%

Intervalo de confianza: 95%

Universo: población perteneciente al NSE



**TABLA No 2 Muestra**

CALCULO DE LA MUESTRA			
<b>N</b>	<b>28.017</b>		
<b>p</b>	<b>0,1</b>		
<b>q</b>	<b>0,9</b>		
<b>Z</b>	1,96	3,8416	
<b>e</b>	0,05	0,0025	

n= 138

POBLACION DEL CANTON IBARRA		181.175
MUJERES	52%	94.211
MUJERES EN EL RANGO	50%	28.017
N= 28.017		

### 1.7 Instrumentos de Investigación

En cuanto a la gran importancia que posee el correcto manejo de instrumentos para la recolección de información en el proceso investigativo, se utilizaran los descritos a continuación:

#### FORMALES

- Cuestionarios
- Guías de entrevista

#### MECANISMOS

- Cámara fotográfica digital
- Grabadora

## **MÉTODO INDUCTIVO**

Consiste en establecer enunciados universales ciertos a partir de la experiencia, esto es, ascender lógicamente a través del conocimiento científico, desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad a la ley universal que los contiene.

Mediante la aplicación de este método, se permitirá analizar científicamente una serie de hechos y sucesos de carácter particular para llegar a generalidades que nos permitan establecer hipótesis con referencia al proyecto de microempresa a desarrollar, además accederá la realización de un marco teórico que fundamente la misma.

## **MÉTODO DEDUCTIVO**

Considera que la conclusión está implícita en las premisas. Es decir que la conclusión no es nueva, se sigue necesariamente de las premisas. Si un razonamiento deductivo es válido y las premisas son verdaderas, la conclusión sólo puede ser verdadera.

Este método nos ayudará a determinar un diagnóstico del proyecto de microempresa basado en variables de estudio que permitan la toma de decisiones, cimentado en modelos, teorías, acontecimientos y hechos generales para definir las estrategias y propuestas constitutivas de la investigación.

## **TÉCNICAS**

Son instrumentos que usaremos para la recolección, procesamiento e interpretación de información y datos, entre las que destacamos:

- Observación directa
- Encuestas

Para obtener información veraz y eficiente para el progreso del proyecto micro empresarial.

La encuesta está dirigida a las amas de casa de la ciudad de Ibarra y se tomo una muestra de 138 personas las cuales con sus vivencias nos ayudaran a tener un proceso claro y a tomar decisiones. El formato de la encuesta se encuentra en el ANEXO 1.

### **1.8 Evaluación de la información**

## TABULACIÓN

### INFORMACIÓN OBTENIDA DE LAS ENCUESTAS “TALLER OCUPACIONAL PARA AMAS DE CASA EN LA CIUDAD DE IBARRA”

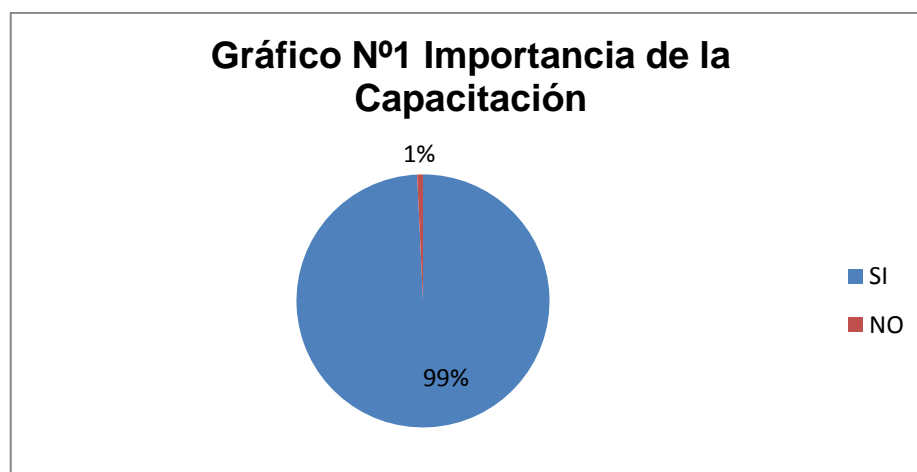
#### ANÁLISIS UNIVARIABLE

Pregunta Nº 1: ¿Cree Usted que es importante capacitarse?

TABLA Nº 3 Importancia de la Capacitación

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	137	99
NO	1	1
	138	100

Elaborado por: la autora



Elaborado por: la autora

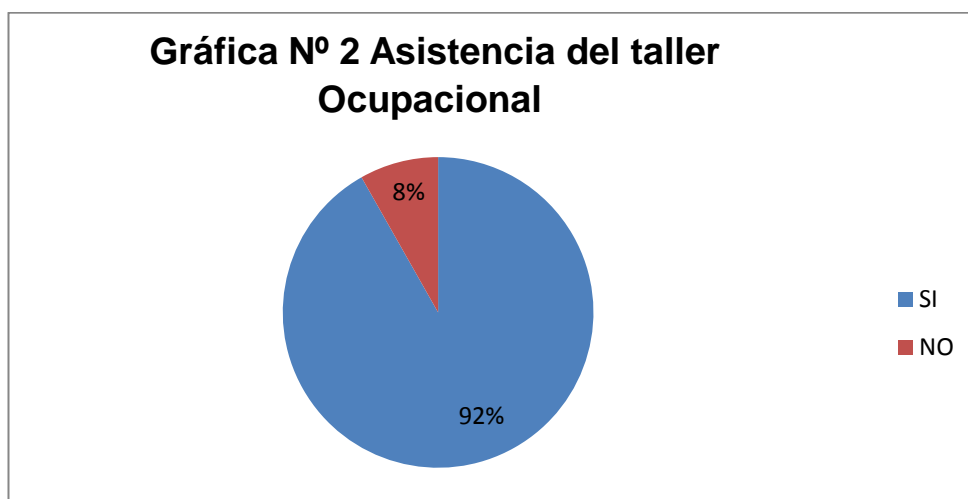
**Análisis.-** De la muestra de las mujeres encuestadas el 99% manifestaron estar consientes que la capacitación es una forma de obtener mayores posibilidades en el campo laboral, y de realizar un trabajo más eficiente y solo el 1% dijeron que con el conocimiento que tienen es suficiente.

**Pregunta N° 2 ¿Usted estaría dispuesta a asistir al taller Ocupacional?**

**TABLA N° 4 Asistencia del taller Ocupacional**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	127	92
NO	11	8
	138	100

Elaborado por: la autora



Elaborado por: la autora

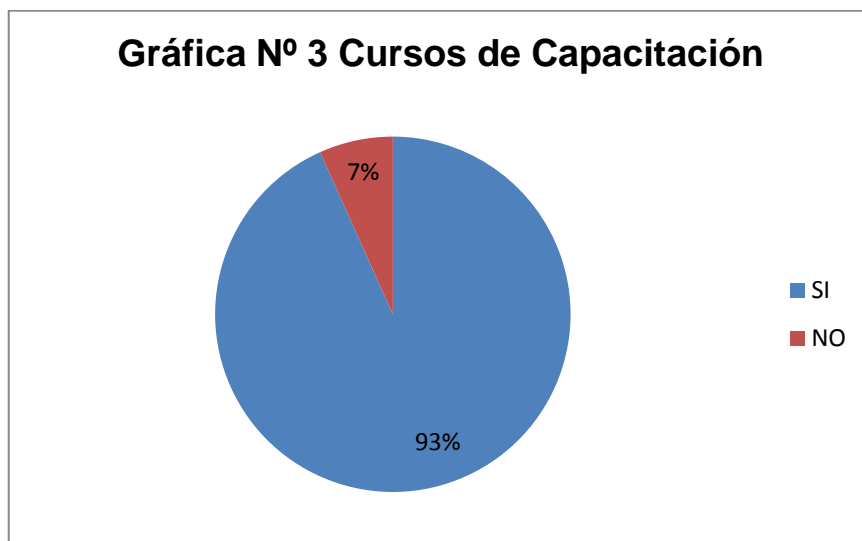
**Análisis.-** Se puede observar que la aceptación para la capacitación se ve consolidada en esta pregunta, teniendo a un 92% que aceptaron asistir al taller ocupacional para amas de casa, de la necesidad que existe de que se dé un curso de este tipo mientras que solo el 8% no asistiría al curso por falta de tiempo.

**Pregunta N°3 ¿Le gustaría acceder a cursos de capacitación en su tiempo libre brindados por un taller ocupacional para amas de casa?**

**TABLA N° 5 Cursos de Capacitación**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	128	93
NO	10	7
	138	100

Elaborado por: la autora



Elaborado por: la autora

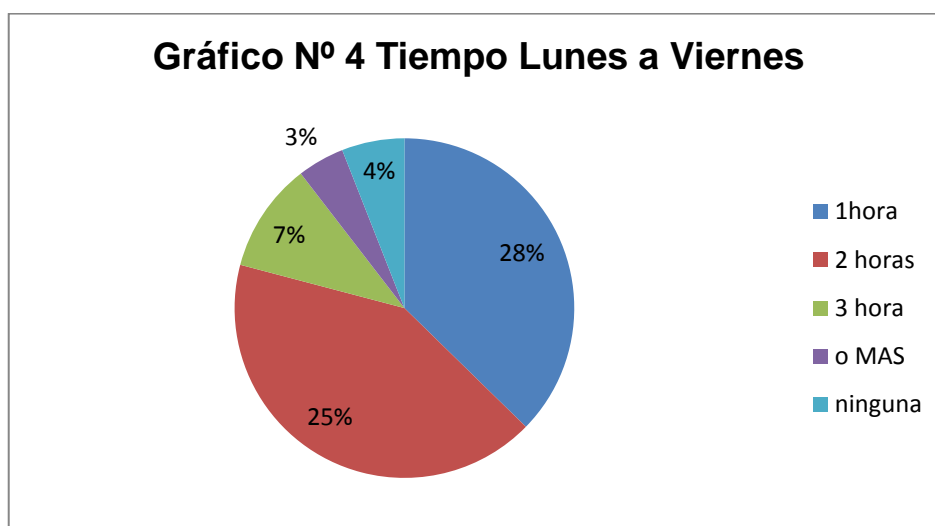
**Análisis.-** el 93% de las encuestadas dijeron que tienen claros deseos de asistir al curso capacitación en su tiempo libre, mientras que el 7% no dispone de tiempo para asistir por las diversas actividades que cumplen ya que se les dificulta su asistencia.

**Pregunta N° 4: ¿De qué tiempo dispone para recibir la capacitación?**

**TABLA N° 6 Tiempo disponible Lunes a Viernes**

	Lunes/Viernes	PORCENTAJE
1 hora	35	25
2 horas	39	28
3 hora	10	7
o MAS	4	3
ninguna	6	4
	94	67

Elaborado por: la autora



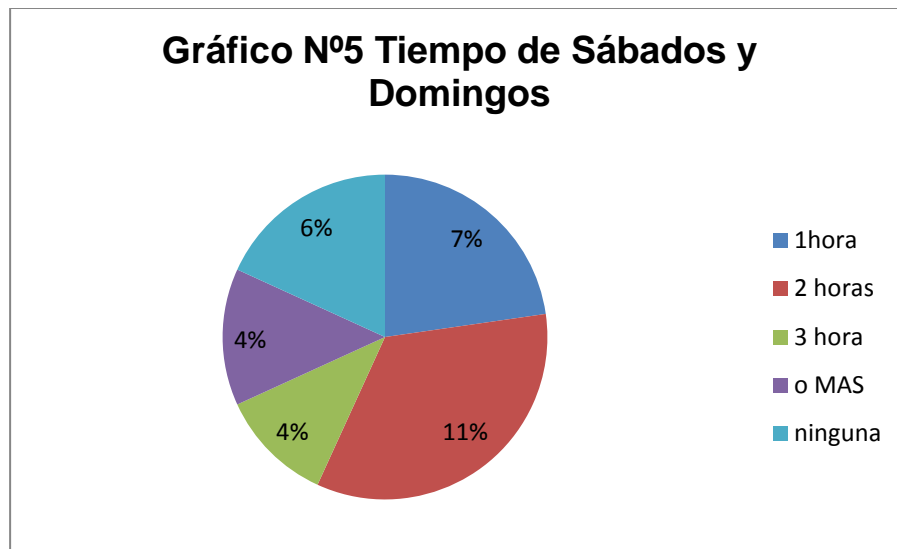
Elaborado por: la autora

**Análisis.-** Los encuestados manifestaron tener mayor disponibilidad de tiempo en los días lunes a viernes donde el mayor porcentaje de asistencia es 28% podrían asistir 2 horas al día siguiéndole un 25% una hora mientras el resto prefieren asistir 3 y más horas al día para su capacitación.

**TABLA N° 7 Tiempo disponible de Sábados y Domingos**

	Sábado y domingos	PORCENTAJE
1 hora	10	7
2 horas	15	11
3 hora	5	4
o MAS	6	4
ninguna	8	6
	44	33

Elaborado por: la autora



Elaborado por: la autora

**Análisis.-** Como se puede ver gran parte de encuestados no tienen mayor aceptación los Sábados y Domingos, un pequeño porcentaje de 11% pueden asistir 2 horas, un 7% dijo que prefiere una hora el resto prefieren más de tres horas que son porcentajes muy bajos y no representa realizar el fin de semana.

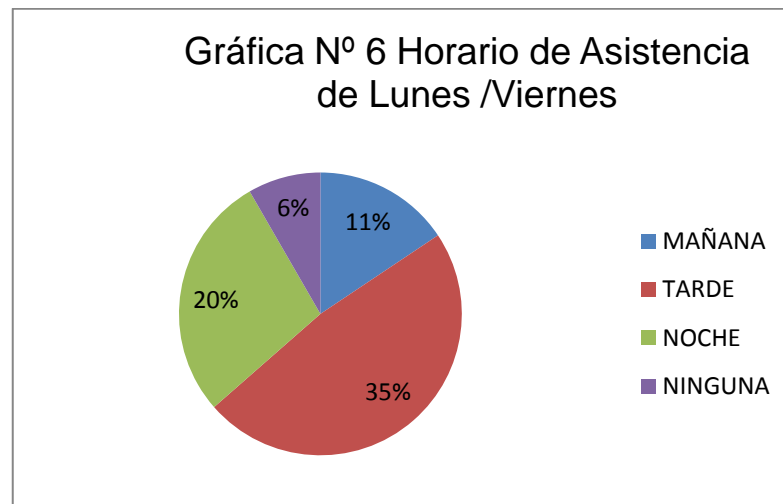


**Pregunta N° 5: ¿En qué día y horario le gustaría asistir?**

**Tabla N° 8 Horario de Asistencia de Lunes /Viernes**

	LUNES/VIERNES	PORCENTAJE
MAÑANA	15	11
TARDE	48	35
NOCHE	28	20
NINGUNA	9	6
	100	72

Elaborado por : la autora



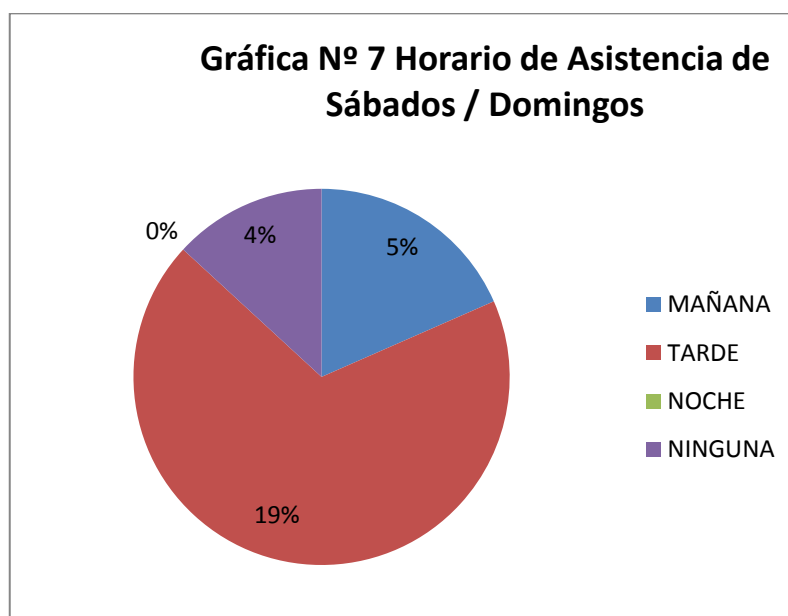
Elaborado por la autora

**Análisis.-** La mayoría de los encuestados dijeron tener mayor posibilidad de asistencia de lunes a viernes con un 35% en la tarde, un 20% en la noche y un pequeño porcentaje en la mañana, esto nos da a entender que en su gran mayoría pueden asistir entre semana dando una buena aceptación.

**Tabla Nº 9 Horario de Asistencia de Sábados / Domingos**

	SABADO/DOMIN	PORCENTAJE
MAÑANA	7	5
TARDE	26	19
NOCHE	0	0
NINGUNA	5	4
	38	28

Elaborado por: la autora



Elaborado por: la autora

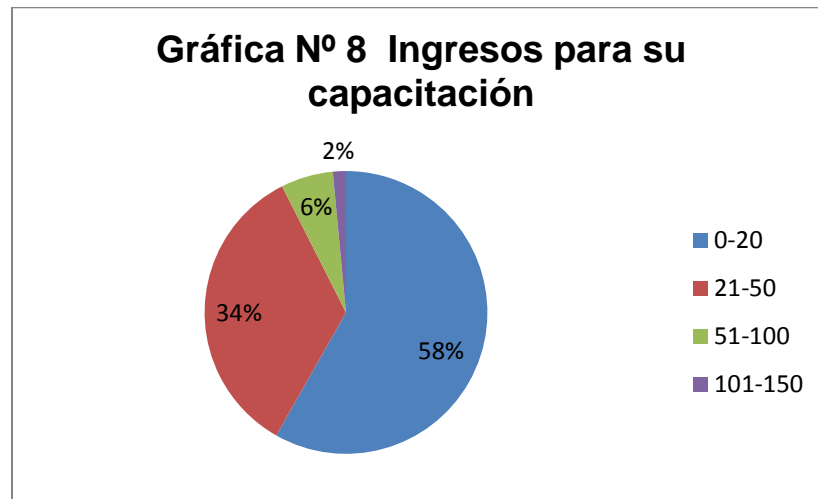
**Análisis.-** Se puede apreciar un porcentaje pequeño de los encuestados manifestaron tener posibilidad de asistir los fines de semana en la tarde con 19%, mientras que un 5% solo pueden asistir en la mañana, y un 4% en la noche, lo cual permite ver que no es factible realizar los fines de semana.

**Pregunta N° 6: ¿De sus ingresos mensuales que percibe cuanto podría destinar para su capacitación?**

**Tabla N° 10 Ingresos para la capacitación**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0-20	80	58
21-50	47	34
51-100	8	6
101-150	3	2
	138	100

Elaborado por: la autora



Elaborado por: la autora

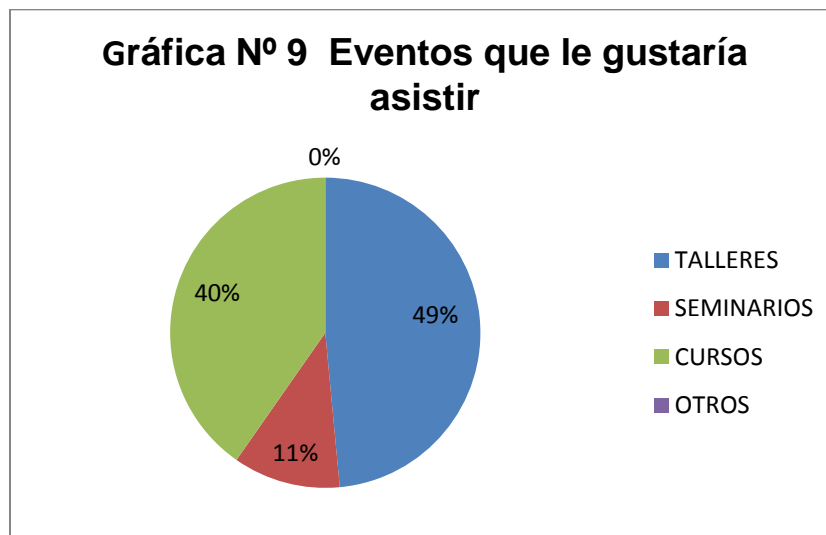
**Análisis.-** Entre los encuestados el 58% de los encuestados respondieron que podrían pagar de \$0 a \$20 por los cursos, y el 34% pagaría de \$21 a \$50, por lo que se debería tomar un valor medio entre los dos valores para que haya una mayor aceptación por ambos grupos.

**Pregunta N° 7: ¿A que eventos a usted le gustaría asistir?**

**Tabla N° 11 Eventos que le gustaría asistir**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TALLERES	68	49
SEMINARIOS	15	11
CURSOS	55	40
OTROS	0	0
	138	100

Elaborado por: la autora



Elaborado por :la autora

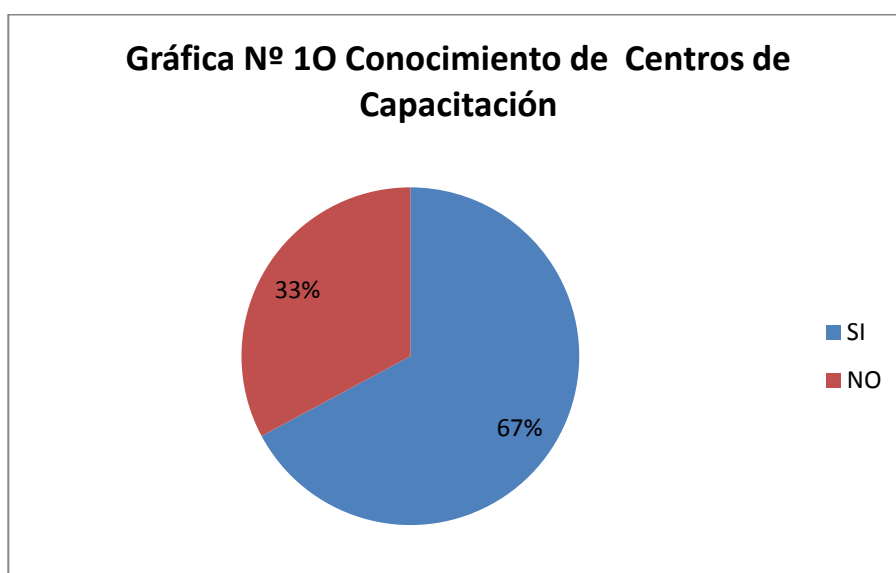
**Análisis.-** Como se puede observar aquí se reparten en porcentajes de 40% entre cursos y un 49% en talleres, por lo que debemos enfocarnos más en este tipo de programas ya que los otros no tienen mayor acogida entre las personas encuestadas.

