



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE
GOBIERNOS SECCIONALES**

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN TÉCNICO ARTESANAL EN LA PARROQUIA DE MIGUEL EGAS, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES.**

AUTORA: TOAPANTA CHICAIZA MIRIAN ROCIO

DIRECTOR: ING. GUERRA MINIO EDWIN VINICIO

Ibarra, Julio 2015

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad la mayor parte de la población de la Parroquia de Miguel Egas "Peguche", Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura se dedica a la actividad textil artesanal. Del diagnóstico situacional se determinó que existe la necesidad de que en la parroquia se localice un centro de capacitación en el área de confecciones industriales. En el estudio de mercado se determinó que la empresa que oferta servicios de capacitación es el SECAP de Ibarra, pero que en sus programaciones no ubica cursos en el área textil. La demanda de cursos de capacitación es de 754 módulos para el año 2012. A través de las encuestas aplicadas a la población económicamente activa de la Parroquia de Miguel Egas se refleja, la demanda futura considerando la tasa de crecimiento poblacional de 1.29 % según el Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia Miguel Egas: (2010-2020) obteniendo comodemanda futura de 764 módulos de capacitación en la parroquia Miguel Egas. La participación que posiblemente tendría el proyecto en el mercado potencial es de 50 módulos de capacitación que representa el 6% de la demanda insatisfecha. Del estudio técnico se ratificó la necesidad de una infraestructura operativa en un área de 377.82m² en el que se localizaron el área administrativa y el bloque de aulas. En el Estudio Económico – Financiero del proyecto, la inversión inicial es de \$120.200, los índices financieros medidos reflejan un VAN de \$20.295.74, una TIR de 18.5 % que supera al costo de oportunidad. El PRI es de 4 años, 7 meses y 11 días, el B/C de \$1.17. Del análisis de impactos se estableció que la empresa generará impactos positivos con un nivel de impacto "alto".

EXECUTIVE SUMMARY

Nowadays, most of the population in Miguel Egas, parish from " Peguche "Otavalo, in Imbabura Province is engaged in the textile craft. Situational diagnosis is determined that there is needs in the parish locate a training center in the area of industrial clothing. In a market study was determined that the company that offers training services is Ecuadorian Vocational Training Service SECAP-Ibarra, but usually it is not in its programming courses focused on the textile area. The demand for training is 754 modules for 2012. Through the surveys applied to the economically active population of the Parish of Miguel Egas reflected, future demand by considering the rate of population increase of 1.29% according to the Land Use Plan of the parish Miguel Egas (2010-2020). Obtaining as future demand 764 training modules in the parish Miguel Egas. The participation in the project may have based on the potential market is 50 training modules representing 6% of the unmet demand. Technical study verified the need for an operational infrastructure in an area of 377.82m² in which are located the administrative and classroom block. In the Economic Survey - Financial project, the initial investment is \$ 120,200, measured financial ratios reflect a Net Present Value NVP of \$ 20.295.74, an Internal Rate of Return (IRR) of 18.5% which exceeds the opportunity cost. The Investment Recovery Period PRI is 4 years, 7 months and 11 days, the Benefit-cost B/C of \$ 1.17. In conclusion, Impact analysis determined that the company will generate positive impacts with "high" impact level.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Mirian Rocío Toapanta Chicaiza con cédula de identidad Nro. 1003562087, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: , que ha sido desarrollado para optar por el título de ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN TÉCNICO ARTESANAL EN LA PARROQUIA DE MIGUEL EGAS, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA. En la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 24 días del mes de Julio de 2015

(Firma).....

TOAPANTA CHICAIZA MIRIAN ROCIO

1003562087

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada MIRIAN ROCIO TOAPANTA CHICAIZA para optar por el Título de INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES, cuyo tema es: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN TÉCNICO ARTESANAL EN LA PARROQUIA DE MIGUEL EGAS CANTÓN DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.



.....
ING. VINICIO GUERRA

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE



BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

AUTORIZACIÓN DE USO Y 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 completos 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	
CADULA DE IDENTIDAD	1003562087
APELLIDOS Y NOMBRES	TOAPANTA CHICAIZA MIRIAN ROCIO
DIRECCION	GONZALEZ SUAREZ, COM. PIJAL
EMAIL	mtoapanta3@gmail.com
TELEFONO	988322896
DATOS DE LA OBRA	
TITULO	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN TÉCNICO ARTESANAL EN LA PARROQUIA DE MIGUEL EGAS, CANTON OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR	MIRIAN RIOCIO TOAPANTA CHICAIZA
FECHA: AAMMDD	21/07/2015
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GBIERNOS SECCIONALES
ASESOR/ DIRECTOR	IGN. VINICIO GUERRA

UTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, TOAPANTA CHICAIZA MIRIAN ROCIO, con cédula de ciudadanía N° 1003562087 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 144.

2. CONSTANCIAS

La autora 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 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 21 días del mes de Julio de 2015

El Autor:

(Firma).....

Toapanta Chicaiza Mirian Rocio

DEDICATORIA

EL presente trabajo está dedicado a mi madre, por ayudarme a construir mis sueños, por su interminable apoyo, por sus consejos y sobre todo por su eterno amor.

Y a mi hija, quien es la inspiración para alcanzar un logro más en mi vida.

Mirian Toapanta

AGRADECIMIENTO

Al culminar este periodo de formación profesional debo agradecer primero a Dios por su infinita bondad.

De manera especial, mis sinceros agradecimientos a todos los docentes de la facultad de ciencias administrativas y económicas, quienes con sus enseñanzas, supieron inculcar en mi los mejores conocimientos.

Mirian Toapanta

PRESENTACIÓN

El presente proyecto comprende el Estudio de factibilidad para la creación de un centro de capacitación técnico artesanal en la Parroquia de Miguel Egas, Cantón Otavalo.

El proyecto se encuentra conformado de siete capítulos en los cuales consta el análisis de la totalidad del proyecto, los capítulos considerados son:

Capítulo I, en el diagnóstico situacional, se analizan los antecedentes del cual se ha determinado los objetivos tanto generales como específicos, variables e indicadores, metodología de la investigación de campo e identificación del problema diagnóstico del proyecto.

Capítulo II, en el marco teórico, se ha recopilado toda la información teórica, la misma que ha sido seleccionada de diferentes fuentes como textos, revistas, internet.

Capítulo III, en el estudio de mercado, se identifica el servicio y sus características, estructura del mercado, segmentación de mercado entre otros que han ayudado a determinar la factibilidad del proyecto.

Capítulo IV, en el estudio técnico, se ha diseñado y analizado la organización considerando su localización, administración, distribución y el flujo de procedimientos del centro de capacitación.

Capítulo V, evaluación económica y financiera, este se refiere al capital de trabajo que se necesita para poner en marcha el proyecto, se han proyectado los ingresos y los egresos.

Capítulo VI se determina la estructura organización en sí, de su conformación como empresa.

Capítulo VII, el análisis de impactos, determina las ventajas o desventajas que tendrá al implementar el proyecto. Finalmente se ha determinado las conclusiones y recomendaciones, establecidas en el desarrollo del proyecto.