**Pregunta N° 8: ¿Conoce usted centro (s) de capacitación que ofrezcan los eventos antes mencionados?**

**Tabla N° 12 Conocimiento de Centros de Capacitación**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	92	67
NO	46	33
	138	100

Elaborado por: la autora



Elaborado por: la autora

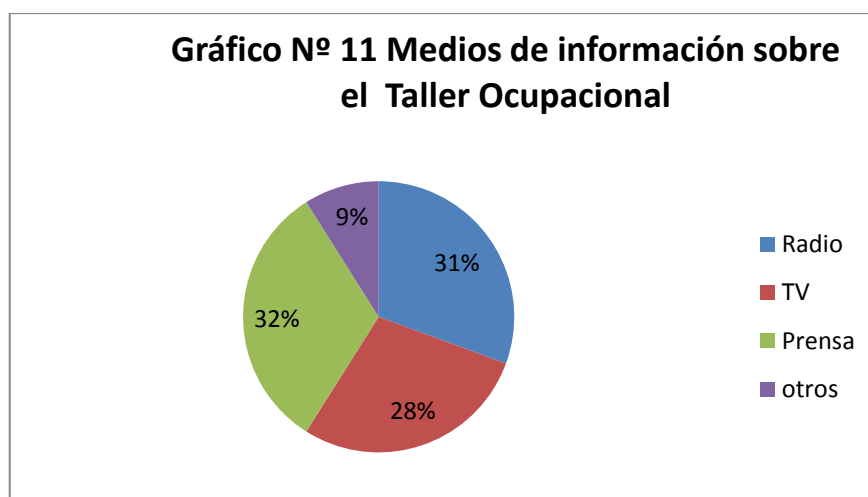
**Análisis.-** En el gráfico se puede observar que el 67% de las encuestadas explicaron que conocen de instituciones que ofrecen programas similares como el SECAP y el Municipio de Ibarra y un 33% respondieron que no conocen ningún centro similar. Por lo cual esto potencializa nuestra propuesta.

**Pregunta N° 9: ¿Por qué medio le gustaría conocer acerca de los talleres ocupacionales?**

**Tabla N° 13 Medios de información sobre el Taller Ocupacional**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	43	31
TV	39	28
Prensa	44	32
otros	12	9
	138	100

Elaborado por: la autora



Elaborado por: la autora

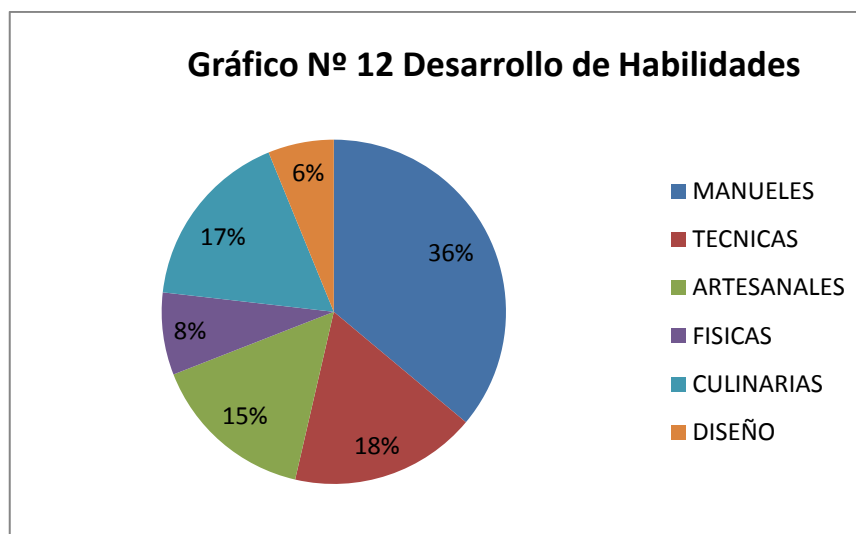
**Análisis.-** Hay una clara diversificación sobre el medio por el cual les llamo la atención informarse sobre los programas ofrecidos, pero principalmente aceptaron informarse mediante la prensa el 32%, luego la radio 31%, y la televisión 28% y en cuarto lugar con 9% las encuestadas prefieren informarse hojas volantes, afiches.

**Pregunta N°10 ¿Escoja cuál de estas habilidades le gustaría desarrollar?**

**Tabla N° 14 Desarrollo de Habilidades**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MANUALES	50	36
TECNICAS	24	18
ARTESANALES	21	15
FISICAS	11	8
CULINARIAS	24	17
DISEÑO	8	6
	138	100

Elaborado por: la autora



Elaborado por: la autora

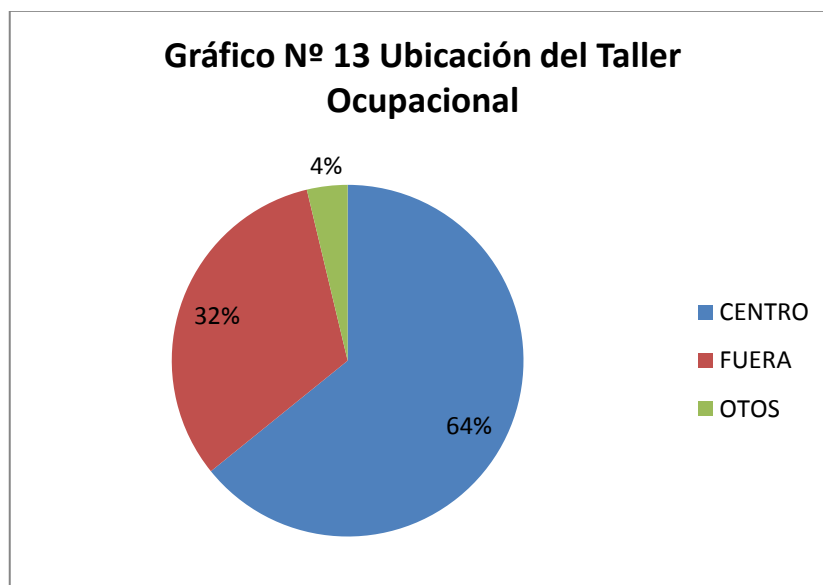
**Análisis.** Las encuestadas respondieron que desean desarrollar habilidades manuales con una aceptación del 36%, mientras que las otras opciones tienen una aceptación pareja, por lo que se puede combinar temas de desarrollo de habilidades manuales y cualquiera de las otras opciones.

**Pregunta N° 11 ¿En qué sector de la ciudad de Ibarra le gustaría que se encuentre ubicado el Taller Ocupacional?**

**Tabla N° 15 Ubicación del Taller Ocupacional**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CENTRO	88	64
FUERA	44	32
OTROS	6	4
	138	100

Elaborado por: la autora



Elaborado por: la autora

**Análisis.** Como se puede observar un gran porcentaje siendo un 64% dijeron que desean que los cursos sean en el centro de la ciudad, solo 32% estuvieron de acuerdo que sea fuera del centro por lo cual la ubicación es de suma importancia para tener la aceptación esperada.

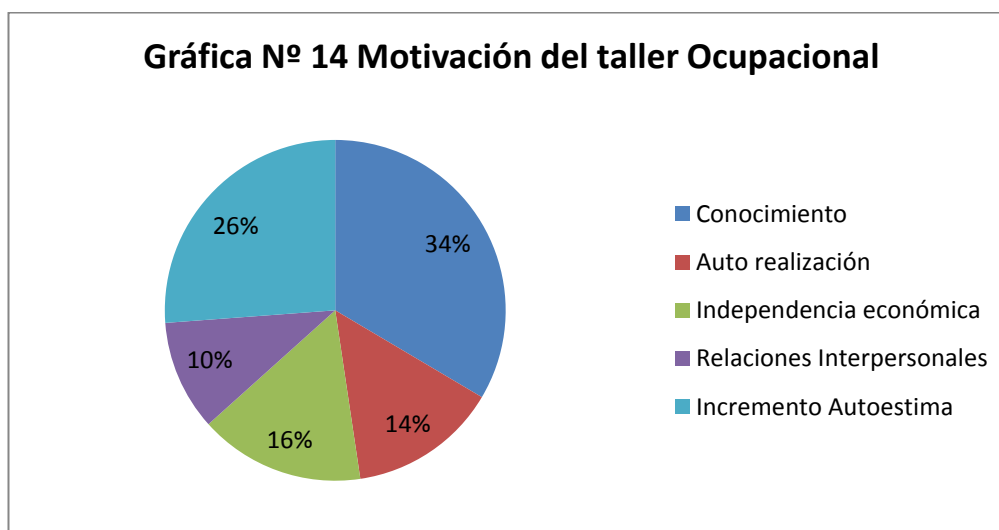


**Pregunta N° 12: ¿Qué tipo de motivación le gustaría que le ofrezca con el taller Ocupacional?**

**Tabla N° 16 Motivación del taller Ocupacional**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Conocimiento	47	34
Auto realización	19	14
Independencia económica	22	16
Relaciones Interpersonales	14	10
Incremento Autoestima	36	26
	138	100

Elaborado por: la autora



Elaborado por: la autora

**Análisis.** La mayoría de los encuestadas desean incrementar conocimientos, el 26% en su mejoramiento de la autoestima, y en tercer lugar con 16% a tener su independencia económica. Es decir buscar mejoramiento personal.

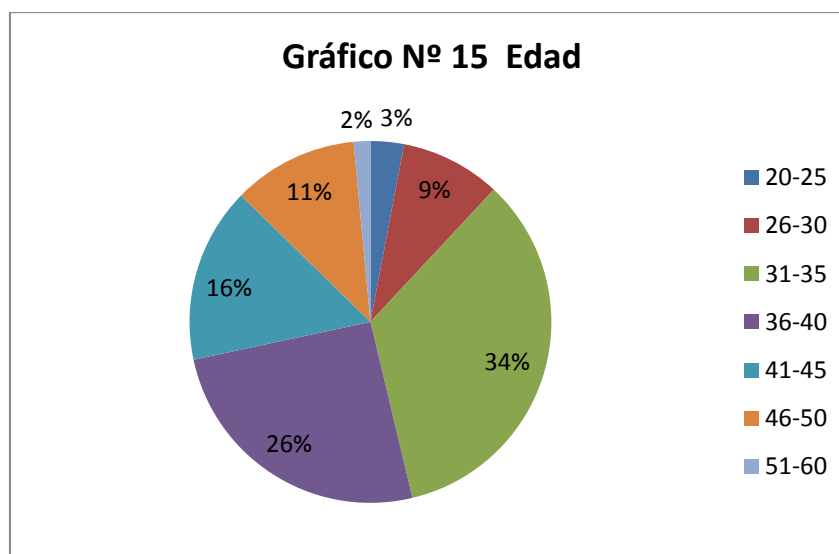
## DATOS TÉCNICOS

**Edad:**

**Tabla Nº 17 Edad**

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20-25	4	3
26-30	12	9
31-35	47	34
36-40	35	26
41-45	22	16
46-50	15	11
51-60	2	1
	138	100

Elaborado por: la autora



Elaborado por: la autora

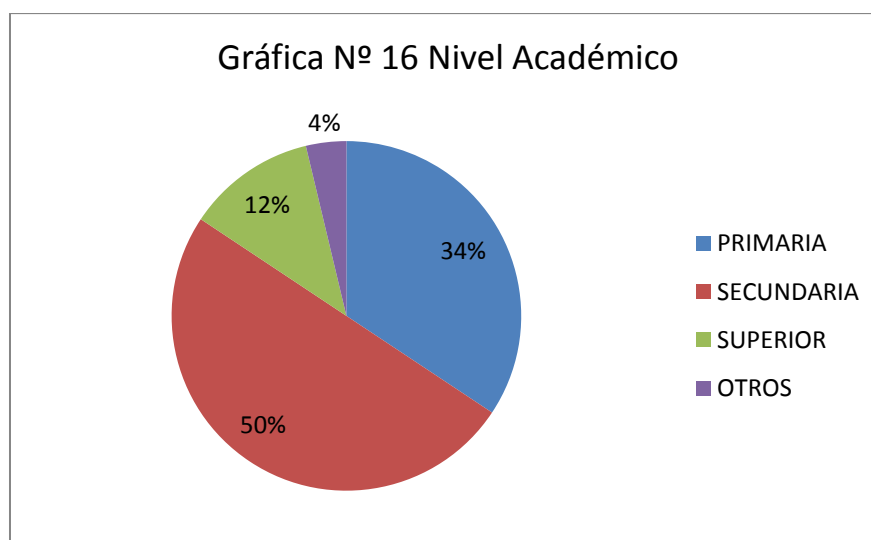
**Análisis.** – Se puede observar que el 34% de las encuestadas tienen la edad de 31 a 35 y un 26% está entre 36 a 40, La mayoría de los encuestados tiene entre 31 y 40 años.

## NIVEL ACADÉMICO

Tabla Nº 18 Nivel Académico

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRIMARIA	47	34
SECUNDARIA	69	50
SUPERIOR	16	12
OTROS	6	4
	138	100

Elaborado por: la autora



Elaborado por: la autora

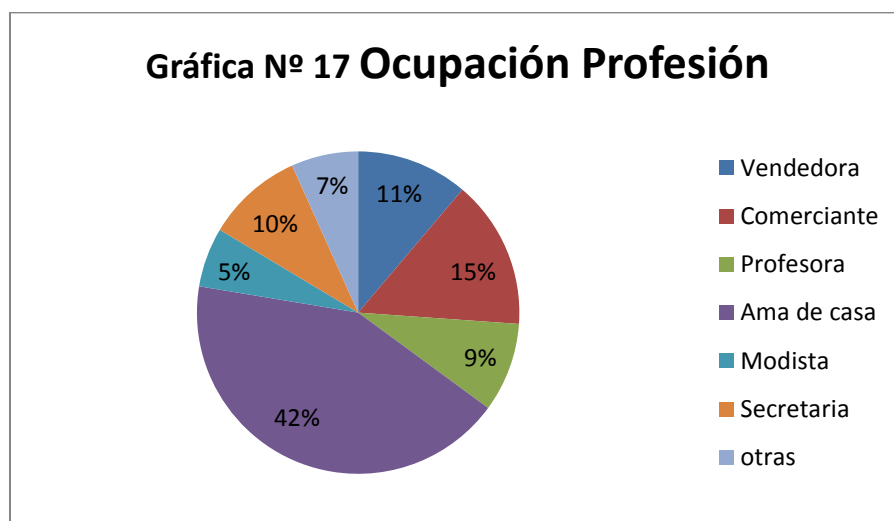
**Análisis.** – De las encuestados en su gran porcentaje han cursado máximo por la secundaria con un 50%, un 34% solo pudieron asistir a la primaria, y un 12% asistieron a la universidad, ya que en su mayoría tienen un buen nivel académico.

## OCUPACIÓN O PROFESIÓN

Tabla Nº 19 Ocupación Profesión

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vendedora	15	11
Comerciante	21	15
Profesora	12	9
Ama de casa	59	43
Modista	7	5
Secretaria	14	10
otras	10	7
	138	100

Elaborado por: la autora



Elaborado por: la autora

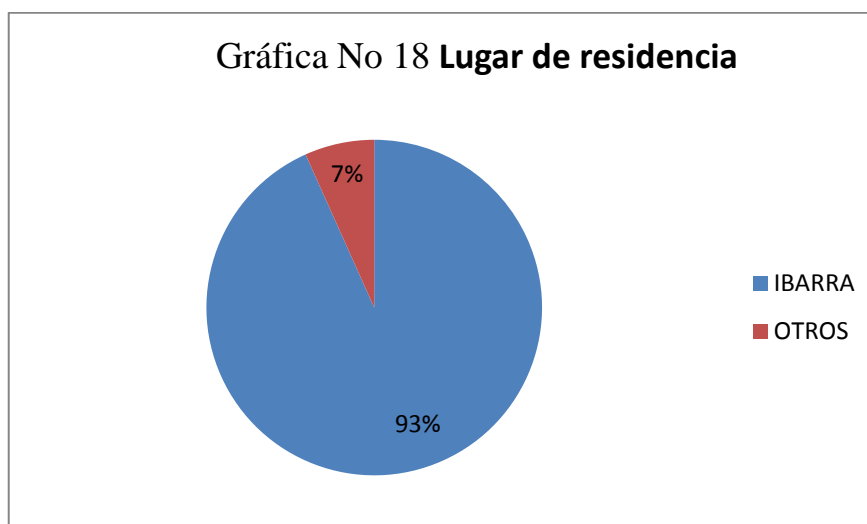
**Análisis.** – Se puede apreciar en nuestras encuestadas que el 42% es la principal ocupación de amas de casa siendo esta nuestro objetivo meta, sin descartar las diferentes ocupaciones a parte de esta, que pueden formar parte del taller.

## LUGAR DE RESIDENCIA

Tabla Nº 20 Lugar de residencia

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
IBARRA	128	93
OTROS	10	7
	138	100

Elaborado por: la autora



Elaborado por: la autora

**Análisis.** – De las encuestas el 93% fueron de la ciudad de Ibarra y que residen ahí el 7% residen en otros lugares cercanos ya que esto facilitara que asistan sin ningún inconveniente.

### **1.8.1 Conclusiones de la Matriz**

#### **ALIADOS**

1. Disponibilidad de profesionales capacitados para brindar la capacitación.
2. Contar con inmobiliario adecuado y cómodo para el desarrollo de la capacitación.
3. Ofertar nuevos cursos de capacitación diferentes a los que existen en el mercado.
4. Contar con un local adecuado en el centro de la ciudad para realizar el Taller Ocupacional.

#### **OPONENTES**

1. Las amas de casa no cuentan con el dinero suficiente para su capacitación.
2. La utilización de un solo medio de publicidad no cubre todo el mercado potencial.
3. Los elevados costos de los facilitadores que imparten en los cursos del Taller ocupacional.
4. Falta de recursos financieros para adquirir materiales necesarios en la capacitación.

#### **OPORTUNIDADES**

1. Verdadero interés de asistir al Taller Ocupacional para amas de casa.
2. La predisposición de capacitarse es favorable para de mejorar sus condiciones de trabajo.
3. Brindar mayor especialización en las diferentes áreas a dictarse.
4. Habilidades manuales son las que prefieren desarrollar las amas de casa.

5. El conocimiento es la mayor motivación que buscan las amas de casa.
6. Las amas de casa están en una edad hábil para receptar conocimientos y desarrollar habilidades.
7. El nivel educativo está acorde al tipo de formación que se va a dictar en el curso.
8. Gran parte de personas que van acudir al curso tienen ocupación de amas de casa.
9. Existencia de diferentes instituciones que pueden establecer alianzas estratégicas para ofrecer servicios de capacitación.

## **RIESGOS**

1. La existencia de otros centros similares en la ciudad dificultan la asistencia de clientes.
2. Gratuidad de otros servicios de capacitación.

### **1.8.2 Cruce Estrategico**

## **ALIADOS VS. RIESGOS**

1. Ofertar nuevos cursos de capacitación permitirá que asistan las personas a pesar de la existencia de otros centros.
2. Disponibilidad de profesionales capacitados permitirá competir con otras organizaciones que ofertan los mismos servicios.
3. Contar con inmobiliario adecuado y cómodo para el desarrollo de la capacitación hará posible que el nuevo centro se diferencie de otros centros similares.
4. Disponer de un local adecuado y en centro de la ciudad facilitara la asistencia de los clientes.

## **ALIADOS VS. OPORTUNIDADES**

1. Ofertar nuevos cursos de capacitación diferentes a los que existen en el mercado permitirá lograr mayor especialización en diferentes áreas.
2. Brindar nuevos cursos de capacitación ayudara a mejorar sus condiciones de trabajo.
3. Ofrecer nuevos cursos de capacitación lograra desarrollar las habilidades de las amas de casa.
4. El contar con profesionales capacitados permitirá ampliar sus conocimientos.
5. El contar con inmobiliario adecuado y cómodo dará mayor seguridad para acudir al taller ocupacional.

## **OPONENTES VS OPORTUNIDADES**

1. La predisposición de las amas de casa para capacitarse ayuda a superar el problema de no contar con el dinero suficiente.
2. Alianzas con diferentes instituciones que aportan con servicios de capacitación permitirá que las amas de casa puedan asistir a bajos costos.
3. Verdadero interés de asistir al Taller ocupacional accederán las clientas que puedan adquirir sus propios materiales de trabajo.

## **ANÁLISIS**

La población femenina juega un papel importante en la sociedad hoy en día las amas de casa tienen una gran relevancia en la salud, ya que se enfrentan al estrés y tensión además son las personas que escuchan todos los problemas que traen sus familiares y les afecta indirectamente



con todo esto les está atacando y produciendo enfermedades como tención, depresión e impotencia de no poder ayudar.

La falta no tener otra actividad que les ayude a ocupar su mente. Esto incide en la disminución de su calidad de vida.

Por todo lo anterior expuesto se plantea la factibilidad de implementar un “Taller Ocupacional de Amas de Casa en la ciudad de Ibarra” el cual les va ayudar a ocupar su mente y que puedan en su hogar organizarse de manera rápido y tengan tiempo para dedicarse a realizar actividades productivas que les permitan estar más ocupadas y sentirse útiles a la sociedad.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

Lo más importante que cabe destacar en el desarrollo de la presente investigación es tener claro lo que es un proyecto, y diremos de la manera más práctica que es simplemente la búsqueda de solución inteligente al planteamiento de un problema para aprovechar una oportunidad de negocio.

#### 2.1. PROYECTO DE FACTIBILIDAD

***Sapag Chain Nassir Reinal, 2000, pag3, dice: “El desarrollo de proyectos busca recopilar, crear y analizar en forma sistemática un conjunto de antecedentes económicos que permitan juzgar cualitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a una determinada iniciativa.”***

***Eco Umbert, 2004, pág. 80, dice: “Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana.”***

El proyecto de factibilidad analiza una serie de factores con los cuales se pueda determinar si existe o no rentabilidad, y también canalizar los recursos tanto económicos como naturales que nos proveen. Analizando tres aspectos como:

**PREINVERSIÓN.-** Identifica adecuadamente un problema, formular y preparar alternativas de solución.

**INVERSIÓN.-** Es la ejecución del proyecto, se puede identificar si se da la implementación de las actividades.

OPERACIÓN.- Es poner en marcha la obra terminada o el plan específico a seguir, de acuerdo a lo proyectado.

En el proyecto tenemos una definición más clara para poder desarrollar de manera más eficiente, conociendo los alcances que se puede obtener con el actual proyecto y verificar si es factible o no.

### 2.1.1. ETAPAS TÉCNICAS DE LA PREPARACIÓN DE PROYECTOS

**SAPAG CHAIN Nassir-Reinal, 2000, pág. 25-26, dice: Las Etapas que se deben realizar en un proyecto son:**

- **Estudio de la viabilidad comercial: Indicará si el mercado es o no sensible al bien o servicio producido por el proyecto y la aceptabilidad que tendría en su consumo, permitiendo determinar la postergación o rechazo, sin tener que asumir los costos de un estudio completo.**
- **Estudio de viabilidad técnica: Estudia la posibilidad material, física, condiciones y alternativas de producir el bien o servicio.**
- **Estudio de la factibilidad organizacional: Define principalmente si existen las condiciones mínimas necesarias para garantizar la viabilidad de la implementación en lo estructural como en lo funcional.**
- **Estudio de la viabilidad Financiera: determina en un último término, su aprobación o rechazo. Este mide la rentabilidad que retorna la inversión todo medido en base monetaria.”**

Las etapas del proyecto son de gran importancia para la elaboración de una actividad empresarial ya que permiten ir paso a paso formando una propuesta de éxito en la empresa sin dejar ningún detalle desapercibido dentro de un proyecto.

Para iniciar el proyecto se debe tomar en cuenta tres grandes etapas, la primera dando un enfoque comercial para saber si este proyecto va a ser

factible, ver si tenemos los recursos y los materiales necesarios para ponerlos en práctica y por último la etapa dónde se tiene que enfocarse en la inversión que se va a realizar es recuperable de acuerdo a las operaciones previstas. Una vez que se apruebe el proyecto pasadas estas tres etapas debemos proseguir con dos más como son iniciar con objetivos claros de la empresa y hacia dónde queremos llegar y también controlar las actividades promoviendo así unas buenas bases de un proyecto.

Las etapas del proyecto nos permitirán ver si el mercado es el adecuado para producir el servicio para cerciorarnos de que este genere fondos suficientes para cubrir las obligaciones financieras y la rentabilidad más aceptable una vez que se encuentre en funcionamiento.

### **2.1.2. INVERSIÓN EN EL PERIODO DE PREPARACIÓN**

***GALLARDO, Juan, México 2002, pág. 89, dice: Expresa el rendimiento, en términos de valor actual neto, que genera el proyecto por unidad monetaria invertida, además esta deberá ser mayor que la unidad para aceptar el proyecto, lo que a su vez significa que el VAN es positivo, caso contrario se rechaza el proyecto.***

***SAPAG CHAIN Nassir-Reinal, año 2004, pág. 198, Dice: “La inversión en el periodo de preparación son todos aquellos que deben realizarse al iniciar el funcionamiento de las instalaciones, tanto en la etapa de prueba preliminar como en las del inicio de operación y hasta que alcance el funcionamiento adecuado, aquí se incluyen todos los desembolsos previos al momento de puesta en marcha del proyecto. Estos incluirán los pagos de remuneraciones, arriendos, publicidad, seguros, etc.”***

La inversión en la preparación de un proyecto es necesario realizar un periodo de evaluación para ver si el proyecto va a tener factibilidad en el

desarrollo de la empresa, que comúnmente se hace para ver si la misma durará con éxito en el futuro, de tal manera que siempre es necesario hacer esta actividad aunque no tiene mayor peso de importancia para dejarlo de lado al proyecto ya que cada persona puede evaluarlo de diferentes maneras según sus costos, o su proyección en el mercado entre otros aspectos. Esto ayuda a poder tener una mejor visibilidad de lo que estamos invirtiendo.

La inversión en preparación ayuda a tener una mejor visión para tomar la mejor decisión en lo económico y financiero a través de la utilización de indicadores adecuados para cada proceso.

En el proyecto servirán para realizar los cálculos adecuados para de esta manera poder tener una mayor aclaración, llegando a sí a saber si es factible la inversión o no de dicho proyecto.

## **2.2. MICROEMPRESA**

***Ing. Comercial Edgar Monteros E.MBA. dice: “ Asociación de personas que operan en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos humanos, materiales, económicos, y tecnológicos para la elaboración de productos y la prestación de servicios que suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidades luego de cubrir sus costos fijos costos variables y gastos de fabricación”.***

Una microempresa es aquella organización económica pequeña, administrada por una o más personas emprendedoras, visionarias con un mismo objetivo de mejorar los ingresos a través de la comercialización de bienes o prestación de servicios, y además generando fuentes de trabajo para la sociedad.

La microempresa en el proyecto generará empleos de mejor calidad en los diferentes sectores económicos, ya que al impartir talleres se permitirá en un futuro que las personas creen luego microempresas sustentables mediante las cuales se mejorará el nivel de vida de los socios y sus familias.

### **2.2.1. CONSTITUCIÓN JURÍDICA**

***Decreto Ejecutivo No. 2086, dice: “La constitución Jurídica de la microempresa es la legalización de la misma que lleva a que la empresa empiece a existir, formando parte de el sistema productivo adicional y se regule a las leyes del estado,***

#### **Constitución de una microempresa**

- ***Escritura pública de constitución de la compañía;***
- ***Aprobación en la Superintendencia de Compañías;***
- ***Depósito de un monto de dinero en una cuenta Bancaria;***
- ***Inscripción en el Registro Mercantil ;***
- ***Los tipos de sociedades mercantiles son: nombre colectivo, comandita simple, responsabilidad limitada, anónima y economía mixta.”***

La Constitución es la autoridad en una carta magna, de un Estado, establecida para hacer y cumplir reglas, al crear una empresa o negocio, es importante que sea legalmente, para que la empresa posea un reconocimiento y tenga su autentica legalidad es decir pueda laborar, producir, comercializar y promocionar el producto o servicio libremente.

Nos permite conocer como es el proceso para constituir legalmente la empresa, y poder promocionar y comercializar libremente nuestros servicios basándose en la ley Ecuatoriana.

### **2.2.2. BASE LEGAL**

***Decreto Ejecutivo No. 2086 , dice: “La base legal es la Ley bajo la que se regulariza o guía las actividades de cierta actividad, reflejada bajo la constitución”.***

Es la guía de las leyes que impone un estado, con las cuales se deben cumplir a cabalidad para mantener una regla con la ley ecuatoriana, entonces todas las actividades que realizan los ecuatorianos deben regirse a lo que dictamina la ley antes de iniciar a trabajar en un proyecto.

En el proyecto es necesario conocer lo legal para que este funcione de la mejor manera y no haya ningún inconveniente con la creación del mismo.

### **2.2.3. COMPONENTES**

*Los componentes que una empresa debe contar una empresa son los fundamentales tenemos en una empresa para que funcione de la mejor manera la actividad que desea realizar.*

*Talento Humano:* Es el recurso es lo más valioso de una empresa las cuales va a trabajar por el desarrollo de la empresa y además debe ser un personal que goce de un buen rendimiento laboral y este con buen estado físico e intelectual para desarrollar cualquier actividad que se le encomiende.

*Recurso tecnológico:* Es un recurso que en la actualidad se ha vuelto imprescindible en todo tipo de empresa, ya que la tecnología ayuda a que la compañía pueda gestionar sus actividades con mayor rapidez, con el uso de computadoras, internet, maquinaria idónea que permita a competir en el mercado.

*Infraestructura:* Son las instalaciones físicas o los servicios necesarios con los que cuenta la empresa para poder cumplir de manera normal con sus

actividades. Por ejemplo oficinas, servicios de luz eléctrica y agua potable, entre otros.

Procesos: Son el conjunto de actividades entrelazadas que tienen como finalidad la creación de un producto, o un fin específico que se quiere alcanzar para tener un beneficio.

Bienes de capital: Es la cantidad de recursos, bienes y valores disponibles para satisfacer una necesidad o llevar a cabo una actividad definida y generar un beneficio económico o ganancia particular.

Los componente empresariales permiten tener una noción de las partes que forman la compañía, como se debe manejar cada una para mantener una armonía organizacional

#### **2.2.4. REQUISITOS**

- Registro Único de Contribuyentes; RUC es importante y necesario sacar una empresa este permiso en el SRI ya que es fundamental para empezar hacer legal y poder cumplir también con el Estado.
- Patente; Es un trámite semejante a obtener el permiso correspondiente del municipio en donde piensa desarrollar su actividad comercial. Para conseguir esta autorización debe cancelar un determinado costo, que viene a convertirse en un impuesto por iniciar su negocio o microempresa.
- Dependiendo de la actividad, requiere del permiso Sanitario; el ministerio de salud debe dar el registro oportuno dependiendo de la revisión previa al local de funcionamiento para que este marche de manera legal.
- Debe afiliarse a una de las Cámaras productivas dependiendo de la actividad. Una de las cámaras puede ser la Superintendencia de Bancos, ya que las instituciones ayudan a los pequeños y grandes



empresarios a seguir avanzando en su empresa entre otras existentes.

#### **2.2.5. CARACTERÍSTICAS Y PARTICULARIDADES DE LAS MICRO EMPRESAS**

***Rojas Anzola Servilo,pag5. Dice: “El mercado local regional es el objetivo predominante de la pequeña empresa, Esta característica depende de la habilidad del empresario par ofrecer un producto o servicio excelente o de mejor calidad en un mercado particular y así definirlo o términos geográficos, efectuando en el mercado local. Las actividades se concentran en el dueño de la pequeña empresa que es el que ejerce el control y dirección general de la misma.***

Las características principales que hay que tomar en cuenta para la ejecución de una empresa es primero saber de qué manera se va a crear la empresa, segundo que el emprendedor siendo el dueño por su propia voluntad y recursos tome la decisión de crear una actividad empresarial, tercero también importante, definir cuáles son los objetivos del por qué la creación de la microempresa.

Estas características ayudan a comprender qué es lo que vamos a utilizar en el proyecto obteniendo un buen desarrollo, al manejar una gerencia moderna, acompañada de los fundamentos más importantes de una empresa para desempeñar un rol eficaz y saber diseñar una estrategia con objetivos claros para obtener una empresa exitosa.

En el proyecto es indispensable analizar las diferentes características ya que estas ayudaran a tener un buen desempeño en el momento de la elaboración y en la ejecución del mismo.

## **2.3. TALLER OCUPACIONAL**

***Art.53 de la LISMI (Ley de Integración social del minusválido) dice:***

***“El taller ocupacional tiene como finalidad asegurar los servicios de terapia ocupacional y de ajuste personal y social a las personas con discapacidad intelectual, cuya acusada minusvalía temporal o permanente, la realización de actividades o labores ocupacionales y la prestación de los servicios de ajuste personal y social”.***

Un taller ocupacional es el lugar en donde un grupo de personas se reúnen para desarrollar las destrezas y habilidades del ser humano a través de actividades en varias aéreas como artesanal, costura, pintura entre otras que ayudan a relajarse y a sentirse más útil para la sociedad y estos talleres son impartidos por profesionales de la misma.

El proyecto les ayudará a mejorar la calidad de vida, haciéndoles sentir más útiles y también obteniendo un beneficio económico tanto para las asistentes como las personas que imparten el curso.

### **2.3.1. MANUALIDADES**

***Diccionario Océano pag.1016 dice: “ Trabajo realizado con las manos “.***

Manualidades son actividades en donde el ser humano pone en reflejo su capacidad creativa reflejada en trabajos que son realizados por sus propias manos con distintos materiales, que luego se convierten en decoraciones, joyas entre otras obras de arte.

En este proyecto nos ayudara a brindar un servicio donde las personas puedan desarrollar la destreza en sus manos y su capacidad creativa en un espacio adecuado de manera divertida y por ende relajante.

### 2.3.2. COCINA

***Diccionario Océano uno color pag.356 dice: “Lugar de la casa donde se prepara los alimentos, Apartado que proporciona calor para guisar”.***

***Enciclopedia Salvat, Tomo 5 dice:“Arte o manera especial de guisar”***

Cocina es la actividad donde se preparan todos los alimentos que son de uso diario de los seres humanos ayudando a su desarrollo físico y emocional de su cuerpo y manteniéndolo en un buen estado, por ello la cocina se puede decir que es lugar base para la subsistencia de las actividades diarias del ser humano, esta área muchas veces se puede destinar como una actividad alimenticia familiar o también como una empresa de servicios de alimentos.

Es el arte de preparar los alimentos para su posterior consumo, que es utilizado diariamente por las amas de casa. es decir el proyecto ayudara a especializar a las consumidoras para tener una mejor habilidad y poder satisfacer a su paladar.

### 2.3.3. COSTURA

***Diccionario de la lengua Española dice: “Serie de puntadas que une dos piezas cosidas”.***

***Diccionario océano una pag. 416 dice: “Acción o efecto de coser todo que esta considerándose y se halla sin acabar especialmente se es de ropa ,creación de modelos de prendas de vestir”.***

La costura es una actividad por la cual una persona puede hacer una prenda de vestir de cualquier tipo o diseño a través de la unión de telas por medio de la utilización de agujas y con la habilidad de las manos de

una persona. El ser humano desde su historia a tratado de tener un vestido para poder cubrir su cuerpo es por ende que de ahí nace la costura de prendas de vestir que día a día ha ido evolucionando obteniendo como resultado la industrialización de el vestido del ser humano, provocando que la actividad manual de la costura vaya poco a poco disminuyendo, convirtiéndose pues a la costura de dos tipos industrial y manual.

Esta técnica de la costura se la va a aplicar en este proyecto como una alternativa de enseñanza de actividades básicas, con el objetivo de que las amas de casa puedan mejorar su labor en el hogar.

## **2.4. BENEFICIARIOS**

Persona que adquiere alguna ventaja de alguna situación a su favor sea de forma directa o indirecta.

### **2.4.1. DIRECTOS**

Los beneficiarios directos son aquellos que reciben directamente la ayuda o la ventaja. En el proyecto tenemos a las amas de casa como beneficiarias directas.

#### **2.4.1.1 AMAS DE CASA**

Las amas de casa son aquellas mujeres que se encargan de realizar las actividades que mantienen a una casa en completo orden y limpieza, es decir son aquellas personas que cumplen el trabajo de servir a otras personas de un hogar para que la vida del mismo tenga armonía, por lo tanto una ama de casa vela por la limpieza de la casa, el vestido y la alimentación de otras personas.

En este caso son los beneficiarios directos ya que van a adquirir personalmente los conocimientos que el taller va a ofrecer

## **2.4.2 INDIRECTOS**

Aquellos beneficiarios que reciben alguna retribución o ayuda sin haber sido parte de la ventaja en sí.

### **2.4.2.1 FAMILIARES**

***Diccionario Océano uno pag.671 dice: “Personas emparentadas entre sí que viven juntas,”***

Los familiares son las personas que están dentro de un hogar con las que se comparten momentos especiales y se les tiene aprecio, como son hijos, esposos, padres o entre otras personas.

Los familiares son beneficiarios indirectos de este proyecto ya que reciben el beneficio de que las amas de casa vayan a realizar sus quehaceres de una mejor manera gracias a la ayuda de este centro.

## **2.5. MERCADO**

Parkin Michael, Economía, sexta edición dice: “ Mercado es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse”.

El mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta. Ambos, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado.

### **2.5.1 CONSUMO**

**www.wikipedia.com dice: “El consumo, por tanto, comprende las adquisiciones de bienes y servicios por parte de cualquier sujeto económico (tanto el sector privado como las administraciones públicas). Significa satisfacer las necesidades presentes o futuras y se le considera el último proceso económico. Constituye una actividad de tipo circular en tanto en cuanto que el ser humano produce para poder consumir y a su vez el consumo genera producción”.**

El consumo tiene que ver con la economía ya que es el factor que alienta el movimiento económico y que le otorga dinamismo. Al mismo tiempo, el consumo es un fenómeno social ya que puede transformarse en un estilo de vida y cambiar significativamente el modo en que los individuos desarrollan su día a día. El consumo también tiene que ver con el gasto, así como sucede con la energía, con un alimento, con un servicio.

### **2.5.2 COMERCIALIZACIÓN**

**es.answers dice: “El concepto de comercialización significa que una organización encamina todos sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes por una ganancia”.**

Por comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean

### **2.5.3 DEMANDA**

**Andrade Simón, Diccionario de Economía, dice "Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a**

**adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca"**

Es la cantidad de compradores o consumidores de un bien o servicio que están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido

#### **2.5.3.1 DEMANDA INSTISFECHA**

**www.mx.answers dice: " Es la demanda en la cual el público no a logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él"**

Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte por el proyecto

#### **2.5.4 OFERTA**

**El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., dice:"La oferta como "la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta"**

Son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta

### **2.5.5 PRECIO**

**Philip Kotler y Gary Armstrong, Fundamentos de Marketing, “El precio es (en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”**

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestando por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

### **2.5.6 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

**Diccionario de la Real Academia Española define el término promoción como el "conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas" y en su definición más corta, la define como la "acción y efecto de promover"**

La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para logra objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y servicios que se comercializa.

## **2.6. ESTUDIO TÉCNICO**



## **2.6.1 MACROLOCALIZACIÓN**

**Mailxmail.com . “La localización es otro tema del estudio técnico de proyecto. El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario”.**

La macrilocalización permite a través de análisis preliminar, reducir el número de soluciones posibles, descartar los sectores geográficos que no corresponden a las condiciones requeridas del proyecto.

## **2.6.2 MICROLOCALIZACIÓN**

**Plusvalia.com Micro localización: corresponde a la determinación de la ubicación específica en que operara el proyecto, en la macrolocalización seleccionada.**

Es el estudio que hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto, para instalar el proyecto siendo este que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario

## **2.7 ESTUDIO FINANCIERO**

### **2.7.1 ESTADOS FINANCIEROS**

**Según las Normas Ecuatorianas de Contabilidad NSCs, “ Los estados financieros son una representación financiera estructurada de la posición financiera y las transacciones realizadas por una empresa. El objetivo de los estados financieros de propósito general es proveer información sobre la posición financiera, resultados de operaciones y flujos de efectivo de una empresa que será de utilidad**

**para un amplio rango de usuarios en la toma de decisiones económicas”.**

**Econ. José Vázcones Arroyo Edición . Pág 166. “ Los estados financieros son el resultado del registro contable realizado en un determinado período. Constituyen el producto final de las transacciones realizadas por la empresa en ese período contable”.**

Los estados financieros también representan los resultados de la administración de los recursos confirmados a la gerencia. Para cumplir con este objetivo, los estados financieros proveen información relacionada a la empresa sobre; Activos, Pasivos, Patrimonio, Ingresos y Gastos incluyendo utilidades y pérdidas, Flujos de efectivo. Esta información, junto con otra información en las notas a los estados financieros, ayuda a los usuarios a pronosticar los flujos de efectivo futuros de la empresa y en particular la oportunidad y certeza d la generación de efectivo y equivalentes de efectivo”.

Clasificación de estados financieros:

1. Balance General
2. Estado de resultados
3. Estado de Cambios en el patrimonio
4. Estado de Flujo de efectivo.

## **2.7.2 INGRESOS**

**Para la Ley de Regimen Tributario Interno, se considera: “ Ingresos de fuentes Ecuatoriana los siguientes: los que perciban los ecuatorianos y extranjeros por actividades laborales , profesionales, comerciales, industriales, agropecuarias, mientras de servicio; las utilidades provenientes de compra venta de bienes; los beneficios o**

**regalías, las utilidades de exportación los intereses y demás rendimientos económicos, los provenientes de, loterías, herencias, legados y donaciones”.**

Los ingresos son cantidades que son pagadas o debidas a una empresa, a cambio de la venta de sus productos o prestación de un servicio. Son un mero apunte contable a distinguir de los cobros, o dinero que la empresa recibe. Las grandes empresas que realizan gran cantidad de ingresos en efectivo o en cheques en distintas sucursales, suelen pedir al banco que para cada ingreso, en extracto o en el envío incluyan un número que luego permita la rápida identificación del origen.

### **2.7.3 EGRESOS**

**Econ. José Vicente Vásquez Arroyo. Edición 2003 Quito. “Los Gastos en una Empresa son aquellos desembolsos de dinero o acumulación de cuentas por pagar, que se han realizado con el propósito de generar ingresos para la empresa y poder atender, en adecuadas condiciones, las ventas de servicios”.**

Son todos los desembolsos de efectivo directo e indirecto originadas en la adquisición de bienes y servicios. Es el decremento bruto de activos o incremento de pasivos experimentados por una entidad, con efecto de su utilidad neta, durante un periodo contable. toda compra de bienes o servicios reconoce el propósito de obtener un ingreso por medio de ella de lo contrario no se haría la compra.

### **2.7.4 DEPRECIACIÓN**

**www.depreciacion.net. “La depreciación es un reconocimiento racional y sistemático del costo de los bienes, distribuido durante su vida útil estimada, con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público. Su distribución debe**

**hacerse empleando los criterios de tiempo y productividad, mediante uno de los siguientes métodos: línea recta, suma de los dígitos de los años, saldos decrecientes, número de unidades producidas o número de horas de funcionamiento, o cualquier otro de reconocido valor técnico, que debe revelarse en las notas a los estados contables”.**

La depreciación, consiste en reconocer de una manera racional y ordenada el valor de los bienes a lo largo de su vida útil estimada con anterioridad con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público. La distribución de dicho valor a lo largo de la vida, se establece mediante el estudio de la productividad y del tiempo mediante diferentes métodos, Ver nuestro apartado de métodos de depreciación, y que deben recogerse en los libros contables

#### **2.7.5 CAPITAL DE TRABAJO**

**Enciclopedia . [www.eswikipedia.com](http://www.eswikipedia.com). “El capital de trabajo también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula como el excedente de activos de corto plazo sobre pasivo de corto plazo”.**

Suele emplearse como medida de riesgo de insolvencia de la empresa, cuando más solvente o líquida sea menos probable será que no pueda cumplir con sus deudas en el momento de vencimiento. Si el nivel de capital de trabajo es bajo indicara que su liquidez es insuficiente por lo tanto dicho capital representa una medida útil del riesgo.

## **2.8. ANÁLISIS FINANCIERO DE COSTOS**

### **2.8.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

**Jácome, Walter 2005. Pág. 82, dice que “ El Valor Actual Neto (VAN) representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite observar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma”.**

El VAN permite descontar los flujos generados a una tasa que reconozca el costo de oportunidad del dinero, de tal forma que se genera una equivalencia de los futuros a valor presente, que luego pueden compararse con el monto de la inversión inicial, la que se efectuó al inicio de las operaciones de la microempresa.

### **2.8.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

**Jácome, Walter 2005. Pág. 84 sostiene que: “La tasa Interna de Retorno es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el Van es igual a cero”.**

Es una tasa que permitirá establecer la factibilidad del proyecto, misma que permitirá igualar las entradas de efectivo en relación con la inversión del proyecto.

### **2.8.3 PERIODO DE RECUPERACIÓN**

**Jácome, Walter. Pag. 83, dice que: “El periodo de recuperación permite conocer en que tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo siempre y cuando existe certidumbre en lo pronosticado, lo cual en la realidad no es muy cierto porque las condiciones económicas son flotantes y cambiantes.”**

Es el tiempo operacional que requiere el proyecto para recuperar el valor nominal del plan de inversiones iniciales, reposiciones y ampliaciones previstas. Mientras más alto sea el coeficiente beneficio – costo y menor el periodo de recuperación se considera apropiado el proyecto.