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
AUTORÍA	ii
CERTIFICACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN EJECUTIVO	vi
EXECUTIVE SUMMARY	vii
PRESENTACIÓN	viii
CAPITULO I	22
DIAGNOSTICO SITUACIONAL	22
ANTECEDENTES	22
OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO	24
OBJETIVO GENERAL	24
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	24
VARIABLES DIAGNÓSTICAS	25
INDICADORES DE LAS VARIABLES	25
CAPACITACIÓN	25
ACTIVIDAD ARTESANAL	25
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.	26
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	27
CALCULO DE LA MUESTRA	27
RESULTADOS OBTENIDOS	28
TÉCNICAS DE LA INFORMACIÓN	28
INFORMACIÓN PRIMARIA	28
INFORMACIÓN SECUNDARIA	29
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN	30
Entrevista aplicada a la Tgla. Brenda Enríquez encargada de Gestión Operativa del SECAP – Ibarra	40
IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN	42

CAPÍTULO II	43
2. BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS	43
EMPRESA	43
DEFINICIÓN	43
IMPORTANCIA DE LA EMPRESA	43
CAPACITACIÓN	44
DEFINICIÓN	44
CARACTERÍSTICAS DE LA CAPACITACIÓN	45
IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN	45
VENTAJAS EN LA CAPACITACIÓN TÉCNICO ARTESANAL	46
ESTILOS DE APRENDIZAJE	46
FORMACIÓN O CAPACITACIÓN	47
ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES	47
DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE FORMACIÓN	47
DESARROLLO Y APLICACIÓN DEL PLAN DE FORMACIÓN	48
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN	48
CENTRO DE CAPACITACIÓN	48
ASPECTOS LEGALES PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE CAPACITACIÓN	49
FUENTES DE FINANCIAMIENTO.	49
FUENTES PROPIAS.	50
FUENTES POR CRÉDITOS A CORTO Y LARGO PLAZO.	50
SERVICIOS	50
DEFINICIÓN	50
NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DE UN SERVICIO	51
CADENA DE UTILIDAD DEL SERVICIO	51
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL	52
ORGANIGRAMAS	52
DEFINICIÓN	52
TIPOS DE ORGANIGRAMAS	53
ORGANIGRAMAS VERTICALES	53
ORGANIGRAMAS HORIZONTALES	54

ORGANIGRAMAS CIRCULARES	54
ORGANIGRAMAS ESCALARES	54
ORGANIGRAMA MIXTO	54
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	55
DEFINICIÓN	55
LÍNEA DE AUTORIDAD	55
MECANISMOS COORDINADORES	56
NIVELES DE JERARQUÍA	57
DEFINICIÓN DE ÁREAS DE RESPONSABILIDAD	59
SEGREGACIÓN DE FUNCIONES	60
PROCESO ADMINISTRATIVO	60
PLANEACIÓN	60
ORGANIZACIÓN	60
DIRECCIÓN	60
CONTROL	60
MERCADO	61
DEFINICIÓN	61
SEGMENTO DEL MERCADO	61
DEMANDA	61
OFERTA	62
COMPETENCIA	62
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	62
IDENTIFICACIÓN DE LOS COMPETIDORES	63
EVALUACIÓN DE LOS COMPETIDORES	63
DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LOS COMPETIDORES	64
PRECIOS	64
DEFINICIÓN	64
ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS	64
PUBLICIDAD	65
DEFINICIÓN	65
PUBLICADA INFORMATIVA	66

PUBLICIDAD PERSUASIVA	66
PUBLICIDAD RECORDATORIA	66
ESTUDIO TÉCNICO	66
TAMAÑO DE LA PLANTA Y SUS FACTORES CONDICIONALES	67
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO:	67
MACROLOCALIZACIÓN	67
MICROLOCALIZACIÓN	68
INGENIERÍA DEL PROYECTO	68
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	68
VALOR ACTUAL NETO	69
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA (TIRF)	70
COEFICIENTE BENEFICIO-COSTO	70
CAPÍTULO III	71
ESTUDIO DE MERCADO	71
PRESENTACIÓN	71
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.	71
SERVICIOS DE CAPACITACIÓN EN CORTE Y CONFECCIÓN	71
TALLERES DE CAPACITACIÓN	72
CARACTERÍSTICAS DE LOS CURSOS DE CAPACITACIÓN	72
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	73
OBJETIVO GENERAL	73
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	73
VARIABLES E INDICADORES DE MERCADO	73
MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO	75
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	77
CÁLCULO DE LA MUESTRA	77
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	78
MERCADO META	95
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	95
SEGMENTACIÓN POR LA EDAD	95

SEGMENTACIÓN SEGÚN LA OCUPACIÓN	96
IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	96
CANTIDAD TOTAL DE LA DEMANDA	96
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	97
IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA	98
PROYECCIÓN DE LA OFERTA	99
BALANCE OFERTA – DEMANDA	100
PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO	100
ANÁLISIS DE COMPETIDORES	101
PRECIO	101
PROYECCIÓN DE PRECIOS	101
COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS	102
ESTRATEGIAS DE MERCADO	102
ESTRATEGIAS DE PRODUCTO	102
ESTRATEGIAS DE PLAZA	103
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	103
ESTRATEGIAS DE PRECIOS	104
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO	105
CAPÍTULO IV	106
ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO	106
LOCALIZACION DEL PROYECTO	106
MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	106
TRANSPORTE	106
SECTOR ESTRATÉGICO	107
CONDICIONES SOCIALES Y CULTURALES	107
SERVICIOS BÁSICOS.	107
MICROLOCALIZACIÓN	108
UBICACIÓN DE LA PLANTA	109
ETAPA DE PRE OPERACIÓN	109
DISEÑO DE INSTALACIONES	111
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS GENERALES	111

REQUERIMIENTOS PREVIOS	111
ASPECTO PEDAGÓGICO	112
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	112
FLUJOGRAMA DEL PROCESO	115
PROCESOS OPERATIVOS	115
DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS	117
PRESUPUESTO TÉCNICO	120
VALORACIÓN DE LAS INVERSIONES	120
EQUIPOS – MOBILIARIO ACADÉMICOS	120
RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA Y A DIFERIRSE, EXISTENTE Y A REALIZARSE	122
INVERSIONES FIJAS	122
INVERSIONES DIFERIDAS	122
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL	123
FINANCIAMIENTO	123
TALENTO HUMANO REQUERIDO	123
TAMAÑO DEL PROYECTO	124
TAMAÑO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LA DEMANDA	124
TAMAÑO EN FUNCIÓN A LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	124
TAMAÑO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA	125
TAMAÑO DEL PROYECTO Y DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA O INSUMOS	125
TAMAÑO DEL PROYECTO Y LA ORGANIZACIÓN	125
TAMAÑO DEL PROYECTO Y FINANCIAMIENTO	125
CAPACIDAD INSTALADA	126
CAPACIDAD OPERATIVA	126
SEGUIMIENTO Y MONITOREO	126
RECOLECCIÓN DE DATOS	127