## **2.9 COSTO PRODUCCIÓN**

***Zapata Sánchez Pedro, 2007, PAG. 8, dice:”Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar***

***su producción de bienes y servicios; se consideran aquí los pagos a los factores de la producción: al capital, constituido por los pagos al empresario (intereses, utilidades, etc.), al trabajo, pagos de sueldos, salarios y prestaciones a obreros y empleados así como también los bienes y servicios consumidos en el proceso productivo (materias primas, combustibles, energía eléctrica, servicios, etc.)”***

El costo de producción es el que agrupa los egresos que hace una empresa al momento de la elaboración de un producto, donde se tiene que tomar en cuenta los costos directos e indirectos, logrando así tener una perspectiva de cuánto cuesta realizar el trabajo, logrando calcular el precio final que tendrá el producto o la prestación del servicio de manera que este incluya la recuperación de lo que se invierte y la rentabilidad que tendrá este trabajo,

El costo en el proyecto permitirá tener un mejor panorama de lo que vamos a invertir y al mismo tiempo conocer la rentabilidad que el proyecto hecho realidad nos brindará sabiendo todos los ingresos y restando sus gastos, definiendo la verdadera ganancia que se tiene y tendrá.

## **2.10 VENTAS PROYECTADAS**

***GUÍA DE PROYECTOS CFN (Corporación Financiera Nacional). Dice: “Cuando se habla de ventas en un proyecto, es necesario establecer primordialmente la Demanda Insatisfecha, que es una de las principales variables con la que también podemos contar para saber qué cantidad de mercado insatisfecho existen, por medio de ello podemos determinar si es un mercado potencial o no, para por medio de esta herramienta implementar las ventas futuras, es decir, los ingresos proyectados con los que se determinaría un posible nivel de ingresos y si los mismos lograrían o no cubrir los costos de***

***producción que es el aspecto más importante cuando apenas estamos formando una empresa.”***

Las proyecciones de ventas es saber determinar en un proyecto cuál será la cantidad de las ventas ya que éstas representan la mayor parte de los ingresos de una institución, es decir antes de crear una empresa debemos saber cuánto va a vender al inicio y también proyectándose al futuro para saber cuánto ganaremos y de qué tamaño será y llegará hacer la empresa económicamente y si esta tiene una buena proyección de ganancia y crecimiento.

La proyección de ventas en el proyecto permitirá calcular los ingresos que se van a conseguir con el desarrollo de dicho proyecto. Es importante saber qué comprará el consumidor, cantidad y precios que se pagarán por el producto, para ello es necesario establecer metodologías y sobre todo creatividad del proyectista. Ya que así nos ayudara hacer estimaciones para darnos cuenta de que el producto va a tener la acogida deseada.

## **CAPITULO III**

### **1. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **1.1 MERCADO**

El mercado al que está enfocado el proyecto es en la ciudad de Ibarra, la población de este lugar cuenta con las siguientes características:

- Son arraigados a sus costumbres.
- Son personas tranquilas y un tanto tímidas.
- Poseen un nivel económico medio.
- Es gente amable y gentil.
- Son trabajadores y responsables
- Son personas hogareñas y dedicadas a la familia.
- Gran parte de la población sólo posee estudios secundarios.
- La mayor parte del mercado meta se encuentra entre las edades de 31 a 60 años.

Por estas características la ciudad Blanca es el lugar ideal para la implementación del taller de amas de casa, ya que contaríamos con un gran porcentaje de clientes debido a que existe gran cantidad de amas de casa, por lo que definimos a nuestro mercado meta serían mujeres entre 20 a 60 años con estudios secundarios que habiten en la parte céntrica de la ciudad de Ibarra, sean amas de casa y que tengan un nivel económico medio.



### **3.1.1. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMO**

Después de realizada la encuesta se ha obtenido que un 93% de los encuestados aceptaría el curso ocupacional para amas de casa, obteniendo así gran numero de posibles clientes lo que se convierte en una gran oportunidad para el desarrollo del proyecto.

Para poder captar este porcentaje de clientes se debe tener las características adecuadas en un servicio excelente y así atraer a los clientes correctos y en la cantidad adecuada, ya que en un inicio no se podrá cubrir toda la demanda.

### **3.1.2. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN Y SUS FACTORES LIMITANTES**

Los factores limitantes para la comercialización entre otros son:

- La falta de una buena promoción inicial del servicio, que le permita a los consumidores identificar los productos en el mercado.
- La calidad de los servicios y su relación con la percepción que tienen los consumidores de los productos de la competencia.
- Los precios y márgenes de rentabilidad de los productos con relación a los de la competencia.
- Falla en el momento de dictar el curso-taller.

### **3.2. DEMANDA**

Conocer la demanda es uno de los principales requisitos de un estudio de mercado, debido a que debemos conocer cuantas personas de nuestro segmento de mercado están dispuestas a acceder a nuestros servicios.

Por lo tanto al realizar la encuesta observamos que:

**TABLA No 21 DEMANDA**

DEMANDA	
<b>Porcentaje de aceptación del taller</b>	93%
<b>Aceptación del Precio entre \$21 a \$50</b>	34%
<b>Mujeres dentro del rango apto para el mercado meta</b>	30%
<b>Población Objetivo</b>	28.017
<b>Precio del taller</b>	\$25

Elaborado por : La autora

**Nota:** Los datos tomados para el cálculo de la demanda son tomados de la investigación de mercado.

Para obtener la demanda total del proyecto realizamos los siguientes pasos:

1.- En el cálculo del número de compradores hacemos primero un promedio ponderado entre la aceptación del servicio, la aceptación del precio y las personas ubicadas en el rango de edad que se ubica dentro de nuestro segmento que sería una multiplicación entre 93% de la aceptación del servicio, por el 34% de la aceptación del precio entre \$21 a \$50 y el 30% de las personas con la edad ubicada dentro de nuestro segmento, lo que nos da como resultado un 9,486%.

2.- Una vez obtenido el porcentaje de compradores que aceptan el servicio, lo multiplicamos por el total de la población de nuestro proyecto que es 28.017, lo que nos da como resultado 2658 compradores.

3.- Reemplazamos los valores obtenidos en la siguiente fórmula.

$$Q = nqp$$

Donde:

Q = Potencial del mercado total.

n = Número de compradores en el mercado.

q = Cantidad adquirida por un comprador promedio.

p = precio de la unidad promedio.

$$Q = 2658 * 1 * \$25$$

$$Q = \$66.450$$

Por lo tanto la demanda total del servicio sería:

- Demanda en número de compradores es 2.658 personas.
- Demanda en valores monetarios es \$66.450.
- 

### **3.2.1. FACTORES QUE DETERMINAN EL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA**

Poder adquisitivo: Los demandantes del servicio serán personas con ingresos bajos medios o altos, el precio inicial no excederá de los 20\$, ya que en la investigación de mercado este fue el precio más aceptado.

Hábitos de Consumo: Según los hábitos de consumo del segmento estudiado, nuestros clientes accederían a nuestros productos unas dos veces por año con lo que buscarían distraerse un poco y librarse de la rutina que producen los quehaceres del hogar.

Tamaño de la población: El crecimiento de la población afecta directamente a si aumenta la demanda o disminuye.

Gustos y preferencias: Este factor es uno de los principales factores que afectan la demanda, saber cuáles son las principales necesidades de los consumidores puede hacer que prefieran por consumir nuestros productos antes que los de la competencia.

### **3.2.2. DEMANDA FUTURA**

Para proyectar la demanda del proyecto se considerará como dato el resultado de la investigación de mercados realizada, además del crecimiento del sector así:

- Según la investigación de mercados, de las amas de casa entre edades de 20 a 30 años, el porcentaje de futuros clientes es: 12% este dato se lo tomo de la encuesta que se realizo.
- El crecimiento del sector educacional es de 3%, según datos oficiales del INEC del año 2011.

Por lo tanto se realiza un ponderamiento entre ambos valores para tener un dato más real entre las amas de casa y los datos del INEC multiplicando:

$$12\% \times 3\% = 0.36\%$$

El 0.36% es el dato que se tiene un porcentaje de crecimiento para hacer un promedio estimado.

Para realizar la proyección de la demanda a 5 años se utilizará la demanda actual que es de 2.658 y se la incrementará en 0,36%, en base a la siguiente fórmula:

$$P_n = P_o(1 + i)^n$$

Donde:

P<sub>o</sub>= Población de compradores.

$P_n$ = Población de compradores estimada.  
 $i$ = tasa de crecimiento.  
 $n$ = años.

Obtenemos los siguientes resultados.

**TABLA No22 Demanda Futura**

DEMANDA FUTURA	
AÑOS	PROYECCIÓN
2011	2.658
2012	2.668
2013	2.678
2014	2.688
2015	2.698

Elaborado por: la Autora

### 3.2.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Actualmente no existe una empresa que realice o dé cursos específicamente como los que ofrece el taller de amas de casa, pero se ha tomado como referencia la competencia que ofrece servicios similares a los que se quiere ofrecer con el taller de amas de casa, por lo tanto la demanda insatisfecha, se va a calcular con la siguiente fórmula:

$$DI = D - O$$

**Donde:**

**DI:** Demanda Insatisfecha

**D:** Demanda

**O:** Oferta

TABLA No23 Demanda Insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA	
DEMANDA	2.658 personas
OFERTA	1.255 personas
DEMANDA INSATISFECHA	1.403 personas

Elaborado por: la Autora

Como se pudo determinar en la encuesta, se tienen un alto porcentaje que le gustaría que exista este tipo de taller con una respuesta del 98%, es decir que el mercado necesita el servicio. A pesar de la existencia de centros que tienen productos similares y tienen una aceptación en el mercado no han logrado cubrir un grupo importante en el mercado, convirtiéndose los mismos en la demanda insatisfecha.

### 3.3. OFERTA

Para el cálculo de la oferta se tomara en cuenta información obtenida directamente de la competencia, es importante mencionar que no existe el servicio conjunto que el taller de amas de casa va a ofrecer, pero se analizará los servicios similares a los que la empresa amas de casa va a brindar.

A continuación detallaremos la lista de competidores con la estimación de los consumidores de dichas empresas:

**TABLA No24 Oferta**

		<b>CONSUMIDORES TOTAL</b>	<b>CONSUMIDORES DE PRODUCTOS SIMILARES</b>
<b>1</b>	SECAP	1.429	450
<b>2</b>	DEYASA	1.500	105
<b>3</b>	CAPACITACIÓN CALIDAD DE VIDA	1.333	150
<b>4</b>	TALENTO Y DESARROLLO	1.143	300
<b>5</b>	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	250	250
	<b>TOTAL</b>	<b>5.655</b>	<b>1255</b>

Elaborado por: la Autora

Una vez que he detallado los competidores, se analizará los servicios que ofrecen cada una de las empresas, y los consumidores que asisten a las mismas.

**TABLA No25 Servicios del Centro de Capacitación SECAP**

<b><u>SERVICIO ECUATORIANO DE CAPACITACIÓN PROFESIONAL - SECAP</u></b>	
<b>CURSOS</b>	<b>CONSUMIDORES</b>
<b>Motivación Personal</b>	200
<b>Cocina</b>	150
<b>Manualidades</b>	100
<b>Total Consumidores</b>	<b>450</b>

Elaborado por: la Autora

De la empresa SECAP de 100% de 1429 personas que asisten y el 0.38% que es 450 personas que asisten a cursos similares al nuestro.

**TABLA No26 Servicios del Centro DEYASA**

<b><u>DEYASA</u></b>	
<b>CURSOS</b>	<b>CONSUMIDORES</b>
<b>Motivación Personal</b>	105
<b>Total Consumidores</b>	105

Elaborado por: la Autora

De la empresa DEYASA del 100% de 1500 personas que asisten y el 0.08% que son 105 personas asisten a cursos similares al nuestro.

**TABLA No27 Servicios de capacitación Calidad de Vida**

<b><u>CAPACITACIÓN CALIDAD DE VIDA</u></b>	
<b>CURSOS</b>	<b>CONSUMIDORES</b>
<b>Motivación Personal</b>	150
<b>Total Consumidores</b>	150

Elaborado por: la Autora

De la empresa CAPACITACIÓN CALIDAD DE VIDA de 100% de 1333 personas que asisten y el 0.15% que es 150 personas asisten a cursos similares al nuestro.



**TABLA No28 Servicios del capacitación Talento y Desarrollo**

<b><u>TALENTO Y DESARROLLO</u></b>	
<b>CURSOS</b>	<b>CONSUMIDORES</b>
<b>Motivación Personal</b>	300
<b>Total Consumidores</b>	300

Elaborado por: la Autora

De la empresa TALENTO Y DESARROLLO de 100% de 1143 personas que asisten y el 0.31% que es 300 personas asisten a cursos similares al nuestro.

**TABLA No29 Servicios del capacitación Universidad Técnica del Norte**

<b><u>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE</u></b>	
<b>CURSOS</b>	<b>CONSUMIDORES</b>
<b>Motivación Personal</b>	250
<b>Total Consumidores</b>	250

Elaborado por: la Autora

De la empresa UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE de 100% de 250 personas que asisten y el 100% asisten a cursos similares al nuestro.

Con los datos obtenidos siendo un valor total de las empresas competidoras es 5605 que es el 100% y los datos mediante observación

directa e investigación, se ha encontrado que la oferta es de 1.475 que es el 0.26% de consumidores.

### **3.3.1. FACTORES QUE DETERMINAN EL COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA**

*Incursión de nuevos competidores:* Las barreras de entrada para este mercado no son específicas, podrían decirse que son casi nulas por lo que personas con los conocimientos suficientes, enfocados a un segmento específico, con la capacidad de obtener recursos y con el suficiente empeño por realizar su propia empresa, podrían hacerlo.

*Precio:* El precio de los productos o servicios es uno de los aspectos más influyentes en la oferta puesto que si en el mercado se establecen precios más bajos o altos, esto afecta a la utilidad en la reducción o el incremento de clientes, lo que afecta a su vez la producción.

### **3.3.2. NÚMERO Y PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS OFERENTES**

El mercado al que nos enfocamos es bastante delicado, necesita mucha atención de las empresas hacia sus clientes, ya que se debe tener especial cuidado de cómo vamos a llegar a los consumidores y satisfacer de la mejor manera sus necesidades más urgentes dentro de nuestro ámbito, ofreciendo en sí un valor agregado, que permita dar un servicio completo que llegue a ser difundido entre los conocidos de nuestros clientes, utilizando así el marketing de boca en boca la cual debe ser una de las herramientas más útiles en la industria.

Los oferentes en el ámbito de capacitación son varios, pero tenemos limitadas empresas que se dedican a dar talleres a amas de casa, debido a que se toma como un tema muy superfluo, sin pensar que las amas de casa también necesitan un estímulo para seguir realizando el trabajo tan sacrificado que día a día lo realizan, y que no tiene mayor recompensa,

por eso las empresas que se encuentran en el mercado de capacitación de amas de casa son demasiado preocupados por dar la mayor calidad en cada una de sus actividades.

### **3.3.3. OFERTA FUTURA**

La oferta futura se incrementará de acuerdo con el negocio vaya aumentando las ventas, y se vaya ofreciendo un servicio mucho más eficiente con un valor agregado mayor, donde se junte la creatividad con la calidad, dando así una característica atractiva, que nos permita mejorar las instalaciones y expandir el negocio.

### **3.4. PRODUCTO / SERVICIO**

Las estrategias que implementaremos para el servicio serán:

Planificar cada taller de tal forma que permita a los clientes relajarse y disfrutar de lo que está aprendiendo, y que esto al final le sirva para poder desarrollarse económicamente.

Desarrollar e implementar un plan de mejora e innovación del servicio, que permita la diferenciación en el mercado, aumentando la demanda de nuestro servicio.

Realizar alianzas estratégicas con los proveedores de las herramientas para el desarrollo de habilidades manuales, técnicas, de costura y cocina.

#### **3.4.1. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO**

El servicio que se brindará es un taller para amas de casa que beneficiará tanto al cliente como a sus allegados, ya que se impartirán conocimientos sobre actividades domésticas que tienen como cliente a la familia en sí.

### **3.4.2. CARACTERÍSTICAS SERVICIO**

El Servicio destinado a amas de casa va a ser un taller que brinde conocimientos sobre habilidades manuales, técnicas y domesticas, las cuales van a ser utilizadas en los quehaceres domésticos.

Los talleres durarán 2 horas de las mañanas, tardes y noches de cada semana, para así poder adaptarnos a la disponibilidad de tiempo de nuestros clientes.

Los talleres estarán enfocados a desarrollar habilidades manuales, técnicas, culinarias de las amas de casa.

El enfoque de los talleres será el de distraer de su rutina diaria a los clientes y brindarles conocimientos y ayudar a que su autoestima mejore, haciendo ver que su trabajo es uno de los más importantes para el desarrollo de la familia.

La ubicación para dar los talleres será en el centro de la ciudad.

### **3.4.3. CALIDAD DE SERVICIO**

Nuestro servicio será de alta calidad ya que serán ajustados a las necesidades de nuestros clientes, se realizará un seguimiento para medir la satisfacción del cliente y así innovar en la temática de los talleres y crear fidelidad en el cliente.

Se capacitará constantemente al personal, para que brinde un mejor servicio al cliente.

Tendremos siempre las herramientas necesarias para que los clientes puedan desarrollar sus actividades correctamente.

Realizaremos eventos especiales en fechas especiales

#### **3.4.4. CLASIFICACIÓN POR SU USO / EFECTO**

El servicio de curso-taller de amas de casa se clasifica como un servicio suntuario, por lo que si los ingresos de nuestros clientes disminuyen, este servicio será uno de los primeros que se deje de adquirir, además puede verse afectado si los clientes deciden enfocar su capacitación a una materia más atractiva.

#### **3.4.5. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS / SUSTITUTOS**

Los servicios complementarios con los que contaremos serán:

- Se brindará servicios de ayuda matrimonial en caso de que haya mujeres con problemas matrimoniales.
- Tendremos asesoría psicológica.

Los servicios sustitutos son todos aquellos que se adquieren en vez del nuestro, por lo que son talleres especializados en otras materias que den un mayor rédito económico en el futuro.

#### **3.4.6. NORMATIVIDAD SANITARIA, TÉCNICA Y COMERCIAL.**

La higiene será total tanto en los locales para la impartición de los cursos-talleres.

Sólo se aceptará el número de personas adecuado que alcancen en las instalaciones, sin quitar comodidad para nuestros clientes.

### **3.5. COMERCIALIZACIÓN**

Cualquier estrategia de mercadeo, cuenta con varios factores que se interrelacionan y actúan conjuntamente. La estrategia es dirigida al

mercado cuando ha sido conducido tratando con el presente, ganando una ventaja competitiva y encontrando la estrategia correcta que se ajuste entre las capacidades organizacionales y las oportunidades del medio externo.

### **3.5.1. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

Los canales de comercialización que utilizara serán:

Directos: Ya que no existirán intermediarios entre la entrega del servicio y el cliente, además se utilizará una estrategia de distribución intensiva, donde alcanzaremos el mayor número de ventas posibles atrayendo la mayor cantidad de clientes posibles.

### **3.5.2. POLÍTICAS DE VENTA Y PRECIO.**

Definir un precio competitivo en el mercado que compense los beneficios otorgados.

Se utilizará una estrategia para precio de espuma creciente, por lo que al principio el precio será bajo, recibiendo utilidad mínima se irá creciendo conforme aumente la demanda y la imagen de la empresa.

No se aceptará más clientes de los que se puede capacitar.

Siempre Velar por la satisfacción del cliente.

Se premiará la fidelidad del cliente con descuentos o promociones.

Siempre que exista un problema, informar inmediatamente tanto el problema, como una posible solución.

### **3.5.3. DISTRIBUCIÓN FÍSICA**

Al poseer un servicio, la distribución física no aplica, ya que nuestros clientes son los que se acercan a nuestras instalaciones para recibir los talleres o cursos.

### **3.5.4. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

Para que los consumidores conozcan nuestro producto, realizaremos eventos en sitios estratégicos como mercados, lugares de concentración artesanal, parques, en donde se invitará a medios de comunicación locales para que publiciten los eventos.

En estos eventos se debe cuidar la imagen de la empresa y utilizar promociones acertadas para captar clientes.

Realizaremos planes de seguimiento para verificar la eficiencia de nuestro servicio.

Se tendrá pautas comerciales en prensa y radio, ya que son los medios más utilizados en este sector.

Además se realizará marketing para llegar a nuestros consumidores específicos.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1 Introducción:

El estudio técnico se realizará con la finalidad de identificar el lugar de fácil accesibilidad para captar el mayor mercado posible y obtener una distribución física funcional del personal de la organización y de los clientes de tal manera que se podrá manejar y optimizar de manera adecuada los recursos materiales, económicos y financieros.

##### 4.1.1 Objetivo del estudio técnico.

Determinar el lugar de fácil accesibilidad para captar el mayor mercado posible.

Realizar concurso de merecimiento con la finalidad de obtener mano de obra calificada, con cualidades de paciencia, seguridad en sí mismo, valores humanos y sociales, de gran sensibilidad, que sean muy activos, participativos, predispuestos al cambio y al trabajo en equipo.

Distribuir adecuadamente la infraestructura de tal manera que cada área se encuentre equipada con materiales e implementos modernos, necesarios para la impartición adecuada de los talleres de amas de casa.

Identificar qué materiales se utilizan con mayor frecuencia y la disponibilidad en el mercado.

##### 4.1.2 Describir los elementos a tratar en el estudio técnico.

**Disponibilidad de espacio físico.-** Se cuenta con el espacio y la infraestructura adecuada para prestar el servicio, el cual se considera como una localización óptima para los talleres ya que se encuentra en un lugar céntrico de la ciudad de Ibarra lo cual permitirá captar el mayor



mercado posible, donde se cuenta con la provisión adecuada de servicios básicos e instalaciones amplias que permitirán llevar a cabo este proyecto y de esta manera se verán satisfechas las necesidades de los clientes potenciales.

**Disponibilidad de mano de obra.-** Tanto la mano de obra directa e indirecta que integren el servicio de talleres para amas de casa deberá cumplir con estrictos requisitos y con un perfil específico acorde con las funciones que va a realizar ya que se hará una selección minuciosa y mediante concurso de meritos.

**Disponibilidad de materia prima.-** Para brindar un servicio de taller para amas de casa en la ciudad de Ibarra, se requiere del eje principal del negocio que serían los clientes, ya que a la falta de esta pieza tan importante el proyecto se paralizaría y no se pudiera continuar con el desarrollo de las actividades normales del taller de amas de casa.

**Capacidades de servicio.-** Con la finalidad de brindar una óptima enseñanza, donde se debe desarrollar un adecuado cronograma para la educación y el aprendizaje óptimo para los clientes.