CAPITULO V	128
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	128
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	128
INGRESOS PROYECTADOS	128
EGRESOS PROYECTADOS	129
COSTOS DIRECTOS	129
MATERIALES DIRECTOS	129
SALARIOS DE CAPACITADORES	130
COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN (CIO)	130
GASTOS ADMINISTRATIVOS	131
GASTOS DE VENTAS	138
GASTOS FINANCIEROS	138
GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACIÓN	139
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS – AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS.	140
SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA	142
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	143
FLUJO NETO DE EFECTIVO	144
BALANCE GENERAL INICIAL Y PROYECTADO	146
EVALUACIÓN FINANCIERA	149
CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN (CK)	149
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	150
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	150
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)	151
RELACIÓN BENEFICIO / COSTO	152
PUNTO DE EQUILIBRIO.	153
RESUMEN DE INDICADORES FINANCIEROS	154
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	154

CAPÍTULO VI	155
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA	155
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	155
DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA	155
IMPORTANCIA	155
BENEFICIARIOS	155
SECTOR ECONÓMICO	156
TIPO DE EMPRESA	156
OBJETIVOS DE LA EMPRESA	156
POLÍTICAS	157
PRINCIPIOS Y VALORES	157
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	158
ORGÁNICO ESTRUCTURAL	160
NIVELES ADMINISTRATIVOS	160
ATRIBUCIONES Y PERFILES DE LOS NIVELES ADMINISTRATIVOS	160
ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN	165
REQUISITOS PARA SACAR EL RUC	165
REQUISITOS PARA LA PATENTE MUNICIPAL	165
IMAGEN CORPORATIVA	167
CAPÍTULO VII	171
IMPACTOS O EFECTOS DEL PROYECTO.	171
HERRAMIENTA DE VALIDACIÓN DE IMPACTOS	171
IMPACTO ECONÓMICO	172
IMPACTO SOCIAL	174
IMPACTO EMPRESARIAL	176
IMPACTO COMERCIAL O DE MERCADEO	179
IMPACTO EMPRESARIAL	181
IMPACTO GENERAL	183
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	184
CONCLUSIONES	184

RECOMENDACIONES	185
BIBLIOGRAFÍA	187
LINCOGRAFIA	188
ANEXOS	189
ANEXOS N° 1	190
ANEXOS N° 2	192

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.	26
TABLA N° 2 EXISTENCIA DEL CENTRO	29
TABLA N° 3 ENCUESTA	31
TABLA N° 4 ENCUESTA	32
TABLA N° 5 ENCUESTA	33
TABLA N° 6 ENCUESTA	34
TABLA N° 7 ENCUESTA	35
TABLA N° 8 ENCUESTA	36
TABLA N° 9 ENCUESTA	37
TABLA N° 10 ENCUESTA	38
TABLA N° 11 ENCUESTA	39
TABLA N° 12 MATRIZ AORR	41
TABLA N° 13 MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO	75
TABLA N° 14 IMPORTANCIA	78
TABLA N° 15 INDICADORES	79
TABLA N° 16 VALOR	80
TABLA N° 17 INSTITUCIÓN	81
TABLA N° 18 FACTORES	82
TABLA N° 19 NECESIDAD	83
TABLA N° 20 POSIBILIDAD	84
TABLA N° 21 TIPO DE CURSOS	85

TABLA Nº 22 IMPLEMENTACIÓN	86
TABLA Nº 23 HORARIO	87
TABLA Nº 24 PRECIO	88
TABLA Nº 25 MÓDULOS	89
TABLA Nº 26 MEDIOS DE COMUNICACIÓN	90
TABLA Nº 27 GÉNERO	91
TABLA Nº 28 OCUPACIÓN	92
TABLA Nº 29 EDAD	93
TABLA Nº 30 NIVEL ACADÉMICO	94
TABLA Nº 31 CANTIDAD DE MÓDULOS DE CAPACITACIÓN DEMANDADOS	97
TABLA Nº 32 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	98
TABLA Nº 33 PROYECCIÓN DE LA OFERTA	99
TABLA Nº 34 BALANCE OFERTA – DEMANDA	100
TABLA Nº 35 PROYECCIÓN DE PRECIOS	101
TABLA Nº 36 MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS	109
TABLA Nº 37 OBRAS CIVILES	112
TABLA Nº 38 FLUJO GRAMA DE PROCESOS	115
TABLA Nº 39 EQUIPOS PARA CONFECCIÓN INDUSTRIAL (ACADÉMICOS)	120
TABLA Nº 40 MUEBLES Y ENSERES ACADÉMICOS	120
TABLA Nº 41 MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRATIVO	121
TABLA Nº 42 EQUIPO DE INFORMÁTICA ACADÉMICOS	121
TABLA Nº 43 EQUIPO DE INFORMÁTICA DE ADMINISTRACIÓN	121
TABLA Nº 44 ACTIVOS FIJOS	122
TABLA Nº 45 INVERSIONES DIFERIDAS	122
TABLA Nº 46 CAPITAL DE TRABAJO	123
TABLA Nº 47 FUENTES DE FINANCIAMIENTO	123
TABLA Nº 48 INVERSIONES TOTALES DEL PROYECTO	128
TABLA Nº 49 DESGLOSE DE INGRESOS	128
TABLA Nº 50 INGRESOS PROYECTADOS	129
TABLA Nº 51 MATERIALES DIRECTOS	129

TABLA Nº 52 COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	130
TABLA Nº 53 COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN	130
TABLA Nº 54 MATERIALES INDIRECTOS	131
TABLA Nº 55 COSTOS DE OPERACIÓN CONSOLIDADOS	131
TABLA Nº 56 GASTOS ADMINISTRATIVOS	132
TABLA Nº 57 PERSONAL ADMINISTRATIVO AÑO 1	133
TABLA Nº 58 PERSONAL ADMINISTRATIVO AÑO 2	134
TABLA Nº 59 PERSONAL ADMINISTRATIVO AÑO 3	135
TABLA Nº 60 PERSONAL ADMINISTRATIVO AÑO 4	136
TABLA Nº 61 PERSONAL ADMINISTRATIVO AÑO 5	137
TABLA Nº 62 GASTOS DE VENTAS	138
TABLA Nº 63 GASTOS FINANCIEROS	138
TABLA Nº 64 AMORTIZACIÓN	139
TABLA Nº 65 GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACIÓN	140
TABLA Nº 66 DEPRECIACIONES	141
TABLA Nº 67 AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS PREOPERATIVOS	141
TABLA Nº 68 SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA	142
TABLA Nº 69 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	143
TABLA Nº 70 FLUJO NETO DE EFECTIVO	145
TABLA Nº 71 BALANCE GENERAL PROYECTADO	147
TABLA Nº 72 COSTO DE OPORTUNIDAD	149
TABLA Nº 73 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	152
TABLA Nº 74 BENEFICIO COSTO	152
TABLA Nº 75 PUNTO DE EQUILIBRIO	153
TABLA Nº 76 INDICADORES FINANCIEROS	154
TABLA Nº 77 ESCENARIOS	154
TABLA Nº 78 VALIDACIÓN DE IMPACTOS	171
TABLA Nº 79 MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO	172
TABLA Nº 80 MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL	174
TABLA Nº 81 MATRIZ DE IMPACTO EDUCATIVO – CULTURAL	177