## **4.2 Aspectos Geográficos**

Ibarra (nombre completo: San Miguel de Ibarra), está ubicada en la región andina al norte del Ecuador, llamada también como "la ciudad a la que siempre se vuelve". Ibarra, es la capital de la provincia de Imbabura. La cual se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia.

Ibarra cuenta con una historia que viene desde la época de los Incas, e incluso antes, cuando los Quitus y Caranquis dominaban, pasando por la dominación española y posteriormente los vestigios de la lucha por la libertad. Todos éstos hechos tienen testigos materiales que son atractivos

turísticos potenciales, y no sólo eso, Ibarra también goza de paisajes exuberantes; y al ser multicultural y multirracial, un simple vistazo para tomar un tradicional helado de paila o pan de leche conforma una experiencia muy agradable. Todo esto sumado con los servicios, como la gran variedad de infraestructura hotelera, la convierten también en un lugar atractivo para alojarse dentro de la provincia.

Entre la comida típica de esta ciudad destaca el consumo de una amplia variedad de maíces, habas, quinua, chochos, mellocos, ocas, etc. También cabe mencionar que es parte de la dieta tradicional las papas. Existe una bebida típica conocida como chapo que se realiza mediante la mezcla de harina cebada denominada máchica, panela y agua.

Son tradicionales los helados de paila, los cuales se preparan en pailas de bronce. Estos helados fueron inventados por Rosalía Suárez, alrededor de 1897, y es tradicional degustarlos en la heladería que lleva su nombre, ubicada en el centro de la ciudad. El arrope de mora es otro de los dulces típicos de esta ciudad, el cual es un jarabe dulce de mora.

### **4.3 Macro-localización del Proyecto**

El proyecto en estudio se, tiene una Macro localización comprendida en la ciudad de Ibarra, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, País Ecuador.

#### **4.3.1 Justificación**

El curso taller para amas de casa estará localizado en la ciudad de Ibarra, en la parte céntrica de la ciudad de Ibarra en las calles Oviedo y Chica Narváez redondel Cabezas Borja que permitirá captar un mayor número de demandantes tanto del Cantón como de sectores aledaños, además que se cuenta con local de propiedad de un familiar.

El local donde se piensa implantar la nueva unidad productiva reúne todos los requisitos necesarios en relación al espacio, provisión de servicios básicos e instalaciones amplias que permitirán un excelente desenvolvimiento y desarrollo de los talleres sin ningún problema, cumpliendo con las expectativas del proyecto y satisfaciendo las necesidades de nuestros usuarios, el cual le vamos a cancelar un mínimo arriendo.

#### 4.4 Micro-localización del Proyecto

Para seleccionar la micro localización realizamos la siguiente matriz:

**TABLA No 30 Ubicación Lugar**

FACTORES	PUNTAJE	CENTRO DE IBARRA		NORTE DE IBARRA	
		0 - 1	TOTAL	0-1	TOTAL
Preferencia de los clientes	8	0,9	7,2	0,8	6,4
Disposición de materiales	3	0,7	2,1	0,6	1,8
Facilidad de llegada para los clientes	7	0,6	4,2	0,5	3,5
Transporte en la zona	5	0,8	4	0,6	3
			17,5		14,7

Elaborado por: la Autora

El mejor lugar para localizar al proyecto se localiza en el centro de la ciudad, obtenido el mejor puntaje dentro de la calificación dependiendo de los factores especificados.

Estará localizado en la ciudad de Ibarra, en la parte céntrica de la ciudad de Ibarra en las calles Oviedo y Chica Narváez redondel Cabezas Borja que permitirá captar un mayor número de demandantes tanto del Cantón como de sectores aledaños.

#### **4.5 Infraestructura**

El taller de amas de casa contará con un área de 88 metros cuadrados en cada piso, teniendo en total dos pisos de un edificio en total 176 metros cuadrados de construcción las mismas que serán adecuadas para prestar un servicio que satisfaga las necesidades y las expectativas del cliente.

Se contará con el espacio distribuido de la siguiente manera.

Piso 1:

- Aula de cocina 40 m<sup>2</sup>.
- Aula de clase 16 m<sup>2</sup>.
- Baño 8 m<sup>2</sup>.
- Recepción 6 m<sup>2</sup>.

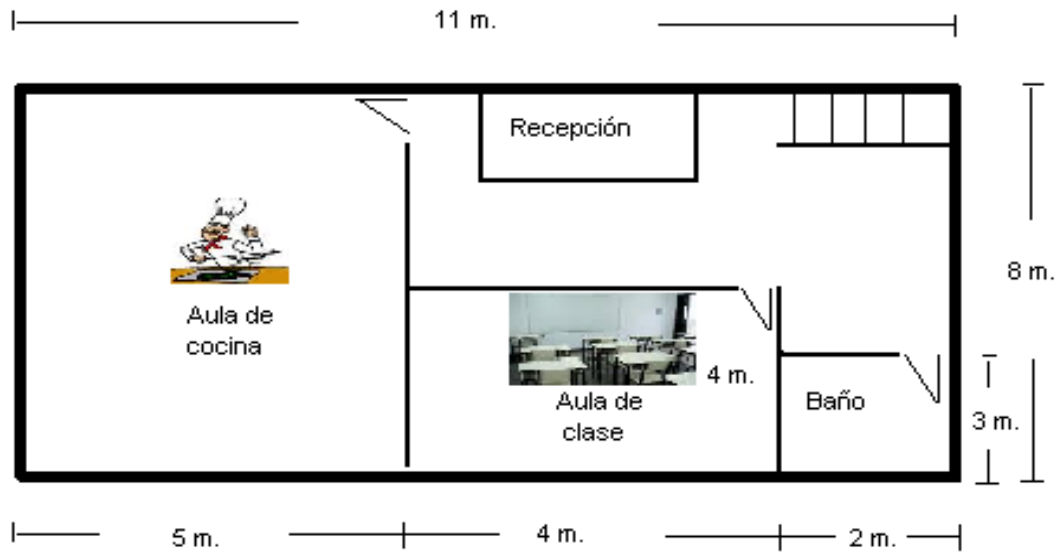
Piso 2

- Marketing 16.5 m<sup>2</sup>.
- Baño 2 m<sup>2</sup>.
- Contabilidad 16 m<sup>2</sup>.
- Administración 16 m<sup>2</sup>.

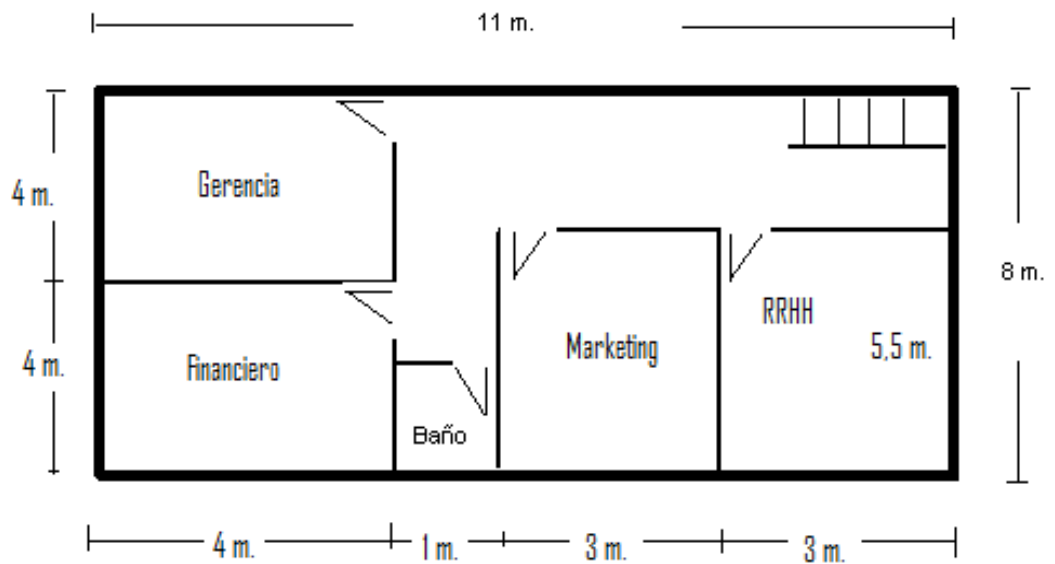
La distribución de los departamentos sería:

## GRAFICO No 19 Plano Infraestructura

### Primer piso



### Segundo Piso



Elaborado por: la Autora

#### 4.6. Especificaciones técnicas del servicio.

##### 4.6.1 Especificaciones de los suministros o Materia Prima

Como materia prima o recurso esencial para poder poner en marcha el negocio son los capacitadores o docentes, ya que sin ellos las clases del curso taller no se puede impartir.

Por lo tanto el perfil que necesitamos para los docentes que van a dar clases en el curso taller es:

**TABLA No31 Perfil del Docente**

<b>PERFIL DEL DOCENTE</b>	
<b>Materia</b>	<b>Perfil</b>
Cocina	<ul style="list-style-type: none"><li>- Título de Chef.</li><li>- Conocimientos básicos sobre docencia y expresión oral.</li></ul>
Cuidado del hogar	<ul style="list-style-type: none"><li>- Conocimientos sobre cuidado del hogar.</li><li>- Conocimientos básicos sobre docencia y expresión oral.</li></ul> <p>( En esta clase se puede utilizar a un docente de otra materia, capacitándolo para que posea los conocimientos adecuados como para desempeñar el cargo).</p>
Manualidades	<ul style="list-style-type: none"><li>- Costurera o sastre.</li><li>- Conocimiento sobre manualidades básicas (diseño de pulseras, construcción de cadenas, etc).</li></ul>
Desarrollo Personal	<ul style="list-style-type: none"><li>- Título en psicología.</li><li>- Especialidad de desarrollo personal y mejoramiento de autoestima.</li></ul>

Elaborado por: la Autora

Las aptitudes que los docentes deben manejar en común son:

- El docente debe expresarse en un lenguaje comprensible, esforzarse por realizar un proceso de re contextualización de los conocimientos que los haga interesantes y apropiables y reconocer las reglas de la comunicación que se establecen en el aula, esto es, reflexionar sobre las relaciones que introduce y las pautas que se siguen en esas relaciones.
- El docente debe estar comprometido con su tarea y su saber, y que este compromiso sea visible para sus alumnos.
- Tener las ganas de compartir sus conocimientos.
- Conocer las herramientas conceptuales y metodológicas básicas de las disciplinas.

#### **4.6.2 Especificaciones del servicio terminado**

El servicio será capaz de acoger a las amas de casa que necesiten una distracción, a la vez que reciban una capacitación para servir mejor a su familia y tener una nueva perspectiva en la vida y del servicio que se da en el hogar.

- El servicio será capaz de motivar a las amas de casa teniendo como motivador la importancia y esencialidad que tiene su trabajo en el desarrollo familiar, esto se hará a través de una Clase de desarrollo personal en el que se tratará acerca de cómo elevar su autoestima, el cómo disfrutar de su trabajo y como mantener un clima de paz en el hogar, una situación que hoy en día es esencial para mantener unida a la familia.
- La siguiente clase será el cuidado del hogar, donde se especifica pequeños tips de cómo mantener la casa en orden y de cómo hacerlo

más rápido, además de otras recomendaciones para cuidar la ropa y los que se utiliza a diario, teniendo como punto final el manejar el presupuesto del hogar y como hacer que los miembros de la familia ayuden sin las protestas comunes que se tienen de los hijos. En esta clase se harán talleres demostrativos de los temas de clase pertinentes.

➤ La cocina es el siguiente punto del taller, uno de los más importantes del hogar, en esta clase se dará a conocer nuevas recetas, sencillas con alimentos comunes y el secreto de la sazón para deleitar el gusto de todos los familiares y así llevarlos a que siempre pidan un poco más, además de nuevos tips de cómo hacer más con menos, la clase de cocina será 2 días.

➤ Por último se tiene las clases de manualidades, donde se realizara artesanías menores como pulseras.

Las pulseras que se pueden enseñar son las de tipo Pandora, etc, se dará una lista de las pulseras con sus imágenes para que escojan entre clase, poniendo en práctica la creatividad de los clientes.

Los programas de clase serán desarrollados con la intervención de los profesionales del campo y que ellos son los que llevarán a cabo el servicio y los que tienen los conocimientos suficientes como para saber los temas y contenidos que se van a desarrollar en clase, ver propuesta en el ANEXO 2.

Este es el servicio con el fin de formar amas de casa íntegras que sean el pilar fundamental para el desarrollo familiar y así social, y que puedan disfrutar del trabajo tan necesario y sacrificado en el que solo se tiene como retribución la sonrisa y formación de los hijos.



#### 4.7 Selección y descripción de la maquinaria y equipos

Para poder realizar correctamente las actividades dentro del taller de amas de casa se necesitará:

**TABLA No32 Descripción de equipo**

<b>Oficinas (Administración, Marketing, Contabilidad, y Secretaría – Recepción)</b>	
<b>Usos</b>	<b>Equipos</b>
Oficina para la gerencia y sala de reuniones informativa	Escritorios, sillas, archivadores, pizarrón, equipos de computación e impresoras, teléfonos

Elaborado por: la Autora

**TABLA No33 Descripción equipo cocina**

<b>Aula de cocina</b>	
<b>Usos</b>	<b>Equipos</b>
Impartición de las clases de cocina	3 Cocinas 1 con horno, extintor de incendios, licuadora, batidora, microondas, utensilios de cocina varios.

Elaborado por: la Autora

**TABLA No34 Descripción del equipo del aula**

<b>Aula</b>	
<b>Usos</b>	<b>Equipos</b>
Enseñanza, desarrollo de destrezas y habilidades	Mesas de trabajo, pizarrón, sillas,

Elaborado por: la Autora

#### 4.7.1 Descripción la maquinaria y equipo especificando cantidad

**TABLA No35 Selección Maquinaria**

<b>MAQUINARIA</b>	<b>CANTIDAD</b>
Cocina sin horno	2
Horno	1
Equipo de cocina	1
Extintor de incendios	2
Microondas	1
Licuadaora	1
Batidora	1

Elaborado por: la Autora

**TABLA No36 Selección de equipos**

<b>EQUIPOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>OFICINA</b>	
Teléfono Fax Panasonic.	2
Teléfono	3
Agujas para tejer	10
<b>COMPUTACIÓN</b>	
Computador P-IV, 2.4 GH	4
Impresor LEXMARK	1

Elaborado por: la Autora

**TABLA No37 Selección de muebles y enseres**

<b>MUBLES Y ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>
Escritorio	1
Sillas	18
Pupitres	18
Mesas computadora	4
Archivador	4
Pizarrones	5

Elaborado por: la Autora

#### **4.7.2 Requerimiento de materiales**

Para un correcto funcionamiento y desempeño en las clases los materiales a utilizar serán:

**TABLA No38 Detalle de suministros y gastos**

<b>SUMINISTROS Y OTROS GASTOS</b>
Suministros de oficina
Gasto Publicidad

Elaborado por: la Autora

**TABLA No39 Detalle material Directo**

MATERIALES DIRECTOS	
MATERIALES DIRECTOS	CANTIDAD
CLASE CUIDADO DEL HOGAR	
Telas	1 retazo
Detergente	1 funda
Materiales de limpieza	1 unidad
CLASE DE MANUALIDADES	
Hilo Nylon	1 rollo
Hilo de Silicona	1 rollo
Hilos de cobre	1 rollo
Ajugas de Tejer	1 pares
Mullos	1 caja
Lentejuelas	1 caja

Elaborado por: la Autora

**Nota:** Los alimentos a utilizarse en las clases de cocina deben traer los estudiantes, así como los cuadernos para tomar notas y esferos.

Las cuentas o granito o canutillo es un gasto que corre por cuenta de los estudiantes.

Cabe recalcar que o se realiza un gasto en hilos o en lana dependiendo de lo que los estudiantes decidan aprender en su clase.

#### **4.7.3 Requerimiento de Servicios Básicos**

Los servicios básicos que se van a necesitar en el desarrollo y la impartición de los talleres son:

- Luz: Que permita el funcionamiento de los aparatos electrónicos que se necesitan en los talleres y para visualizar las actividades que se desarrollan.
- Agua: Se utilizará agua al momento de dar las clases de cocina y de cuidado del hogar.
- Internet: Se ha colocado al Internet como servicio básico ya que es un medio importante para la captación de conocimientos.

## **4.8 INGENIERÍA DEL PROYECTO**

El objetivo del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento del Taller, que permitirá la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles.

### **4.8.1 Flujo grama del Proyecto**

#### **Diagrama de flujo “Taller de amas de casa”**

##### **Operación**

- 1 Cliente llega.
- 2 Secretaria -Recepcionista saluda
- 3 Se da detalladamente el informe sobre clases, horarios, precios y condiciones
- 4 ¿ El Cliente acepta el servicio?
- 5 Si el cliente no desea el servicio sale
- 6 Cliente acepta el servicio
- 7 Si el cliente desea el servicio realiza el pago de inscripción.
- 8 Cliente da dinero para la inscripción
- 9 Se proporciona el recibo del pago y comprobante de inscripción.
- 10 Se da el cronograma de actividades y lo materiales que se va a utilizar en cada clase.
- 11 Impartición de clase de clase de desarrollo personal
- 12 Impartición de clase de clase de Cuidado del Hogar
- 13 Impartición de clase de clase de arte culinaria

- 14 Impartición de clase de clase de manualidades
- 15 Se hace una pequeña prueba de satisfacción con el servicio al cliente
- 16 El cliente finaliza el curso
- 17 Fin de curso el cliente sale satisfecho

### **Transporte**

- 1 El día de inicio del curso cliente se transporta al aula para recibir clases de desarrollo personal
- 2 El siguiente día el cliente se traslada al aula para clase de cuidado del hogar
- 3 El siguiente día el cliente se traslada al aula de cocina para clase de arte culinaria
- 4 Pasado dos días se traslada al aula al aula para clase de manualidades.

### **SÍMBOLO.**

Operación



Transporte

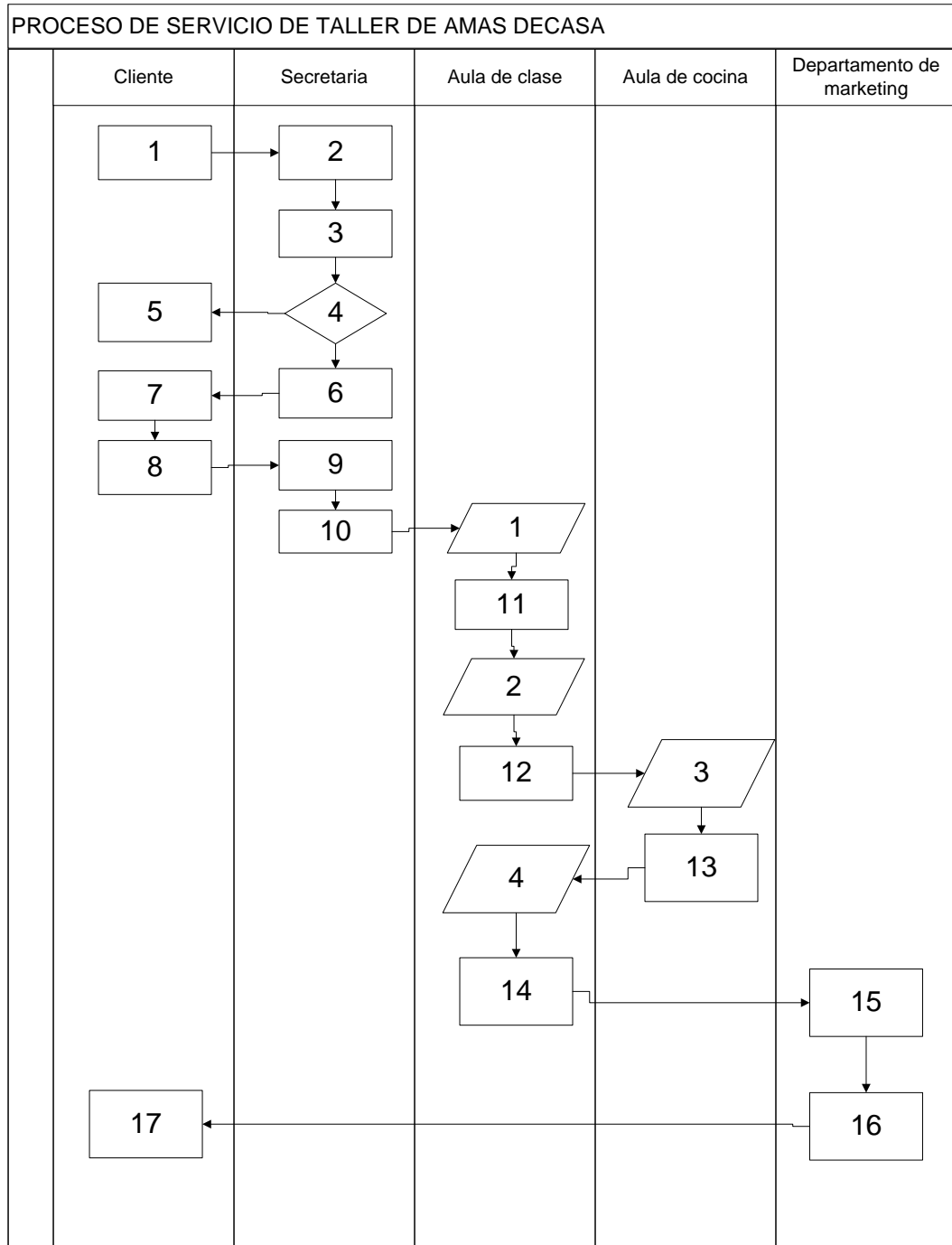


Verificación



## GRÁFICO No 20 Flujo Grama de Proyectos

### Flujo grama del Proyecto



Elaborado por: la Autora

#### 4.9 Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto es la coyuntura entre tamaño de la empresa con la disponibilidad de materiales y el acogimiento de los clientes.

Por lo tanto vemos que los materiales y equipos a utilizar están completamente disponibles en el mercado, hay gran variedad de proveedores y a precios muy cómodos.

El acogimiento del proyecto por parte de los clientes es alto, lo que se ve reflejado en la investigación de mercados.

Por otro lado la capacidad instalada de la empresa es:

Se tiene 1 aula que pueden recibir a 18 estudiantes, para así poder dar la clase correctamente y atender las inquietudes de los estudiantes, ya que demasiados estudiantes es difícil responder todas las inquietudes y problemas de ellos.

Se cuentan con diferentes horarios en los que se puede atender a 18 personas por cada una, cada clase constara de 2 horas al día, el curso completo durará una semana entera, los horarios son los siguientes:

**TABLA No 40 Horario de Talleres**

HORARIOS DE IMPARTICIÓN DE TALLERES	
LUNES A VIERNES	HORARIO
Mañana	10 a 12 am
Tarde	15:30 a 17:30
Noche	19:15 a 21:15 pm

Elaborado: Por la autora

Pudiendo así atender en total a 54 personas a la semana, 216 personas mensuales y 2.592 personas al año.