TABLA Nº 82 MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL O DE MERCADO	179
TABLA Nº 83 MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL	182
TABLA Nº 84 NIVEL DE IMPACTO	183

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO Nº 1 EXISTENCIA DEL CENTRO	30
GRÁFICO Nº 2 AREA ARTESANAL	31
GRÁFICO Nº 3 FORMA DE CAPACITACIÓN	32
GRÁFICO Nº 4 TEMA DE CAPACITACIÓN	33
GRÁFICO Nº 5 ACTIVIDAD ARTESANAL	34
GRÁFICO Nº 6 EXISTENCIA DE OTRA INSTITUCIÓN	35
GRÁFICO Nº 7 TIEMPO DE ACTIVIDAD	36
GRÁFICO Nº 8 NIVEL ECONÓMICO	37
GRÁFICO Nº 9 DIAS QUE PREFIEREN	38
GRÁFICO Nº 10 ACTIVIDAD ARTESANAL	39
GRÁFICO Nº 11 CARACTERÍSTICA DE UN SERVICIO	51
GRÁFICO Nº 12 IDENTIFICACIÓN DE LOS COMPETIDORES	63
GRÁFICO Nº 13 IMPORTANCIA	78
GRÁFICO Nº 14 INDICADORES	79
GRÁFICO Nº 15 VALOR	80
GRÁFICO Nº 16 INSTITUCIÓN	81
GRÁFICO Nº 17 FACTORES	82
GRÁFICO Nº 18 NECESIDAD	83
GRÁFICO Nº 19 POSIBILIDAD	84
GRÁFICO Nº 20 TIPO DE CURSOS	85
GRÁFICO Nº 21 IMPLEMENTACIÓN	86
GRÁFICO Nº 22 HORARIO	87
GRÁFICO Nº 23 PRECIO	88
GRÁFICO Nº 24 MÓDULOS	89
GRÁFICO Nº 25 MEDIOS DE COMUNICACIÓN	90

GRÁFICO N° 26 GENERO	91
GRÁFICO N° 27 OCUPACION	92
GRÁFICO N° 28 EDAD	93
GRÁFICO N° 29 NIVEL ACADEMICO	94
GRÁFICO N° 30 SEGMENTO POR EDAD	95
GRÁFICO N° 31 SEGMENTO SEGUN LA OCUPACION	96
GRÁFICO N° 32 CANAL DE DISTRIBUCIÓN	102
GRÁFICO N° 33 MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	106
GRÁFICO N° 34 PARROQUIA MIGUEL EGAS	107
GRÁFICO N° 35 PLANTA ARQUITECTÓNICA DEL CENTRO DE CAPACITACIÓN TÉCNICO ARTESANAL	113
GRÁFICO N° 36 FACHADA PRINCIPAL	114
GRÁFICO N° 37 DIAGRAMA DE FLUJO PARA INICIO DEL CURSO DE CAPACITACIÓN	116
GRÁFICO N° 38 DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE DISEÑO PEDAGÓGICO	118
GRÁFICO N° 39 DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE ADMISIÓN	119
GRÁFICO N° 40 ORGANICO ESTRUCTURAL	160
GRÁFICO N° 41 LOGO	167
GRÁFICO N° 42 HOJA MEMBRETADA	168
GRÁFICO N° 43 TARJETA DE PRESENTACIÓN	169
GRÁFICO N° 44 FACHADA DEL CENTRO	170

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

La Provincia de Imbabura cuenta con una gran diversidad étnica del cual podemos conocer que el Cantón Otavalo en su mayor parte comprende por la población indígena, de esta manera se ubicara en la Parroquia de Miguel Egas Cabezas Ubicado al norte de la ciudad de Otavalo, con una Población de 4.883 habitantes, con una superficie territorial de 7.980 metros cuadrados, de donde podemos conocer varias Comunidades de su jurisdicción.

La actividad económica, a la que se dedican gran parte de las comunidades son artesanales, agrícola y comercial, que por muchos años viene desarrollando un sistema paulatino de producción artesanal, así como de la agricultura, a fin de construir fuentes que le permitan interactuar el pensamiento andino, logrando conocer que la Parroquia de Miguel Egas año tras año viene fortaleciendo la producción artesanal mediante aprendizajes hereditarios de padres a hijos haciendo de la producción artesanal un medio alternativo de sobrevivencia y de hechos es la base fundamental de la economía.

En la actualidad la mayor parte de la población de la Parroquia de Miguel Egas "Peguiche" Cantón Otavalo Provincia de Imbabura se dedica a la actividad textil artesanal por cuanto se ha logrado conocer varias dificultades en el desarrollo productivo que imposibilita mantener mayor capacidad de producción como: chales, chalinas, gorras, bufandas, sacos entre otras artesanías manuales.

Esto permite conocer que existen más de 400 talleres con telares mecánicos y manuales, ocupando un 75 % del total de la población activa. Toda la

producción de este inmenso y común taller se distribuye a mercados locales, nacionales e internacionales, que por sus diseños y formas coloridas son muy conocidas y eso exige mayor calidad, diseños y colores en el que permite fortalecer dichas actividades.

Tomando en cuenta la falta de conocimientos técnicos en sus actividades no se ha logrado conocer medios que les genere y fortalezca sus conocimientos encada una de sus ámbitos correspondientes, cada artesano y su familia trabajan independientemente, por cuanto el aprendizaje se hace en forma práctica, hereditaria, de padres a hijos sin un sustento técnico y dura aproximadamente un año el adiestramiento. Cada familia microempresaria elabora sus artesanías en base a los conocimientos transmitidos dentro de su familia sin tomar en cuenta la buena utilización de la materia prima, el tiempo de producción, mano de obra, están involucrados todos los integrantes de una familia en el que colaboran con la mano de obra y por cuanto hasta el momento no se ha tomado en cuenta.

Razón por el cual se ha encontrado dificultades en el momento de la comercialización de producto en el que existe el desconocimiento de diferentes aspectos como: la mano de obra, el tiempo de producción, materia prima utilizada, maquinarias entre otros, la mayor parte de los productores no conocen el margen de utilidad producida por cada artesanía vendida, por lo general la mercadería se comercializa más a comerciantes intermediarios por cuanto los productores casi no perciben ni el costo de producción. Por tanto existe bajo nivel de vida, artesanos pobres, dependientes de una sola actividad productiva con sistemas tradicionales demasiados rudimentarios que no garantizan una buena productividad sola la habilidad y experiencia permiten que estos puedan sobrevivir de sus artesanías.

El sistema de comercialización basado estrictamente en la intermediación, afectaba considerablemente a los productores, por los bajos precios que

impone el sistema, los mismos que no cubren los costos de producción, de no existir en el mediano plazo políticas de manejo adecuado de producción esto se verá afectado por los procesos económicos, sociales, culturales y ambientales que en torno a ella también sufrirían serios cambios en el desarrollo económico de las familias. La falta de diversificación de un nuevo diseño, colores y precios no permite a esta actividad incursionar en mercados internacionales en forma eficiente, tomando en cuenta que solo la tradición ha sido el elemento dinamizador del mercado, en muchos de los casos los artesanos tienen pérdidas por el desconocimiento del proceso productivo a pesar de eso, siguen en la elaboración de las mismas por lo que dicen, que es de lo que ellos viven y saben hacer.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional del entorno para la creación de un centro de capacitación técnico artesanal que permita determinar los principales aspectos geográficos, demográficos, sociales, económicos para brindar mayores oportunidades de desarrollo.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Realizar un análisis geográfico para determinar los aspectos generales en la ubicación y organización de la empresa.
- ❖ Determinar los principales aspectos demográficos que permita conocer a la población.
- ❖ Identificar los factores legales que permitan la apertura adecuada del centro
- ❖ Determinar los sistemas de capacitación de acuerdo a las necesidades de los artesanos.
- ❖ Analizar la estructura organizacional que tiene este tipo de empresa

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- Capacitación
- Actividad artesanal

1.3.1. INDICADORES DE LAS VARIABLES

1.3.1.1. CAPACITACIÓN

- Nivel de aceptación
- Forma de capacitación
- Área de capacitación
- disponibilidad

1.3.1.2. ACTIVIDAD ARTESANAL

- Tipo de actividad
- Centro de capacitación
- Tiempo
- Mejoramiento económico

1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.

TABLA Nº 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS	PUBLICO META
Determinar el nivel de aceptación en relación a la capacitación a los artesanos de la parroquia de Miguel Egas.	Capacitación	Nivel de aceptación	Primaria	Encuesta	Artesanos de la parroquia Miguel Egas
		Forma de capacitación	Primaria	Encuesta	Artesanos de la parroquia Miguel Egas
		Área de capacitación	Primaria	Encuesta	Artesanos de la parroquia Miguel Egas
		Disponibilidad	Primaria	Encuesta	Artesanos de la parroquia Miguel Egas
Identificar el tipo de actividad artesanal que tienen los artesanos de la parroquia Miguel Egas.	Actividades artesanal	Tipo de actividad	Primaria	Encuesta	Artesanos de la parroquia Miguel Egas
		Centro de capacitación	Primaria	Encuesta	Artesanos de la parroquia Miguel Egas
		Tiempo	Primaria	Encuesta	Artesanos de la parroquia Miguel Egas
		Mejoramiento económico	Primaria	Encuesta	Artesanos de la parroquia Miguel Egas

1.5. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La investigación se desarrollara en el Cantón Otavalo, Parroquia de Miguel Egas Cabezas, en donde se recabó la información relevante para el proyecto, y se determinó el tamaño de la muestra de los posibles consumidores potenciales del servicio, para lo cual se tomara en cuenta a los diferentes artesanos y comerciantes de la parroquia.

Tenemos como consumidores potenciales a los artesanos la Parroquia de Miguel Egas Cabezas y a sus distintas comunidades aledañas por tanto se han tomado datos proporcionados por la Junta Parroquial de Miguel Egas Cabezas la cual mantiene un total de 3.662 habitantes que se dedican a la actividad y comercio artesanal.

1.6. CALCULO DE LA MUESTRA

Con el fin de determinar una muestra para la realización del diagnóstico se ha considerado el número de artesanos existentes dentro de la parroquia de Miguel Egas que suman un total de 3662 artesanos.

Formula

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Datos

N= Tamaño de la población	=	3662
δ= Varianza	=	0.5
Z= Nivel de confianza	=	(1.96)
E= Nivel de error	=	(0.05)
n= Tamaño de la muestra	=	X

$$n = \frac{(3662) \cdot (0.5)^2 \cdot (1.96)^2}{(3662-1) \cdot (0.05)^2 + (0.5)^2 \cdot (1.96)^2}$$

$$n = \frac{(3662) \cdot (0.25) \cdot (3.84)}{(3661) \cdot (0.0025) + (0.25) \cdot (3.84)}$$

$$n = \frac{3515.52}{9.15 + 0.96}$$

$$n = \frac{3515.52}{10.11} = 347.72$$

$$n = 347$$

1.7. RESULTADOS OBTENIDOS

El tamaño de la muestra fue de 347 lo cual se realizó 347 encuestas dirigidas a los artesanos lo cual permitirá conocer el grado de aceptación del servicio.

1.8. TÉCNICAS DE LA INFORMACIÓN

TÉCNICAS

Las técnicas que se utilizaron para el desarrollo del diagnóstico situacional fueron la encuesta y la entrevista

INSTRUMENTOS

Para la aplicación de las técnicas de la encuesta y entrevista se elaboró instrumentos de recolección de datos los cuales se desarrollaron de acuerdo a la matriz de variables.

1.9. INFORMACIÓN PRIMARIA

Para el levantamiento de la información primaria se utilizaron la técnica de la encuesta que fue aplicada a los 347 artesanos de la parroquia Miguel

Egas, y la entrevista que se aplicó a la Tgla. Brenda Enríquez responsable de Gestión Operativa del SECAP de Ibarra

- **Encuesta.** Se aplicó la técnica de la encuesta a 347 artesanos de la parroquia Miguel Egas.
- **Entrevista.** La técnica de la entrevista se aplicó a la Tgla Brenda Enríquez responsable de Gestión Operativa del SECAP de Ibarra, con la finalidad de obtener información referente a los cursos de capacitación que actualmente brindan a las parroquias rurales de la provincia de Imbabura.

1.10. INFORMACIÓN SECUNDARIA

Para la elaboración del diagnóstico se fundamentó en la información secundaria sobre los requisitos técnicos, legales y ambientales en organismos como el Servicio de Rentas Internas (SRI) y Ministerio del Ambiente para el buen funcionamiento del centro de capacitación. Se utilizó información bibliográfica de libros, páginas de internet sobre aspectos técnicos en la capacitación.

1.11. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Encuestas dirigidas a los diferentes artesanos de la Parroquia de Miguel Egas.

1. ¿Le gustaría que en su parroquia exista un centro de capacitación?

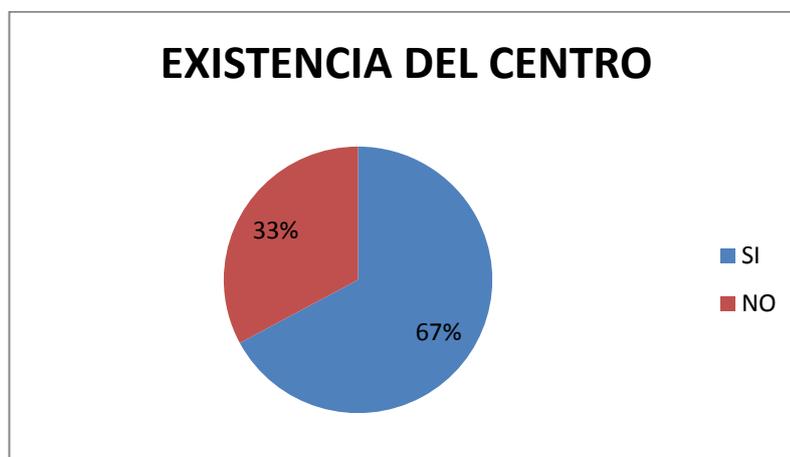
TABLA Nº 2 EXISTENCIA DEL CENTRO

FRECUENCIA	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	233	67%
NO	114	33%
TOTAL	347	100%

Fuente: Artesanos

Elaborado por: Mirian Toapanta

GRÁFICO Nº 1 EXISTENCIA DEL CENTRO



ANÁLISIS

De acuerdo a los datos adquiridos en la investigación se puede conocer que la mayor parte de la población le gustaría que exista un centro de capacitación técnico artesanal también por cuanto le facilitaría en su movilidad si esto se ubica en la parroquia.