Comparando con la demanda de 28017 personas que se tiene en el proyecto, sólo se puede captar un 90% de la demanda actual, debido a que la capacidad inicial del negocio no permite captar la totalidad de clientes.

## CAPITULO V

### 5. PROPUESTA ESTRATEGICA

Permitirá organizar al personal por departamentos en donde cada uno tendrá un lugar y funciones específicas que debe cumplirse de acuerdo a un cronograma de actividades.

#### 2.5 Aspectos Institucionales

Aquí se especifica la organización y su base filosófica.

##### 5.1.1 Nombre o Razón Social

El nombre es el que va a identificar a la empresa, y se posicionará en la mente del consumidor, llevándolos a optar por adquirir los servicios de la empresa posicionada en la mente del consumidor. Los nombres comerciales que han adquirido gran valor a lo largo de los años generan grandes utilidades cuando se la sabe manejar bien.

Por lo que se ha elegido como nombre o razón social el de: **“Centro de Capacitación Femenina Los Lagos”**

##### 5.1.2 Base Legal

El taller de amas de casa es una institución que se dedica al servicio de la sociedad está basada en leyes y principios el cual cuenta con la Reglamentación adecuada en el SRI, con su respectivo RUC, y el Municipio de la ciudad de Ibarra contando con el permiso de las instituciones.

### 5.1.3 Base filosófica

El taller de amas de casa está basado en una filosofía por valores, adoptando una filosofía de gestión, que busca que los integrantes de la organización se comprometan actuando de manera coordinada y coherente respecto a la filosofía empresarial.

#### ➤ Principios

**Orientación al mercado:** Satisfacer las necesidades de los consumidores y clientes.

**Orientación a resultados y eficiencia:** Ser consistentes en el cumplimiento de los objetivos, optimizando los recursos y utilizando el menor costo posible.

**Flexibilidad:** Actuar oportunamente ante los cambios del entorno, siempre guiados por la visión, misión, principios y valores.

**Innovación:** Tener una actitud proactiva ante la generación de nuevas tecnologías y productos. Poseer la disposición a aprender, gerencia y difundir el conocimiento.

**Trabajo en equipo:** Fomentar la integración de equipos con el propósito de alcanzar metas comunes.

#### ➤ Reconocimiento continuo al logro y la excelencia:

Fomentar y reconocer constantemente entre los trabajadores la excelencia y la orientación al logro. Mediante los siguiente Valores:

**Compromiso:** Involucramiento total del personal con la organización con el fin de cumplir con los objetivos de la empresa.

Transparencias: Honestidad en todas las actividades, evitando perjudicar a las demás personas.

Eficiencia: Todo el personal debe trabajar íntegramente en la búsqueda de la calidad total para alcanzar la eficiencia y ofrecer un servicio que satisfaga completamente las necesidades d los clientes.

Atención al cliente: Siempre enfocados a cumplir la atención y mejoramiento continuo al cliente; a través de la satisfacción de sus necesidades para lograr la lealtad de los mismos.

➤ **Misión**

“Capacitar y formar amas de casa de la ciudad de Ibarra, llevándolas a ser el punto base para el desarrollo de la familia que será el núcleo del crecimiento de la sociedad.”

➤ **Visión**

“Para el año 2016, ser líder en capacitación a amas de casa, ofreciendo servicios que permitan desarrollar a nuestro mercado meta de forma integral, apoyando al desarrollo familiar que se convierta en el punto base para el crecimiento de la sociedad.”

➤ **Objetivos Corporativos**

**Financieros**

Establecer un margen de utilidad en relación a los costos que nos permita tener un desarrollo económico - financiero y que justifique la inversión.

## **Cliente**

Crear un plan estratégico de mercadotecnia que permita a la organización mejorar los procesos, acercarse más a los clientes conociendo sus necesidades claves y su comportamiento para así ofrecer productos enfocados más en las necesidades de ellos.

## **Interna**

Estructurar un sistema de gestión estratégica competitivo basado en una administración por procesos que permita maximizar las ventajas de la empresa entre sus competidores.

## **Crecimiento y Aprendizaje**

Mantener un personal capacitado al mejor nivel, que aporte a la gestión institucional y se mantenga identificado y motivado realizar sus actividades, para así dar un servicio de calidad.

### ➤ ***Estrategia Corporativa***

- Estrategia de competitividad

La estrategia utilizada es la del especialista, ofreciendo un servicio focalizado al desarrollo de la familia a través de las amas de casa.

- Estrategia de desarrollo

En esta parte se aplicará la estrategia de diferenciación ya que se desea ofrecer un producto con características únicas, innovando a cada momento.

- Estrategia de crecimiento intensivo

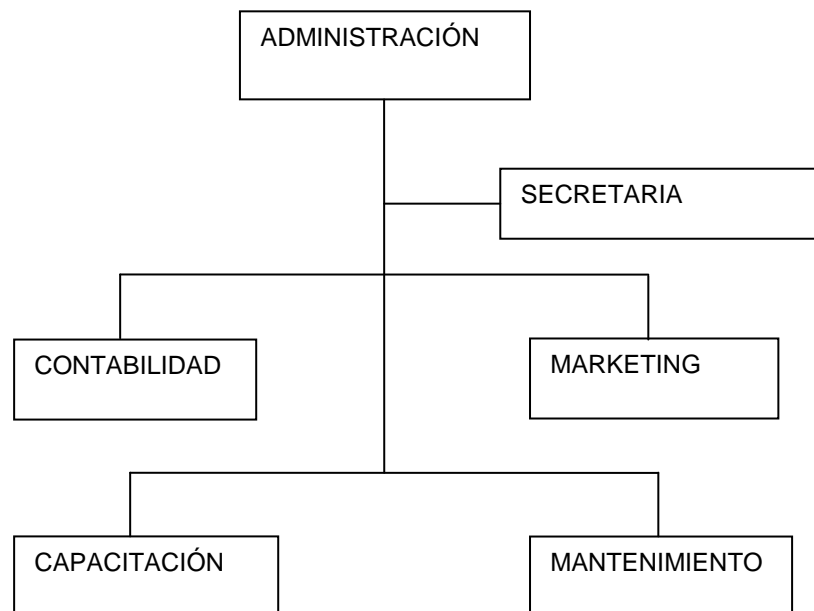
Desarrollo del servicio, ya que nos enfocamos en dar un servicio de excelencia que nos identifique siempre, tratando de innovar en cada taller que se imparta.

Mantener a la organización como un eje de capacitación especializada en formar amas de casa de excelencia, que se sientan realizadas con el trabajo que hacen y así mejore la situación con su familia.

## 5.2 La Organización

Se ha establecido una estructura en base a las necesidades de la empresa con las funciones que los empleados han de desempeñar.

### GRÁFICO No 21 Organigrama



Elaborado por: la Autora

#### 5.2.1- Administración:

##### Objetivo del Cargo:

En el departamento de Administración promueve el desarrollo de la institución por medio del control, la Planificación, La Organización, la dirección y la evaluación de cada una de las actividades para que de esa forma se pueda lograr los objetivos de la empresa.

## **Perfil Profesional**

- **Requisitos Académicos**

Título profesional en administración de empresas.

Conocimientos Básicos en: Contabilidad y Economía.

Relaciones públicas.

Psicología industrial y laboral.

Informática.

Inglés.

Marketing.

- **Experiencia Laboral**

Dos años trabajando en cargos similares.

## **Funciones.**

- Representar legalmente a la empresa.
- Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar actividades operativas y administrativas.
- Planificar y llevar a cabo el programa de labores que realiza la empresa.
- Elaborar contratos laborales de acuerdo a la ley.
- Definir estrategias adecuadas para la optimización de recursos.
- Llevar permanentemente un programa de evaluación del desempeño de cada uno de los empleados en su respectivo cargo.
- Manejar y optimizar de mejor manera los recursos de la institución.

### **5.2.2. Secretaria**

#### **Objetivo del Cargo:**

Brindar la atención necesaria y cordial al cliente para satisfacer cualquier inquietud y también llevar el registro necesario con una buena

administración de los fondos y las inscripciones para los cursos que se brindan en la institución.

## **Perfil Profesional**

- **Requisitos Académicos**

Título profesional en Secretariado Ejecutivo.

Conocimientos Básicos en: Contabilidad.

Relaciones públicas.

Informática.

Inglés.

- **Experiencia Laboral**

Un año trabajando en cargos similares.

## **Funciones.**

- Dar información detallada sobre clases, horarios, precios y condiciones de los talleres que se brindan y demás actividades que realiza la institución.
- Realizar las inscripciones respectivas a los cursos.
- Cobrar por los servicios que brinda la empresa.
- Entregar los comprobantes de inscripción
- Entrega de cronograma de actividades y material que se va a utilizar en cada clase y que debe traer el usuario.
- Realizar una lista de las personas inscritas y pasar a los respectivos docentes para el registro de asistencia.
- Archivar Documentación respectiva.
- Pasar el reporte de caja al departamento de contabilidad.
- Llevar una agenda telefónica.
- Colaborar con cualquier departamento cuando el servicio lo requiera.



### **5.2.3. Contabilidad**

#### **Objetivo del cargo**

En este departamento el personal realiza el trabajo de llevar de manera correcta los estados financieros de la empresa y realizar toda transacción económica coordinando las actividades con la secretaria y demás departamentos de la institución y entregando los reportes a la administración.

#### **Perfil Profesional**

- **Requisitos Académicos**

Título profesional en Contabilidad y Auditoría.

Conocimientos Básicos en: Administración.

Tributación

Informática.

Economía.

- **Experiencia Laboral**

Un año trabajando en cargos similares.

#### **Funciones.**

- Recibir y registrar el ingreso de las inscripciones del curso
- Registrar todos los gastos realizados en la empresa.
- Registro y pago de facturas a proveedores.
- Revisión de la cuenta bancaria.
- Preparar analizar y emitir informes presupuestos
- Realizar y analizar todos los Balances financieros.
- Realización de roles de pago con todos sus anexos.

- Control de proyectos financieros.
- Efectuar los cierres de caja una vez concluido el día
- Informar de la planificación, ejecución y resultados de las acciones de contabilidad.
- Revisión analítica de mayores
- Retención en la fuente
- Reporte mensuales de las tareas realizadas por la institución (tareas obligatorias y adicionales)
- Supervisar y controlar todas las operaciones contables.
- Brindar asesoría en aspectos contables y tributarios.
- Proponer estrategias y políticas en el ámbito contable
- Elaboración y pago de nómina de empleados
- Elaboración de planillas de IESS
- Avisos de entrada y salida IESS
- Evaluar y controlar el avance del presupuesto
- Coordinar con todas las áreas de la institución para la elaboración del presupuesto
- Planificar y coordinar la realización de inventarios físicos.
- Proponer políticas de control interno.
- Elaborar plan de cuentas.
- Elabora el flujo de caja mensual.
- Realización de conciliaciones bancarias.
- Controlar evaluar y analizar sistemas de costos.
- Vigilar la buena presentación del personal a su cargo.
- Solicitar la reposición oportuna de útiles de oficina necesarios para el mayor desarrollo del trabajo
- Optimizar los recursos materiales que le han sido asignados.
- Realizar las declaraciones respectivas de los impuestos al tiempo indicado.
- Elaborar informes y reportes que el jefe inmediato solicite.

## 5.2.4. MARKETING

### Objetivo del Cargo.

Dar a conocer la empresa a través de la publicidad para que los cursos de capacitación sean promocionados y las personas se decidan a asistir a recibir el curso de capacitación y también poder promover un buen desarrollo de los mismos.

### Perfil Profesional

- **Requisitos Académicos**

Título profesional en Marketing

Conocimientos Básicos en: Diseño.

Comunicación social

Relaciones públicas.

Comercio.

Informática.

Economía.

Inglés.

- **Experiencia Laboral**

Un año trabajando en cargos similares.

### Funciones.

- Crear un diseño para venta de la empresa.
- Llevar la publicidad de la empresa en radio, prensa y televisión para ofertar nuestro servicio.
- Realizar campañas de publicidad por medio de entrega de volantes en los lugares de afluencia de personas.
- Visitas a los hogares de la ciudad para promocionar los diferentes cursos.

- Controlar por medio de pruebas y evaluaciones que los asistentes estén conformes en el transcurso de sus talleres.

#### **5.2.5.- Capacitación.**

##### **Objetivo del cargo.**

Brindar los conocimientos adecuados a los participantes del taller para que ellos puedan aprender de la mejor manera y así se sientan satisfechos con el servicio.

##### **Perfil Profesional Capacitador Cocina**

- **Requisitos Académicos**

Título profesional Gastronomía

Conocimientos Básicos en: Docencia

Expresión Oral.

Idiomas

Informática

- **Experiencia Laboral**

Un año trabajando en cargos similares.

##### **Perfil Profesional Capacitador Cuidado del Hogar.**

- **Requisitos Académicos**

Título profesional en diseño e interiores

Conocimientos Básicos en: Docencia

Expresión Oral.

Idiomas.

Informática.

- **Experiencia Laboral**

Seis meses trabajando en cargos similares.

### **Perfil Profesional Capacitador Manualidades**

- **Requisitos Académicos**

Título de Bachillerato en Corte y confección

Conocimientos Básicos en: Docencia

Expresión Oral.

Informática

Elaboración de pulseras.

- **Experiencia Laboral**

Seis meses trabajando en cargos similares.

### **Perfil Profesional Capacitador Desarrollo Persona**

- **Requisitos Académicos**

Título profesional Psicología

Conocimientos Básicos en: Docencia.

Expresión Oral.

Inglés.

Informática.

Motivación personal

- **Experiencia Laboral**

Un año trabajando en cargos similares.

### **Funciones.**

- Receptar malla curricular y preparar su clase.
- Llevar el control diario de asistencia de los participantes.
- Impartir las clases teóricas y prácticas al horario respectivo.
- Reportar las novedades a la secretaría.

### **5.2.6.- Mantenimiento**

#### **Objetivo del cargo.**

Promover en la empresa el buen desarrollo de las actividades por medio de conservar en buen estado las instalaciones de la misma, y así brindar una buena y acogedora imagen.

#### **Perfil Profesional**

- **Requisitos Académicos**

Título de Bachillerato

Conocimientos Básicos en: Limpieza y aseo.

Cocina.

Expresión Oral.

- **Experiencia Laboral**

Tres meses trabajando en cargos similares.

#### **Funciones.**

- Limpieza de las instalaciones.
- Mantener en orden los materiales de trabajo de la empresa.
- Cuidar los materiales de aseo.
- Controlar que los muebles se encuentren en buen estado.
- Estar a disposición de cualquier departamento cualquier servicio que sea requerido.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTUDIO ECONÓMICO

#### 6.1. Presupuestos

Es la previsión de gastos e ingresos para un determinado lapso, por lo general un año. Permite a las empresas establecer prioridades de gasto e inversión y evaluar el resultado de los mismos.

##### 6.1.1. Presupuestos de Inversión

Es una propuesta de acción técnico económica que nos ayudará a resolver las necesidades de nuestro proyecto.

**Tabla No 41 PRESUPESTO DE INVERSIÓN**

INVERSIONES	VALOR TOTAL (\$)
<b>a. INVERSIONES FIJAS</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Maquinaria	1687,00
Muebles y enseres	1570,00
Equipos de oficina	6202,00
<b>TOTAL</b>	<b>9459,00</b>
<b>b. INVERSIONES DIFERIDAS</b>	
<b>ACTIVOS NOMINALES</b>	
Gastos de constitución	600,00
Estudio técnico	1.400,00
<b>TOTAL</b>	<b>2000,00</b>
<b>c. CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Materiales directos	441,60
Suministros y otros gastos	3000,00
Servicios Básicos	900,00
Sueldos	22240,03
Total	26581,63
<b>TOTAL DE INVERSIONES DEL PROYECTO</b>	<b>38040,63</b>

Elaborado por: La autora

### 6.1.2. Presupuesto de Ingresos

Para calcular el presupuesto de ingresos del proyecto, tomamos en cuenta las ventas calculadas de la siguiente forma:

En cada curso puede recibir a 18 personas por horario, los cuales están distribuidos en la mañana tarde y noche, a la semana tres cursos atendiendo de 54 personas, el curso dura 2 horas al día y el curso completo se dictaran 10 horas semanales por curso y por los tres cursos son 30 horas a la semana, distribuidas en la semana:

4 horas de cocina, 2horas cuidado del hogar, 2horas manualidades, 2 horas motivación.

El costo del curso es de 25,00 por persona y si divididos para cada clase es de 5,00 que es una mínima inversión .

En cada horario tenemos 18 personas, teniendo un ingreso de 450 por curso y en la semana contamos con 54 clientes un ingreso en la semanal de 1.350 esto por tres cursos que se dan semanales, mensual y anual esta explicado en la tabla siguiente:

**TABLA No 42 Ingreso por curso**

INGRESOS POR CURSO						
	Lunes a Viernes	horas al día	horas a la semana	Personas asistentes	Valor por persona	Valor por curso
Horario para para acceder al curso	Mañana	2	10	18	25	450
	Tarde	2	10	18	25	450
	Noche	2	10	18	25	450
Total curso semanal		<b>6</b>	<b>30</b>	<b>54</b>	<b>25</b>	<b>1350</b>
Total curso mensual		24	120	216	25	<b>5400</b>
Total curso anual				2592	25	<b>64800</b>

Elaborado por: La autora



El número de clientes por curso se va a mantener de 18 personas en vista de que el local es tiene capacidad para esta cantidad de personas.

Las ventas que se realizan el primer año es de 25 USD por persona, el resto de los año suben un 3.40% por cliente que acude al curso ya que la inflación crece a este porcentaje, es por esta razón que los ingresos se incrementan.

**TABLA No 43 Ventas**

<b>VENTAS</b>			
<b>Años</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Total</b>
	<b>De Usuarios</b>	<b>Precio Unitario</b>	
<b>2011</b>	2592	25,00	64800,00
<b>2012</b>	2592	26,00	67392,00
<b>2013</b>	2592	27,00	69984,00
<b>2014</b>	2592	28,00	72576,00
<b>2015</b>	2592	28,58	74079,36

Elaborado por : La autora

### **6.1.3. Presupuesto de Egresos**

Para detallar los egresos tenemos las siguientes tablas especificando precios y costos:

#### **6.1.3.1 Materiales Directos**

Los materiales directos están distribuidos en las clases de cuidado del hogar y manualidades esto va a utilizar el instructor para enseñarles y está hecho un presupuesto mensual de 36.8, el valor por curso es de 9.2 y por cada persona que asiste es 0.18 centavos, en cuanto a la cocina cada uno de las participantes debe traer para proceder a realizar la

presentación y la capacitación no necesita MD ya que aquí le imparte el capacitador.

**TABLA No 44 Costo de Materiales Directos**

<b>MATERIALES DIRECTOS MENSUALES</b>			
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO PROMEDIO/ UNITARIO (\$)</b>	<b>COSTO TOTAL (\$)</b>
<b>CLASE CUIDADO DEL HOGAR</b>			
Telas	1 retazo	2,00	2,00
Detergente	1 funda	0,50	0,50
Materiales de limpieza	1 unidad	2,00	2,00
<b>CLASE DE MANUALIDADES</b>			
Hilo Nylon	1 rollo	1,00	1,00
Hilo de Silicona	1 rollo	1,00	1,00
Hilos de cobre	1 rollo	1,00	1,00
Ajugas de Tejer	1 pares	0,25	0,25
Mullos	1 caja	1,00	1,00
Lentejuelas	1 caja	1,00	1,00
TOTAL MD POR SEMANA			<b>9,2</b>
total por curso	9,2/3		3,07
total por cliente	3,07/ 17		0,18
<b>TOTAL MD MENSUAL</b>			<b>36,8</b>
<b>TOTAL MD ANUAL</b>			<b>441,6</b>

Elaborado por: La autora

### 6.1.3.2 Maquinaria

**TABLA No 45 Costo maquinaria**

<b>Maquinaria</b>			
<b>MAQUINARIA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO \$</b>	<b>VALOR TOTAL \$</b>
Cocina sin horno	2	400	800
Horno	1	250	250
Equipo de cocina	1	400	400
Extintor de incendios	2	16	32
Microondas	1	130	130
Licuadaora	1	45	45
Batidora	1	30	30
<b>TOTAL MAQUINARIA</b>			<b>1687</b>

Elaborado por: La autora

### 6.1.3.3 Equipos de Oficina

**TABLA No 46 Costo de equipo de oficina**

<b>Equipos de oficina</b>			
<b>EQUIPOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>OFICINA</b>			
Teléfono Fax Panasonic.	2	226	452
Teléfono	3	150	450
<b>COMPUTACIÓN</b>			
Computador P-IV, 2.4 GH	6	800	4800
Impresor LEXMARK	1	500	500
<b>TOTAL EQUIPOS</b>			<b>6202</b>

Elaborado por: La autora

#### 6.1.3.4 Muebles y enseres

**TABLA No 47 Costo muebles y enseres**

<b>Muebles y enseres</b>			
<b>Muebles y Enseres</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Escritorio	5	60	300
Sillas	18	14.4	260
Pupitres	18	21.7	390
Mesas computadora	4	80	320
Archivador	4	25	100
Pizarrones	5	40	200
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>1570</b>

Elaborado por: La autora

#### 6.1.3.5 Servicios Básicos

Los servicios Básicos tiene un valor anualmente es 900 de los cuales se designa por curso es 6.25, por cliente va a pagar por este gasto 0.38 USD.

**TABLA No 48 Servicios Básicos**

<b>SERVICIOS BASICOS ANUALES</b>	
Agua	300
Luz	240
Teléfono	240
Internet	120
Total Anual	<b>900</b>
Total por curso	<b>6.25</b>
Total por cliente	<b>0.38</b>

Elaborado por: La autora

### 6.1.3.6 Depreciación

La depreciación se calcula según los años de vida que tiene cada uno de los rubros donde:

- Maquinaria tiene 10 años de vida útil.
- Equipo de cómputo tienen 3 años de vida útil.
- Muebles y enseres tiene 10 años de vida útil.

Por lo tanto se tiene una depreciación diferente para los años 1, 2 y 3 con relación a la depreciación de los años 4 y 5, ya que el equipo de cómputo se deprecia solo en 3 años.

**TABLA No 49 Depreciación**

<b>DEPRECIACIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>AÑOS DEPRECIACION</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>
Maquinaria	1687	10 años	168,70
Equipos de computación	5300	3 años	1766,67
Muebles y enseres	1570	10 años	157,00
<b>Depreciación año 1-3</b>			2092,37
<b>Depreciación año 4 y 5</b>			325,70

Elaborado por la autora

En las Depreciaciones tenemos 1-3 años un costo de 2092.37 y se destina por cada curso 14.53 e individual será 0.85. Y de 4 a 5 años de 325,70 se destinara por curso 2.26 e individual es de 0.13.