2. ¿Le gustaría a usted capacitarse en el área artesanal?

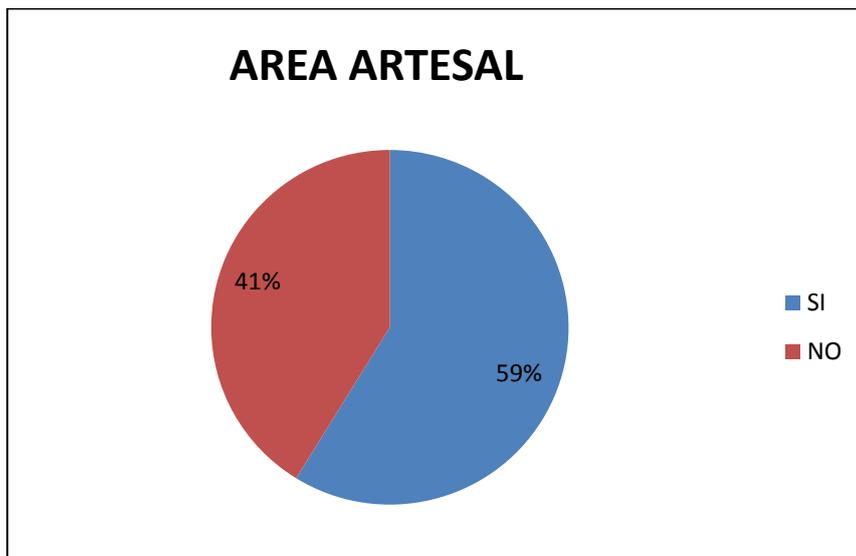
TABLA Nº 3 ENCUESTA

FRECUENCIA	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	204	59%
NO	143	41%
TOTAL	347	100%

Fuente: Artesanos.

Elaborado por: Mirian Toapanta.

GRÁFICO Nº 2 AREA ARTESANAL



ANÁLISIS

De acuerdo a la información adquirida se puede conocer que la mayor parte de los artesanos tiene la necesidad de mantener una capacitación técnico artesanal ya que carecen de desconocimiento en varios ámbitos, que mediante la capacitación se lograra mejorar sus conocimientos.

3.- ¿De qué forma le gustaría capacitarse?

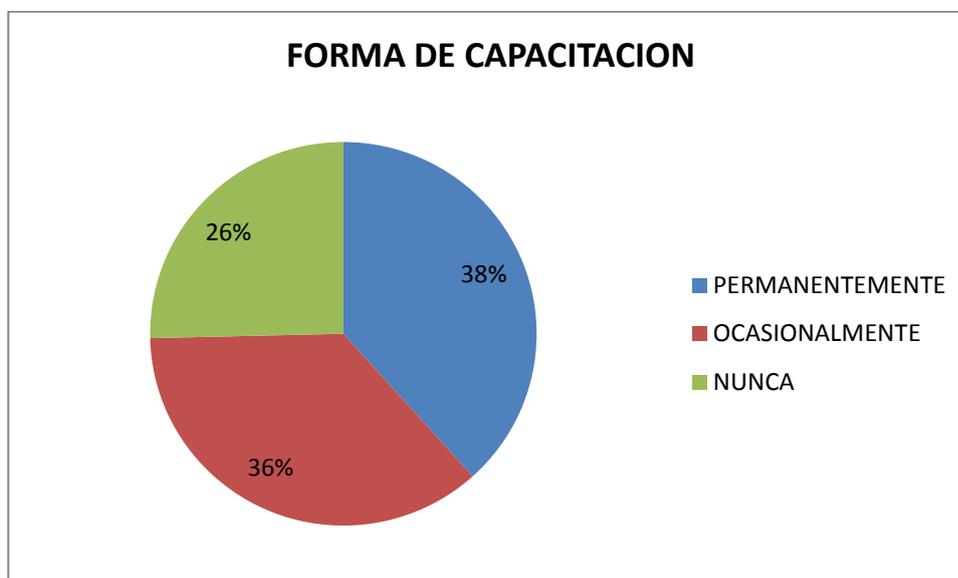
TABLA Nº 4 ENCUESTA

CATEGORÍA	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
PERMANENTEMENTE	133	38%
OCASIONALMENTE	126	36%
NUNCA	88	26%
TOTAL	347	100%

Fuente: Artesanos

Elaborado por: Mirian Toapanta

GRÁFICO Nº 3 FORMA DE CAPACITACIÓN



ANÁLISIS

Gran parte de los encuestados indican que es necesario mantener una capacitación constante ya mejoraría su nivel de producción, comercialización por ende aprenderían a mantener un buen manejo y administración de sus microempresas, por cuanto viven de la actividad artesanal.

4.- ¿En qué área se ha capacitado?

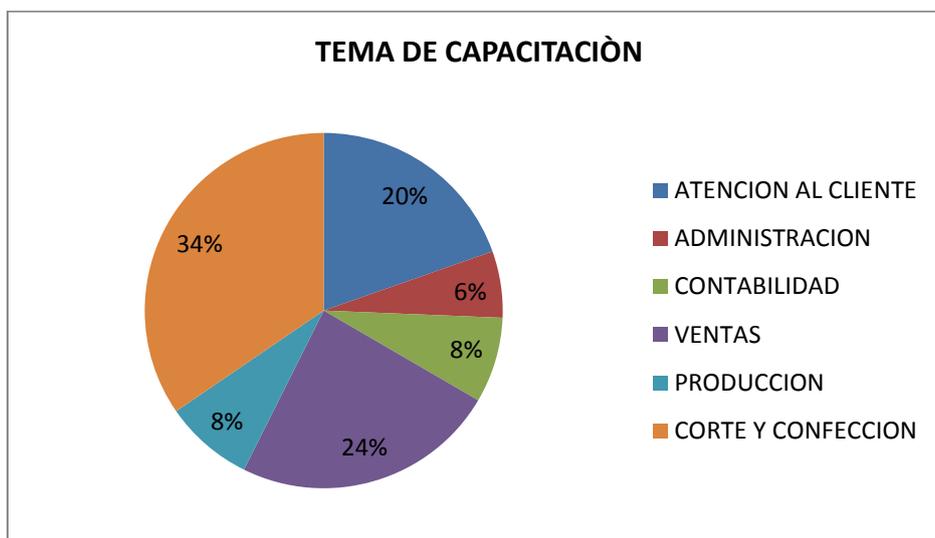
TABLA Nº 5 ENCUESTA

CATEGORÍA	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
ATENCIÓN AL CLIENTE	68	20%
ADMINISTRACIÓN	21	6%
CONTABILIDAD	27	8%
VENTAS	83	24%
PRODUCCIÓN	28	8%
CORTE Y CONFECCIÓN	120	18%
TOTAL	347	100%

Fuente: Artesanos

Elaborado por: Mirian Toapanta

GRÁFICO Nº 3 TEMA DE CAPACITACIÓN



ANÁLISIS

Mediante esta investigación podemos identificar que gran parte de los encuestados mantienen conocimientos leves adquiridos a base de su experiencia laboral en el medio en el que se desempeña más bien no por una formación académica ya que gran parte de los artesanos se han dedica a la labor artesanal desde muy temprana edad, adquiriendo conocimientos de acuerdo al medio en el que se encuentran.

5.- ¿A qué actividad artesanal se dedica?

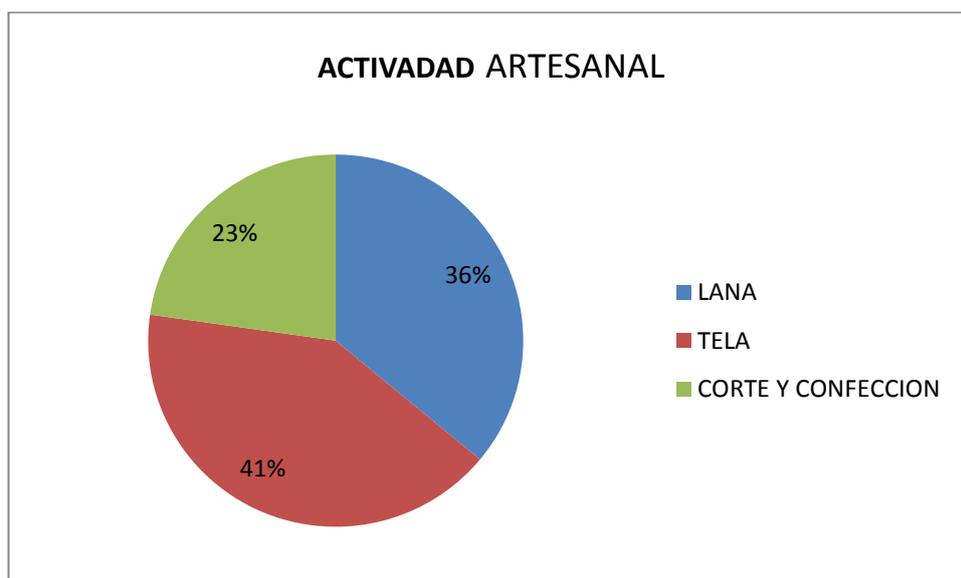
TABLA Nº 6 ENCUESTA

CATEGORÍA	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
LANA	125	36%
TELA	143	41%
CORTE Y CONFECCIÓN	79	23%
TOTAL	347	100%

Fuente: Artesanos

Elaborado por: Mirian Toapanta

GRÁFICO Nº 4 ACTIVIDAD ARTESANAL



ANÁLISIS

A través de estos datos se puede determinar la actividad potencial que mantienen los microempresarios dentro de la parroquia, por ende se puede motivar a una capacitación conociendo sus actividades y de la misma forma satisfaciendo necesidades de acuerdo a sus actividades.

6.- ¿En su lugar de residencia existe alguna institución que se dedique a la capacitación técnico artesanal?

TABLA N° 7 ENCUESTA

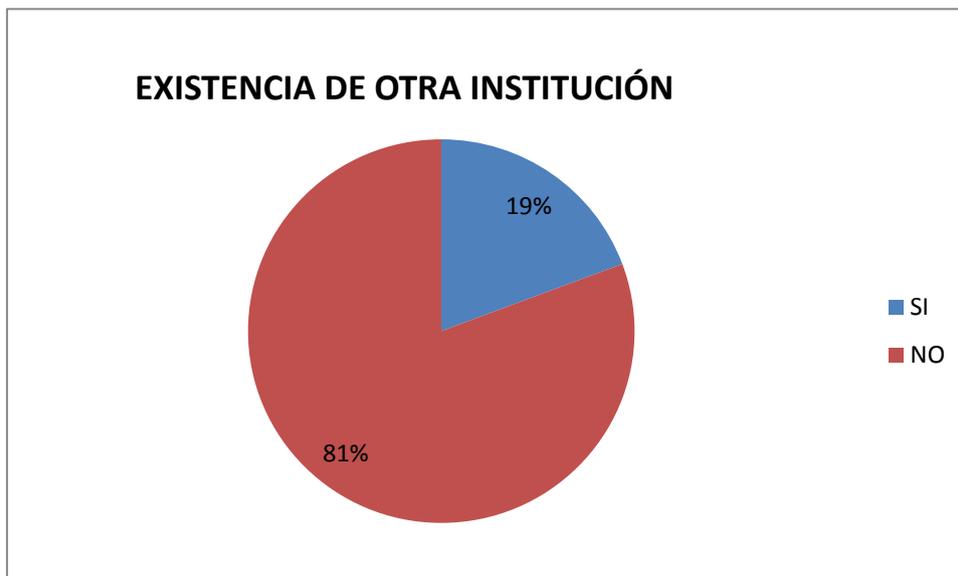
CATEGORÍA	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	67	19%
NO	280	81%
TOTAL	347	100%

Fuente: Artesanos

Elaborado por: Mirian Toapanta

GRÁFICO N° 5 EXISTENCIA DE OTRA INSTITUCIÓN

ANÁLISIS



Es sumamente importante conocer si el tipo de actividad en estudio es único o podemos conocer la existencia de otras instituciones que brinden el mismo servicio dentro de la población establecido, por ende se conoce que dentro de la parroquia solo existe una asociación que busca interactuar con los artesanos interesados en los beneficios prestados por los mismos

7.- ¿Cuánto tiempo se ha dedicado a su actividad artesanal?

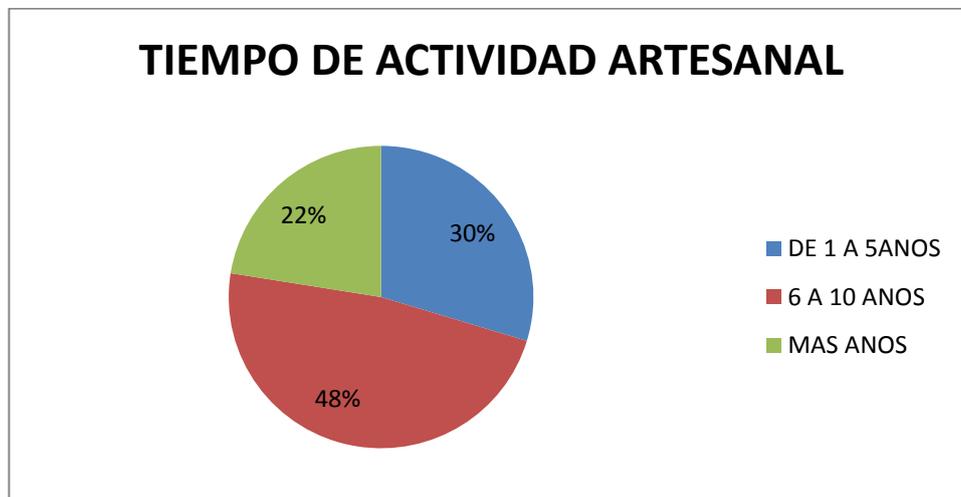
TABLA Nº 8 ENCUESTA

CATEGORÍA	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
DE 1 A 5 AÑOS	103	30%
6 A 10 AÑOS	166	48%
MAS AÑOS	78	22%
TOTAL	347	100%

Fuente: artesanos

Elaborado por: Mirian Toapanta

GRÁFICO Nº 6 TIEMPO DE ACTIVIDAD



ANÁLISIS

Mediante la investigación se puede conocer que las personas vienen dedicándose a la actividad artesanal desde muy temprana edad ya que los conocimientos son hereditarios de padres a hijos y lo van perfeccionando con el pasar de los años, así mismo se van independizando en su actividad económica conforme al entorno familiar en el que se encuentran.