### 6.1.3.7 Remuneraciones

La remuneración de personal es un valor fijo se la cancela mensualmente es de 1512,00, más todas las bonificaciones por ley de es 1853.34 anuales para la cancelación de este rubro se destina 9.08 por persona que asisten al curso, en el primer año no se toman en cuenta los fondos de reserva se paga a partir del segundo año que prestan los servicios. En el segundo año se va a incrementar un 3.40% en sus ingresos más el fondo de reserva.

Ver porcentaje de incremento de sueldos en el ANEXO 3.

**TABLA No 50 Remuneración personal fijo**

<b>REMUNERACIONES</b>			
<b>Personal</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Total sueldo con Benef. Mensual</b>	<b>Total sueldo con Beneficios Anual</b>
Gerente	380	460,14	5.521,68
Secretaria	264	326,39	3.916,70
Mercadólogo	264	326,39	3.916,70
Contador	340	414,02	4.968,24
Conserje	264	326,39	3.916,70
<b>TOTAL</b>	<b>1512</b>	<b>1.853,34</b>	<b>22.240,03</b>

Elaborado por: La autora

El valor de las remuneraciones total se sacó a través de un Roll de pagos ver ANEXO 4.

### 6.1.3.8 Mano de obra Directa

Los docentes están contratados para un año para trabajar horas y será cancelado hora trabajada hora pagada teniendo derecho a todas las bonificaciones por ley. El sueldo establecido para los docentes , el cual se lo pagará por mes son 40 horas cada hora a 8.00 que se destina del rubro del cliente de 0.60 que se cancela al instructor.

**TABLA 51 Registro horas de Trabajo Docentes**

<b>REGISTRO HORAS DE TRABAJO MOD.</b>							
<b>Docentes</b>	<b>Hora por curso</b>	<b>Hora a semanal</b>	<b>Hora a la mensual</b>	<b>Hora a anual</b>	<b>Ingreso semanal</b>	<b>Ingreso mensual</b>	<b>Ingreso anual</b>
Cocina	4	12	48	576	96	384	4608
Manualidades	2	6	24	288	48	192	2304
Cuidado del hogar	2	6	24	288	48	192	2304
Desarrollo personal	2	6	24	288	48	192	2304
	<b>10</b>	<b>30</b>	<b>120</b>	<b>1440</b>	<b>240</b>	<b>960</b>	<b>11520</b>

Elaborado por: la autora

**TABLA No 52 Mano de Obra Directa**

<b>Docentes</b>	<b>sueldo</b>	<b>Total sueldo con Benef. Mensual</b>	<b>Total sueldo con Beneficio Anual</b>
Cocina	384	464,75	5577,02
Manualidades	192	243,38	2920,51
Cuidado del hogar	192	243,38	2920,51
Desarrollo personal	192	243,38	2920,51
<b>Total</b>	<b>960</b>	<b>1194,88</b>	<b>14338,56</b>

Elaborado por: la autora

Los sueldos más beneficios de ley se los saca atreves de un roll de pagos ver ANEXO 6.

### 6.1.3.9 EGRESOS

Una vez detallados todos los gastos construimos la siguiente tabla unificando los egresos:

Los egresos que se van a utilizar en la ejecución del proyecto tenemos un total 43.034.76 en el año 2011 a este valor lo sacamos por mes es 3586.2, el valor por curso es de 298.9 el gasto que vamos a tener por cliente 16.60.

**TABLA No 53 Egresos**

<b>EGRESOS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 2011</b>	<b>AÑO 2012</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>
<b>GASTOS DE ADMNISTRACION</b>					
Remuneraciones	36.578,59	40.292,12	41.662,06	43.078,57	44.543,24
Depreciación	2.092,37	2.092,37	2.092,37	325,70	325,70
Servicios Básicos	800,00	820,00	840,00	860,00	880,00
Arriendo	100,00	110,00	121,00	133,10	146,41
Materiales y suministros	441,60	459,26	477,63	496,74	516,61
<b>Total gastos administrativos:</b>	<b>40.012,56</b>	<b>43.773,75</b>	<b>45.193,06</b>	<b>44.894,11</b>	<b>46.411,96</b>
<b>GASTOS EN VENTAS</b>					
Propaganda y publicidad	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
<b>Total gastos de ventas</b>	<b>1.800,00</b>	<b>1.800,00</b>	<b>1.800,00</b>	<b>1.800,00</b>	<b>1.800,00</b>
<b>COSTO FINANCIERO</b>					
Intereses	1.222,20	976,25	717,69	445,89	160,19
<b>Total costos financieros</b>	<b>1.222,20</b>	<b>976,25</b>	<b>717,69</b>	<b>445,89</b>	<b>160,19</b>
<b>TOTAL EGRESOS :</b>	<b>43.034,76</b>	<b>46.550,00</b>	<b>47.710,75</b>	<b>47.140,00</b>	<b>48.372,15</b>
<b>Total por cliente</b>	<b>16.60</b>	<b>18.00</b>	<b>18.40</b>	<b>18.20</b>	<b>18.70</b>

Elaborado por: la autora



## 6.2. Capital de Trabajo

La inversión de capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados.

El cálculo del capital de trabajo se lo hará mediante el método de ciclo de caja, tomando 5 días para la obtención de ingresos.

**TABLA 54 Capital de Trabajo**

<b><u>DESEMBOLSOS ANUALES</u></b>	
Materiales directos	441.6
Suministros y otros gastos	3000
Servicios Básicos	900
Sueldos	22240.03
<b>TOTAL</b>	<b>26581.63</b>

Elaborado por: la autora

La formula usada para calcular el capital de trabajo es:

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{\text{Ciclo de caja}}{360 \text{ días}} * 30 \text{ días}$$

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{\$25341,6}{360 \text{ días}} * 30 \text{ días}$$

*Capital de trabajo= \$2215,14*

### 6.2.1. Activos fijos

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles, y servirán para el funcionamiento de la nueva empresa.

**TABLA 55 Activos Fijos**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Maquinaria	1687
Muebles y enseres	1570
Equipos de oficina	6202
<b>TOTAL</b>	<b>9459</b>

Elaborado por: la autora

### **6.2.2. Activos intangibles**

Son las inversiones en activos diferidos que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, en los que se ha incurrido, para el desarrollo del proyecto de pre-factibilidad para la creación de la empresa y los gastos legales que implica la confirmación jurídica de la empresa que se creará para operar el proyecto.

**TABLA 56 Activos Diferidos**

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de constitución	600
Marcas y patentes	300
Legalización	300
Estudio técnico	1400
<b>TOTAL</b>	<b>2000</b>

Elaborado por: la autora

Los gastos de constitución integran los rubros:

- Marcas y patentes
- Gastos por procedimientos de legalización y constitución de la empresa

### 6.2.3. Cronograma de Inversiones

Debido a la naturaleza del negocio, los equipos a utilizar no tendrán un desgaste muy acentuado, por lo que en los 5 primeros años no se realizarán inversión en maquinarias ni equipos de cómputo.

Una vez transcurrido los cinco años de vigencia del proyecto se analizará la posibilidad de una expansión mediante una investigación de mercado, además de incrementar la línea de productos que va a ofrecer la empresa.

### 6.3. Fuentes de Financiamiento

Para la implantación del taller para amas de casa se ha establecido un inversión de 38040.63 de los cuales, los propietarios del negocio son los que realizarán aportaciones equivalentes a 30% lo que significa un valor de \$ 11.412.18. Por otro lado el valor restante para le implementación del taller para amas de casa correspondiente al 70% equivalente a \$26628.44 a ser financiado por un crédito de la corporación financiera nacional en un plazo de 5 años a una tasa de 5% anual:

**TABLA 57 Financiamiento**

<b>MEDIANO PLAZO</b>	
CAPITAL	26628.44
INTERES	5%
PLAZO anual	5 años
Plazo mensual	60 meses

Elaborado por: la autora

El financiamiento mensualmente se en cuenta en la tabla de amortización detalla ver en el ANEXO 6.

### 6.4 Estados Financieros

Los estados financieros se requieren principalmente para realizar evaluaciones y tomar decisiones de carácter económico.

Representan una herramienta básica para un análisis financiero que permita tener un conocimiento completo de la empresa, de tal forma que se pueda evaluar las áreas de mayor solvencia, estabilidad y rentabilidad.

#### 6.4.1 Estado de Resultados

**TABLA No58 Estado de Resultados**

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
	<b>Año 2011</b>	<b>Año 2012</b>	<b>Año 2013</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>
VENTAS	64.800,00	67.392,00	69.984,00	72.576,00	74.079,36
(-)COSTO VENTAS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)UTILIDAD BRUTA VENTAS	64.800,00	67.392,00	69.984,00	72.576,00	74.079,36
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	40.012,56	43.773,75	45.193,06	44.894,11	46.411,96
(-) GASTOS VENTAS	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
(=)UTLIDAD EN OPERACION	22.987,44	21.818,25	22.990,94	25.881,89	25.867,40
(+) OTROS INGRESOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) GASTOS FINANCIEROS	1.222,20	976,25	717,69	445,89	160,19
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS y participaciones	21.765,24	20.842,00	22.273,25	25.436,00	25.707,21
(-15%) PART TRABAJADORES	3.264,79	3.126,30	3.340,99	3.815,40	3.856,08
(=) UTLIDAD ANTES DE IMPUESTOS	18.500,46	17.715,70	18.932,27	21.620,60	21.851,13
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	4.625,11	4.428,92	4.733,07	5.405,15	5.462,78
(=) UTILIDAD NETA	13.875,34	13.286,77	14.199,20	16.215,45	16.388,35

Elaborado por: la autor

## 6.4.2 Flujo De Efectivo

Tabla No 59 Flujo de Efectivo

<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>						
		<b>Año 2011</b>	<b>Año 2012</b>	<b>Año 2013</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>
UTILIDAD NETA		13875,34	13286,77	14199,20	16215,45	16388,35
(+) DEPRECIACION		2092,37	2092,37	2092,37	325,70	325,70
(+) AMORTIZACION						
(=) RECURSOS DE OPERACIÓN		15967,71	15379,14	16291,57	16541,15	16714,05
(-) PAGO DE CAPITAL DEL PRESTAMO		4.807,90	5.053,89	5.312,45	5.584,25	5.869,95
(+) VENTA DEL ACTIVO FIJO						9459,00
(+) RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO						2215,14
(=) FLUJO NETO DE FONDOS	-38040,63	11159,81	10325,25	10979,12	10956,90	22518,23

Elaborado por: la autora

### 6.4.3. Determinación de la tasa de Redescuento

La inversión de los socios será 30% considerándose al capital del 4.53% que es la tasa pasiva y al financiada será del 70% restante de la inversión la misma que tiene una tasa del 8.17%.

**Tabla No 60 TASA DE REDESCUENTO**

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE	TASA PONDERACIÓN	TASA PONDERADA
Recursos Propios	11412,19	30%	4,53%	0,01359
Recursos Financieros	26628,44	70%	8,17%	0,05719
	38040,63	100%	12,70%	0,07078

$$(1+0,07078)(1+0,0894)^{-1} = 0,167*100 = 16.65$$

De donde:

Costo oportunidad	0,0708
Riesgo país	0,0894
Tasa de Redescuento	16,65%

**FUENTE: Banco Central del Ecuador**

### 6.5. Evaluación Financiera

Permite evaluar los resultados económicos del proyecto, mediante el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio costo y el periodo de recuperación de la inversión

### 6.5.1. Criterios de Evaluación

Mediante la aplicación de varios criterios se puede conocer si el proyecto es o no recomendable

#### Valor Actual Neto

Permite traer a valor presente los flujos proyectados, es decir actualizar mediante una tasa.

A la sumatoria de los mismos se les restará la inversión inicial, con el fin de conocer si el proyecto es o no recomendable.

$VAN = \text{Valor presente de flujos positivos de efectivo} - \text{Inversión inicial}$

$$VAN = \text{Valor presente de flujos de efectivo} - \text{Inversión Inicial}$$

$$VAN = 65.939.31 - 38040.63$$

$$VAN = 2.374,75$$

Observamos que el valor presente es mayor a la inversión inicial por lo tanto el VAN es de 2.374,75 es mayor que cero, alcanzando a cubrir todos los gastos y obteniendo utilidad por lo tanto el proyecto es viable.

#### Tasa Interna de Retorno

Constituye otro método de descuento muy utilizado para evaluar inversiones. Se define como la tasa de descuento que el valor actual neto sea cero es decir que el valor presente de las entradas de efectivo o flujo de fondos, será exactamente igual a la inversión realizada.

$$TIR = T1 + (T2 - T1) \frac{V1}{V1 - V2}$$

**Donde:**

TIR = tasa interna de retorno

T1 = tasa de descuento inferior

T2 = tasa de descuento superior

V1 = valor actual neto a la tasa de descuento inferior

TIR = 19.05%

La TIR en el presente proyecto es igual a 19.05%, la cual ha sido calculada en base a los flujos anuales proyectados, por lo que la tasa interna de retorno es mayor a la TMAR (16.65%), lo que indica que el proyecto presenta ganancias y debe poner en marcha el mismo.

**Período de recuperación de la Inversión**

El plazo de recuperación real de una inversión es el tiempo que tarda exactamente en ser recuperada la inversión inicial, basándose en los flujos que genera cada período de vida útil.

$$PRC = \frac{Io}{FNC ANUAL}$$

$$PRC = \frac{38040.63}{65939.31}$$

$$PRC = 4,6$$

Este valor indica el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, por lo que tenemos que la misma será recuperada en 4 años con 6 meses



## Relación Beneficio/Costo

Este método utiliza los mismos flujos descontados y la inversión utilizada en el cálculo de la tasa interna de retorno y el valor actual neto.

La estimación de la inversión se la obtiene cuando se divide el total de ingresos traídos a valor actual, para el total de egresos traídos a valor actual

$$RBC = \frac{TIR * Flujo de fondos actualizado}{Inversión Inicial}$$

$$RBC = \frac{0,16 * 65393.31}{38040.64}$$

$$RBC= 1.06$$

El valor obtenido demuestra que por cada dólar invertido se recuperará 0,06 centavos de dólar.

### 6.5.2. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar cuál es la cantidad mínima que se debe vender del producto o servicio para no tener ni pérdidas ni gastos.

Este punto de equilibrio se calcula con la siguiente fórmula:

$$PE = CF + \frac{CV}{V} PE$$

$$PE = 39526,66 + \frac{1341,6}{\$64800} PE$$

$$PE = \$40362.31$$

De esta manera encontramos el punto de equilibrio en dólares, por lo que proseguimos a calcular el punto de equilibrio en cantidad de clases dictadas de la siguiente manera:

$$PE \text{ ser} = \frac{PE\$}{PV}$$

$$PE \text{ ser} = \frac{\$40.362,31}{25}$$

$$PE \text{ ser} = 1614.49$$

### **Análisis de Sensibilidad**

Permite conocer el impacto que tendrán las diversas variables en la rentabilidad del proyecto. Si el resultado es sensible significa que los criterios de evaluación se ven afectados en igual porción al incremento/disminución de la variable, si el resultado del análisis es muy sensible, se da cuando los criterios de la variable, ante cual amerita el planteamiento de estrategias para evitar el impacto negativo de cada una de las variables.

**TABLA No 61 Análisis de sensibilidad**

	<b>RESUMEN DE SENSIBILIZACIONES:</b>				
<b>CONCEPTOS:</b>	<b>Variación %</b>	<b>TIR %</b>	<b>VAN</b>	<b>RB/C</b>	<b>EVALUACIÓN</b>
Aumento de costos M.P	10%	-18%	6061,48	1,17	<b>NO SENSIBLE</b>
Disminución de ingresos	-10%	-30%	-45201,64	-0,19	<b>MUY SENSIBLE</b>
Aumento salarios M.O.D.	10%	5,52%	6542,85	-0,83	<b>SENSIBLE</b>
TMAR: Tasa mínima aceptable de rendimiento		<b>17%</b>			

Los resultados con los cambios de variables en el aumento costos MP vemos que no es sensible por lo tanto sigue siendo rentable, en el caso de disminución de ingresos vemos que es muy sensible por lo tanto afectara en el proyecto, y el aumento de MOD también refleja sensible pero no afecta tanto por lo tanto si se le puede aplicar.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Se denomina impactos a la incidencia de una actividad sobre el inmediato o entorno alrededor de los cuales se desarrolla el proceso. Los impactos se clasifican en social, económicos, institucionales, políticos, ambientales, Culturales.

#### 7.1 Niveles de impacto

Los niveles de impacto en las diferentes áreas se evaluaron de acuerdo a la siguiente tabla:

**TABLA No 62 Valor nivel de impactos**

<b>VALORACIÓN</b>	<b>NIVEL DE IMPACTO</b>
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impactos
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Fuente: Poso, Miguel (2006). Metodología para el trabajo de grado (Tesis y Proyectos)

Fórmula para conocer los diferentes el nivel de impacto:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N}$$

$\sum$  = sumatoria de los niveles de impacto

N= número de indicadores.

## 7.2 IMPACTO SOCIAL

**TABLA No 63 Impacto Social**

IMPACTO SOCIAL								
FACTORES	NEGATIVO			0	POSITIVO			TOTAL
	-1	-2	-3		3	2	1	
Trabajo en equipo.					x			3
Interrelación personal.					x			3
Integración familiar.	x							-1
Mejoramiento relación dentro del hogar.					x			3
Total	-1				9			8

Elaborado por la autora

$$\text{Impacto- Social} = \frac{\sum}{N} = \frac{8}{4} = 2$$

Nivel de impacto = Medio positivo

### **Análisis:**

El impacto social tiene un puntaje de 2 lo cual es un impacto medio positivo demostrándonos que la implementación del proyecto es aceptable.

La integración familiar tienen un impacto negativo bajo ya que aquí las amas de casa tienen que salir de su hogar para poder acudir al curso

dejando abandonado a su hogar a pesar de que se ausentan 2 horas al día por una semana sus familiares las extrañan ya que siempre han estado acostumbrados a verles en su hogar.

A pesar de que existe un impacto negativo bajo, pesan más los otros factores positivos como trabajar en equipo con sus compañeras se encontrarán con solidaridad y apoyo, al mismo tiempo van a tener la oportunidad de hacer amistad dentro y fuera del taller. Al momento de retorno a su hogar van a tener buen impacto ya que aquí se va a mejorar la relación con su familia al igual que va a poder de mejorar sus actividades.

### 7.3 Impacto Económico

**TABLA No 64 Impacto Económico**

IMPACTO	ECONÓMICO							TOTAL
	NEGATIVO			0	POSITIVO			
	-1	-2	-3		3	2	1	
Elevación en la calidad de vida.						x		2
Mejoramiento economía Familiar.					x			3
Incremento de la economía en la ciudad.					x			3
Total					6	2		8

Elaborado por la autora

$$\text{Imp- Económico} = \frac{\sum}{N} = \frac{8}{3} = 2.7$$

Nivel de impacto = Alto positivo

### Análisis:

El impacto económico tiene un puntaje de 2.7 que le subimos al inmediato superior a tres que es alto positivo.

Determinando un buen impacto en el campo de la economía. Ya que con la implementación del taller de amas de casa serán las mujeres y madres que saldrán a capacitarse y ellas siguen siendo el núcleo de unión, además ellas serán las que se ahorren realizando sus propios trabajos en casa, con tips que se les imparte en las diferentes aéreas, también ellas serán las que lleven ideas nuevas para poder emprender su propio negocio, sea en el área de cocina o artesanías para el incremento de su económica y tener una mejor calidad de vida.

## 7.4 IMPACTO INSTITUCIONAL

**TABLA No 65 Impacto institucional**

IMPACTO INSTITUCIONAL								
FACTORES	NEGATIVO			0	POSITIVO			TOTAL
	-1	-2	-3		3	2	1	
Incremento de plazas de trabajo para la ciudad.						x		2
Ofrecer un servicio de calidad para su aprendizaje.					x			3
Competitividad empresarial.						x		2
Total					3	4		7

Elaborado por la autora

$$\text{Imp- Institucional} = \frac{\sum}{N} = \frac{7}{3} = 2.3$$

Nivel de impacto = Medio positivo

### Análisis:

El impacto institucional es de 2.3 que es bueno ya que es medio positivo. Con la implementación del taller de amas tiene una buena acogida va a poder brindar a la sociedad trabajo ya que en la actualidad hay pocas fuentes de trabajo. El personal que imparte los cursos son excelentes profesional preparados y con experiencia para brindar el mejor conocimiento a la sociedad. El proyecto puede competir con las empresas similares, para que los de la ciudad de Ibarra prefieran ir a nuestra institución por el alto grado de servicio.

## 7.5 IMPACTO POLÍTICO

**TABLA No 66 Impacto político**

IMPACTO POLÍTICO								
FACTORES	NEGATIVO			0	POSITIVO			TOTAL
	-1	-2	-3		3	2	1	
Reglamentación adecuada en el SRI, municipio.						x		2
Centro acorde a las políticas urbanas a la ciudad.						x		2
Total						4		4

Elaborado por la autora

$$\text{Impacto- Político} = \frac{\sum}{N} = \frac{4}{2} = 2$$

Nivel de impacto = Medio positivo

### Análisis

El impacto político es de 2 que es medio alto positivo



El taller de amas de casa está basado en políticas y reglamentos siguiendo las ordenanzas que tiene el municipio, todo legalizado para que este en buen funcionamiento y no tener ningún problema con el estado, es por eso que tienen un nivel de impacto positivo ya que si no tenemos los permisos de funcionamiento no podemos seguir en marcha con el negocio.

## 7.6 IMPACTO AMBIENTAL

**TABLA No 67 Impacto ambiental**

IMPACTO AMBIENTAL								
FACTORES	NEGATIVO			0	POSITIVO			TOTAL
	-1	-2	-3		3	2	1	
Reciclaje de desechos.					x			3
No contaminación del medio ambiente.						x		2
Conservación de la naturaleza.					x			3
Total					6	2		8

Elaborado por la autora

$$\text{Imp-Ambiental} = \frac{\sum}{N} = \frac{8}{3} = 2.67$$

Nivel de impacto = Alto Positivo

### **Análisis:**

El impacto ambiental tiene un puntaje de 2.67 que está en positivo y nivel medio a alto.

La ejecución del proyecto no trae consecuencias que impliquen daño alguno a la ecología, ni tampoco está orientado a maximizar algún tipo de riesgo existente.

En las actividades que se van a registrar no implican afectar al medio ambiente ya que no se va usar ni químicos ni contaminantes, es por eso que no llevan a tener riesgos de contaminación. Se controlará la disminución en la cantidad de desperdicios y se reciclara los desechos. Es decir con el taller de amas de casa no afectan al medio ambiente.

## 7.8 IMPACTO CULTURAL

**TABLA No 68 Impacto cultural**

FACTORES	NEGATIVO			0	POSITIVO			TOTAL
	-1	-2	-3		3	2	1	
Integración en el ámbito de la cultural.					x			3
Desarrollo del talento humano.						x		2
Incremento de la creatividad						x		2
Total.					3	4		7

Elaborado por la autora

$$\text{Impacto - Cultural} = \frac{\sum}{N} = \frac{7}{3} = 2.3$$

Nivel de impacto = Medio Alto

### Análisis:

El impacto cultural tiene un índice de 2.3 que está a un nivel medio alto. Este proyecto permite a las amas de casa conocer más de diferentes culturas y con la actividad que realizamos poder contribuir de cierta manera en el adelanto de la cultura, economía, y social.

Se fomenta también un buen desarrollo del talento humano en las amas de casa con mejorar las habilidades que poseen y poder realizar de mejor

manera los quehaceres de hogar al igual poder sentirse útiles a la sociedad aportando con actividades que generen ingresos económicos. Muchas veces las personas dejamos de ser creativos por falta de motivación, en el curso se dictara clases que pondrá a trabajar la mente e investigar acerca de las culturas y poder aplicar.

## 7.9 MATRIZ DE IMPACTOS

**TABLA No 69 Matriz Impactos**

MATRIZ DE IMPACTOS								
FACTORES	NEGATIVO			0	POSITIVO			TOTAL
	-1	-2	-3		3	2	1	
Impacto social						x		2
Impacto económico					x			3
Impacto institucional						x		2
Impacto político						x		2
Impacto ambiental					x			3
Impacto cultural						x		2
Total					6	8		14

Elaborado por la autora

$$\text{Impactos} = \frac{\sum}{N} = \frac{14}{6} = 2,3$$

### **Análisis:**

Nivel de impacto que genera es de 2.3 que es positivo medio.

El nivel de impacto general, alcanza una calificación de impactos Medio positivo, con lo que el proyecto genera un impacto social, económico, institucional, Político, ambiental, cultural y todos nos ayudan al crecimiento del país.

## CAPITULO VIII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### CONCLUSIONES

Del estudio de factibilidad para la creación de una microempresa “Taller ocupacional para Amas de Casa en la ciudad de Ibarra” establece las siguientes conclusiones

1. En la ejecución del diagnóstico existen varios elementos favorables para el desarrollo del proyecto en virtud que los resultados obtenidos de la investigación son significativos, ya que hay una buena acogida en la creación del proyecto.
2. El marco Teórico es un referencial de datos teóricos basados en libros páginas web, que expresan definiciones conceptuales sobre diferentes temas relacionados con el proyecto, que son de mucha importancia para la realización del proyecto. En este ámbito se ha contado con una información muy amplia que apoyo para la realización de la investigación.
3. El estudio de mercado establece que es favorable, tomando en cuenta las exigencias de la población de amas de casa investigada que demanda de este tipo de servicio, en un número significativo.
4. Existe en la ciudad profesionales capacitados que pueden brindar sus servicios de enseñanza en distintos campos que el proyecto pretende ofrecer a la ciudadanía.
5. La ubicación del taller esta en un lugar accesible con espacio físico está bien distribuido y equipado para prestar un excelente servicio a las amas de casa.

6. La inversión que se requiere para la implementación del proyecto es de 38.040,63 el cual el 70% está financiada y el 30% es aporte de los socios. El proyecto desde el primer año genera utilidades lo cual es bueno invertir en el ya que este es factible.
  
7. La implementación del Taller de amas de casa no genera impactos negativos en gran parte son positivos ya que van ayudar al mejoramiento social y económico de la ciudadanía.

## RECOMENDACIONES

1. Aprovechar al máximo la oportunidad de la demanda viable existente, por ser temas actuales y de necesidad.
2. Para lograr la estructuración temática de un proyecto se debe agotar de manera exhaustiva la investigación de fuentes de información relacionadas con el proyecto.
3. Efectuar el proyecto en el menor tiempo posible para concretar los resultados del estudio de mercado.
4. El taller de amas de casa debe involucrar al capital humano más idóneo que pueda prestar sus servicios en el área administrativa y docencia.
5. Hay que mejorar e innovar constantemente la imagen del Taller de amas de casa para lograr captar en el mercado un gran número de clientes y dar sostenibilidad al negocio.
6. Aplicar en el proyecto las técnicas recomendadas para un buen funcionamiento, teniendo siempre una buena administración para ejecución de las actividades del centro de capacitación.
7. Existen mayor cantidad de impactos positivos ya se tiene una gran acogida en el entorno que se desarrolla. Se debe mantener así el proyecto para mejorar la situación de las amas de casa como de la ciudadanía.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ARBOLEDA, Germán. Formulación Evaluación y Control de Proyectos, 2001

ALLENL, Webster. Estadística Aplicada a la Empresa y a la Economía, segunda edición, Mc. Graw Hill

ALCAZAR, RODRIGUEZ, Rafael. Guía de planes y negocios, segunda Edición, McGraw –Hill,2001

Diccionario de la lengua Española

COSTANTES, GAVILANES, Bolívar. Diseño Elaboración y evaluación de proyectos

LARA, Juan. Cursos prácticos de finanzas

GITMAN, Lawrence. Principios de administración Financiera,. México 2003

GALLARDO, Juan. Formulación y evaluación de proyectos de inversión, México 2002

GARY, Flor. Guía para crear y desarrollar su propia empresa

GUIA DE PROYECTOS CFN (Corporación Financiera Nacional).

HILL, Charles. Administración estratégica, Tercera edición, Mc Graw Hill.

ILPES, Cepal. Bases conceptuales para el ciclo de cursos sobre gerencia de proyectos y programas, Santiago de Chile 2003.

JACOME, Walter. Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, 2005.

JACOME, Walter. Evaluación de Proyectos Productivos.2006

LARA, ÁLVAREZ, Juan. Administración Financiera

MENESES, Edilberto. Preparación y evaluación de proyectos. PUCE, Quito, 2004

MUÑOZ, Mario. Perfil de la factibilidad, segunda edición Master`s Editores

Nacional Financiera, Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

SAPAG, CHAIN, Nassir Reinal. Preparación y evaluación de proyectos

ZAPATA SANCHEZ, Pedro. Contabilidad de Costos,

PHILIP KOTLER, Dirección de Marketing, Tomo 1

POSSO, Miguel. Metodología para el trabajo de grado (tesis y Proyectos), 2006.

RAMIREZ Noel, Contabilidad Administrativa; Editorial Mc Graw Hill

SAPAG, CHAIN, Nassir Reinal. Preparación y evaluación de proyectos, Segunda edición, 2000.



SAENZ, Rodrigo. "Manual práctico de valoración de empresas", Tercera edición.

## LINCOFRAFÍA

[www.fundacionavanzar.org](http://www.fundacionavanzar.org) -

[www.pequenaindustria.com](http://www.pequenaindustria.com).

[www.presupuesto.gobierno.pr](http://www.presupuesto.gobierno.pr)

[www.INEC.gov.ec](http://www.INEC.gov.ec) – Eco Carlos Cortez

[http://bvs.sld.cu/revistas/mgi/vol12\\_4\\_96/mgi08496.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/mgi/vol12_4_96/mgi08496.htm), Rosa López  
*Fernández*

[http://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra\\_%28Imbabura%29](http://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_%28Imbabura%29)

[http://www.municipiodeibarra.org/imi2008/index.php?option=com\\_content  
&task=view&id=40&Itemid=85](http://www.municipiodeibarra.org/imi2008/index.php?option=com_content&task=view&id=40&Itemid=85)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Imbabura\\_\(provincia\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Imbabura_(provincia))

<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/rgl-evol/2.4.1.htm>

<http://www.sexovida.com/psicologia/estresmujer.htm>

[www. Bitecuador.com](http://www.Bitecuador.com)

[www. Ecuadorexplorer.com](http://www.Ecuadorexplorer.com)

<http://www.ccq.org.ec/>

[www.sri.gov.ec/](http://www.sri.gov.ec/)

# ANEXOS

## **ANEXO No 1 Encuesta Aplicada a las amas de casa**

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA  
ENCUESTA

OBJETIVO: Analizar los requerimientos y expectativas de los POSIBLES  
consumidores del TALLER OCUPACIONAL PARA AMAS DE  
CASA

### **INSTRUCCIONES:**

- 1.- RESPONDA CON SINCERIDAD A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS QUE SE PLANTEAN A CONTINUACIÓN
- 2.- LOS RESULTADOS DE ESTA ENCUESTA SERAN ANALIZADOS CON ABSOLUTA RESERVA
- 3.- SEÑALE CON UNA "X" EN EL LUGAR QUE CORRESPONDA

1. Cree Usted que es importante capacitarse?

SI\_\_\_\_ NO\_\_\_\_

Porque\_\_\_\_\_

2. Usted estaría dispuesta a asistir al talles Ocupacional?

SI\_\_\_\_ NO\_\_\_\_

3. Le gustaría acceder a cursos de capacitación en su tiempo libre  
brindados por un taller ocupacional para amas de casa?

SI\_\_\_\_ No\_\_\_\_

Porque\_\_\_\_\_

4. De que tiempo dispone para recibir la capacitación?

Lunes a Viernes	1 hora___ o más__	2 horas __. ninguna__	3 horas__
Sábado y Domingo	1 hora___ o más__	2 horas___ ninguna__	3 horas__

5. En qué día y horario le gustaría asistir?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6. De sus ingresos mensuales que percibe cuanto podría destinar para su capacitación?

USD	0 - 20 _____
USD	21 - 50 _____
USD	51 - 100_____
USD	101- 150 _____

7. A que eventos usted le gustaría asistir?

Talleres\_\_\_\_\_ Seminarios\_\_\_\_\_

Cursos\_\_\_\_\_

Otros\_\_\_\_\_Cuales\_\_\_\_\_Porque\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

8. Conoce usted centro de capacitación que ofrezcan los eventos antes mencionados?

SI\_\_\_ NO\_\_\_

Cuales\_\_\_\_\_

9. Porque medio le gustaría conocer acerca del taller ocupacional?

Radio \_\_\_ TV \_\_\_ Prensa \_\_\_ Otros \_\_\_cuales\_\_\_\_\_

10. Escoja cuál de estas habilidades le gustaría desarrollar:

Manuales \_\_\_\_\_  
Técnicas \_\_\_\_\_  
Artesanales \_\_\_\_\_  
Físicas \_\_\_\_\_  
Culinarias \_\_\_\_\_  
Diseño \_\_\_\_\_

11. ¿En qué sector de la ciudad de Ibarra le gustaría que se encuentre ubicado el Taller Ocupacional?

Centro \_\_\_ Afuera de la ciudad\_\_\_ Otros\_\_\_

12. Qué tipo de motivación le gustaría que le ofrezca con el taller Ocupacional?

Auto realización \_\_\_\_\_  
Independencia económica \_\_\_\_\_  
Relaciones interpersonales \_\_\_\_\_  
Incrementa autoestima \_\_\_\_\_  
Autoestima \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

### Datos Técnicos

EDAD: 20 a25 \_\_\_ 26 a30 \_\_\_ 31a35\_\_\_ 36 a 40\_\_\_ 41 a 45\_\_\_  
46 a 50\_\_\_ 51 a 60\_\_\_

Nivel académico: Primaria\_\_\_ Secundaria\_\_\_ Superior\_\_\_  
Otros\_\_\_

OCUPACIÓN O PROFESIÓN \_\_\_\_\_

LUGAR DE RESIDENCIA Ibarra\_\_\_ Otro\_\_\_



## 2. Clase Cuidado del Hogar

El cuidado del hogar tiene la duración de 2 horas a la semana y esto es el contenido:

Duración 2 horas	Contenido clase de cuidado del hogar
10 minutos	1. Dinámica
10 minutos	2. Introducción del cuidado del hogar
15 minutos	3. Limpieza y conservación del hogar
30 minutos	4. Lavado y planchado de ropa <ul style="list-style-type: none"><li>- Tips de cuidado de la ropa</li><li>- Cómo sacar las manchas de aceite, cera, frituras jugos</li><li>- Toallas sin pelusa</li><li>- Retener el color de las prendas</li></ul>
15 minutos	5. Conservación de la cocina <ul style="list-style-type: none"><li>- Sacar mancha de grasa</li><li>- Quitar olores de frituras</li></ul>
10 minutos	6. Distribución de cada espacio físico
10 minutos	7. Distribución del presupuesto familiar
10 minutos	8. Como evitar el agotamiento
10 minutos	9. Realizar lista de actividades diarias

### 3. CLASE DE COCINA

La clase de cocina durara 2 días cada día de 2 horas.



Duración 4 horas	Contenido de clase de Cocina
2 horas	1. Nutrición
15 minutos	Información básica
20 minutos	Composición química de los alimentos
30 minutos	Estudios más comunes en la dieta
20 minutos	Mecanismos de transferencia calórica.
20 minutos	Preservación y conservación de los alimentos.
15 minutos	Formas alternativas de consumo.
40 minutos	2. Cocina I
10 minutos	Introducción a la cocina.
10 minutos	Limpieza y corte de vegetales y carnes.
20 minutos	Diferentes tipos de menú sano y económico que se los puede usar diariamente.
1: 20 minutos	3. Practica de una receta.( escoger receta)



## MENÚ

Sopa de verduras con pollo



Pollo a la naranjilla



Pastel de yuca



#### 4. Clase de Manualidades



La clase de manualidades tiene la duración de 2 horas y se dictara en un día con el siguiente contenido:

Duración 2 horas	Contenido de clase de Manualidades
10 minutos	1. Introducción
10 minutos	2. Importancia
15 minutos	3. Pulseras
10 minutos	5. Pasos para diseñar pulseras
1 : 15 minutos	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Enfilamos 10 perlas grande</li><li>2. Cruzamos los hilos por las 2 últimas cuentas (9 y 10)</li><li>3. Cerramos el círculo de la pulsera (ver gráficos)</li></ol>
	6. Modelos de distintos diseño de pulseras ( ver modelos y escoger uno)

#### ✓ Pasos para diseñarlas

##### Paso 1

Enfilamos 10 perlas grandes



## Paso 2

Cruzamos los hilos por las 2 últimas cuentas (9 y 10)



## Paso 3

Cerramos el círculo de la pulsera



Teniendo así una pulsera podemos con vinar varios colores y creas diferentes diseños utilizando la imaginación

✓ Modelos de distintos diseños de pulseras

Pulsera mullos



Pulsera azul verde



Pulsera verde metal



Pulsera rojo y negro



Pulsera de perlas



## ANEXO 3 CRECIMIENTO DE LA INFLACIÓN

### EVOLUCIÓN DEL SALARIO E INFLACIÓN

Años	Valor US\$/mes	Variación Anual	Inflación Anual
2006	160	6%	2,87%
2007	170	6%	3,32%
2008	200	18%	8,83%
2009	218,9	9%	4,31%
2010	240	10%	3,40%
2011	264	10%	
total	1252,9	59%	
Promedio		10%	

***\*Según el Banco Central, la inflación proyectada para 2010 sería 3,40%***

***Fuente: Banco Central del Ecuador - INEC***

***Elaboración: Dirección de Estudios – CIG***

#### ANEXOS 4 REMUNERACIONES

REMUNERACIONES			
Personal	sueldo	Total sueldo con Bonif. Mensual	Total sueldo con Bonifica Anual
Gerente	380	460,14	5521,68
Secretaria	264	326,39	3916,70
Mercadologo	264	326,39	3916,70
Contador	340	414,02	4968,24
Conserje	264	326,39	3916,70
<b>TOTAL</b>	<b>1512</b>	<b>1853,34</b>	<b>22240,03</b>

#### ANEXO 5 Roll de Pagos Personal Fijo

ROLL DE PAGOS										
Personal	sueldo	9,35% Aporte IESS	Sueldo Mensual	8,33% Fondo Reserva	12,15% Aporte patronal	Decimo 3er	264 Decimo 4to	Vacaciones	Total sueldo con Bonif. Mensual	Total sueldo con Bonifica Anual
Gerente	380	35,53	344,47	31,65	46,17	31,67	22,00	15,83	460,14	5521,68
Secretaria	264	24,684	239,316	21,99	32,08	22,00	22,00	11,00	326,39	3916,70
Mercadologo	264	24,684	239,316	21,99	32,08	22,00	22,00	11,00	326,39	3916,70
Contador	340	31,79	308,21	28,32	41,31	28,33	22,00	14,17	414,02	4968,24
Conserje	264	24,684	239,316	21,99	32,08	22,00	22,00	11,00	326,39	3916,70
	<b>1512</b>	<b>141,37</b>	<b>1370,63</b>	<b>125,95</b>	<b>183,71</b>	<b>126,00</b>	<b>110,00</b>	<b>63,00</b>	<b>1853,34</b>	<b>22240,03</b>
									154,44	
									9,08	

## ANEXO 6 Roll de Pagos Docente

### ROLL DE PAGOS

Docentes	sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo Reserva	Aporte patronal	Decimo 3ero	Decimo 4to	Vacaciones	Total sueldo con Bonif. Mensual	Total sueldo con Bonifica Anual
<b>Cocina</b>	384	35,904	348,10	31,95	46,66	32,00	22,00	16,00	464,75	5577,02
<b>Manualidades</b>	192	17,952	174,05	15,97	23,33	16,00	22,00	8,00	243,38	2920,51
<b>Cuidado del hogar</b>	192	17,952	174,05	15,97	23,33	16,00	22,00	8,00	243,38	2920,51
<b>Desarrollo personal</b>	192	17,952	174,05	15,97	23,33	16,00	22,00	8,00	243,38	2920,51
	960	89,76	870,24	79,87	116,64	80,00	88,00	40,00	1194,88	14338,56
	11520	1077,12	10442,88	958,46	1399,68	960	1056	480		

## ANEXO 7 Desglose del préstamo

PERIODOS	AMORTIZACION DEL CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO	SALDO CAPITAL
0				26628,44
1	\$ 391,56	110,951833	\$ 502,51	\$ 26.236,88
2	\$ 393,19	109,320335	\$ 502,51	\$ 25.843,69
3	\$ 394,83	107,682038	\$ 502,51	\$ 25.448,86
4	\$ 396,47	106,036915	\$ 502,51	\$ 25.052,39
5	\$ 398,13	104,384938	\$ 502,51	\$ 24.654,26
6	\$ 399,79	102,726077	\$ 502,51	\$ 24.254,47
7	\$ 401,45	101,060304	\$ 502,51	\$ 23.853,02
8	\$ 403,12	99,387591	\$ 502,51	\$ 23.449,90
9	\$ 404,80	97,707908	\$ 502,51	\$ 23.045,09
10	\$ 406,49	96,0212264	\$ 502,51	\$ 22.638,60
11	\$ 408,18	94,3275168	\$ 502,51	\$ 22.230,42
12	\$ 409,88	92,6267502	\$ 502,51	\$ 21.820,54
13	\$ 411,59	90,918897	\$ 502,51	\$ 21.408,94
14	\$ 413,31	89,2039278	\$ 502,51	\$ 20.995,64
15	\$ 415,03	87,4818128	\$ 502,51	\$ 20.580,61
16	\$ 416,76	85,7525224	\$ 502,51	\$ 20.163,85
17	\$ 418,50	84,0160266	\$ 502,51	\$ 19.745,35
18	\$ 420,24	82,2722954	\$ 502,51	\$ 19.325,11
19	\$ 421,99	80,5212987	\$ 502,51	\$ 18.903,12
20	\$ 423,75	78,7630061	\$ 502,51	\$ 18.479,37
21	\$ 425,51	76,9973873	\$ 502,51	\$ 18.053,86
22	\$ 427,29	75,2244118	\$ 502,51	\$ 17.626,57
23	\$ 429,07	73,4440489	\$ 502,51	\$ 17.197,50
24	\$ 430,86	71,6562678	\$ 502,51	\$ 16.766,65
25	\$ 432,65	69,8610376	\$ 502,51	\$ 16.334,00
26	\$ 434,45	68,0583273	\$ 502,51	\$ 15.899,55
27	\$ 436,26	66,2481057	\$ 502,51	\$ 15.463,28



28	\$ 438,08	64,4303415	\$ 502,51	\$ 15.025,20
29	\$ 439,91	62,6050033	\$ 502,51	\$ 14.585,29
30	\$ 441,74	60,7720595	\$ 502,51	\$ 14.143,55
31	\$ 443,58	58,9314784	\$ 502,51	\$ 13.699,97
32	\$ 445,43	57,0832283	\$ 502,51	\$ 13.254,55
33	\$ 447,28	55,2272771	\$ 502,51	\$ 12.807,26
34	\$ 449,15	53,3635928	\$ 502,51	\$ 12.358,11
35	\$ 451,02	51,4921431	\$ 502,51	\$ 11.907,09
36	\$ 452,90	49,6128958	\$ 502,51	\$ 11.454,20
37	\$ 454,79	47,7258182	\$ 502,51	\$ 10.999,41
38	\$ 456,68	45,8308778	\$ 502,51	\$ 10.542,73
39	\$ 458,58	43,9280418	\$ 502,51	\$ 10.084,15
40	\$ 460,49	42,0172774	\$ 502,51	\$ 9.623,65
41	\$ 462,41	40,0985514	\$ 502,51	\$ 9.161,24
42	\$ 464,34	38,1718307	\$ 502,51	\$ 8.696,90
43	\$ 466,27	36,237082	\$ 502,51	\$ 8.230,63
44	\$ 468,22	34,2942719	\$ 502,51	\$ 7.762,41
45	\$ 470,17	32,3433667	\$ 502,51	\$ 7.292,24
46	\$ 472,13	30,3843328	\$ 502,51	\$ 6.820,11
47	\$ 474,09	28,4171362	\$ 502,51	\$ 6.346,02
48	\$ 476,07	26,441743	\$ 502,51	\$ 5.869,95
49	\$ 478,05	24,4581189	\$ 502,51	\$ 5.391,90
50	\$ 480,05	22,4662298	\$ 502,51	\$ 4.911,85
51	\$ 482,05	20,4660411	\$ 502,51	\$ 4.429,80
52	\$ 484,05	18,4575183	\$ 502,51	\$ 3.945,75
53	\$ 486,07	16,4406267	\$ 502,51	\$ 3.459,68
54	\$ 488,10	14,4153313	\$ 502,51	\$ 2.971,58
55	\$ 490,13	12,3815972	\$ 502,51	\$ 2.481,45
56	\$ 492,17	10,3393892	\$ 502,51	\$ 1.989,28
57	\$ 494,22	8,28867205	\$ 502,51	\$ 1.495,06
58	\$ 496,28	6,22941021	\$ 502,51	\$ 998,78

59	\$ 498,35	4,16156811	\$ 502,51	\$ 500,43
60	\$ 500,43	2,08511001	\$ 502,51	\$ 0,00
total	\$ 26.628,44	3522,25	\$ 30.150,69	

Elaborado por: la autora

Los dividendos son calculados por cuota fija