8.- ¿Cree usted que capacitarse en el área artesanal mejoraría su nivel económico?

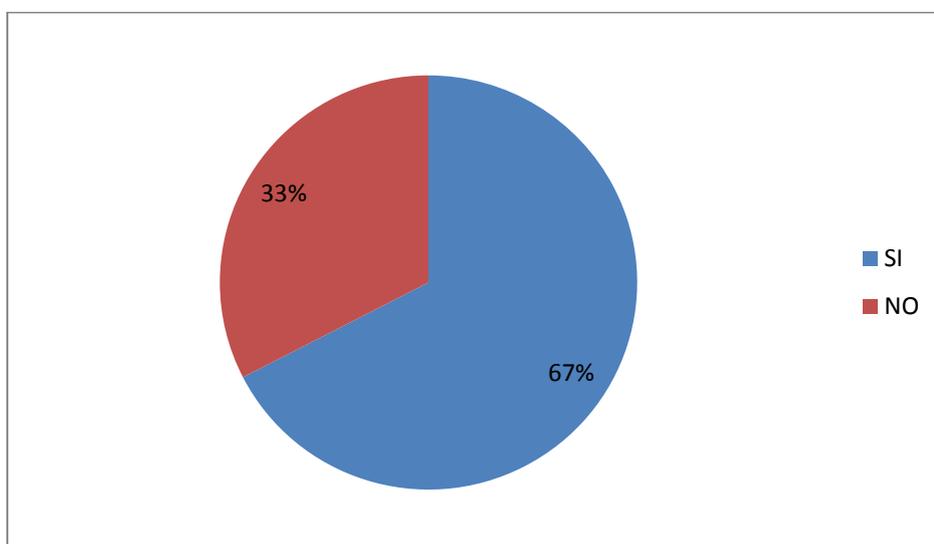
TABLA N° 9 ENCUESTA

CATEGORÍA	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	234	67%
NO	113	33%
TOTAL	347	100%

Fuente: Artesanos

Elaborado por: Mirian Toapanta

GRÁFICO N° 7 NIVEL ECONÓMICO



ANÁLISIS

uno de los factores para mejorar la calidad de vida de las personas viene siendo el mantenerse capacitándose constantemente en el area que mejor se desenvuelve, en este caso los artesanos dan a conocer que lacapacitacion permite estar al margen de las exigencias del mercado y porende mejorarian su niveleconomico.

9.- ¿Qué días estaría usted dispuesto a recibir la capacitación?

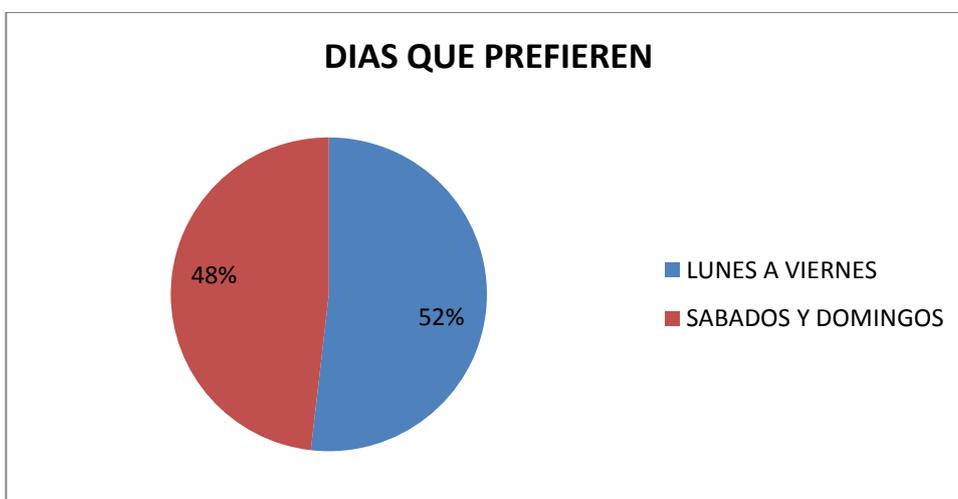
TABLA N° 10 ENCUESTA

CATEGORÍA	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
LUNES A VIERNES	228	52%
SÁBADOS Y DOMINGOS	119	48%
TOTAL	347	100%

Fuente: Artesanos

Elaborado por: Mirian Toapanta

GRÁFICO N° 8 DIAS QUE PREFIEREN



ANÁLISIS

Se puede conocer que la mayor parte de las personas encuestadas están dispuestas a mantener una capacitación conforme el tiempo los permita por cuanto están dispuestos a escoger las capacitaciones los días hábiles laborables por cuanto los fines de semana se dedican a la comercialización de sus artesanías.

10.- ¿La actividad artesanal a la que se dedica es?

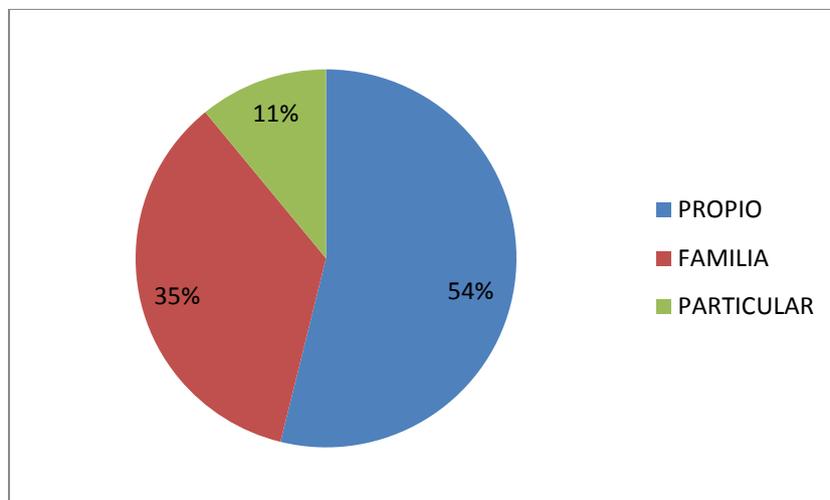
TABLA Nº 11 ENCUESTA

CATEGORÍA	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
PROPIO	133	54%
FAMILIA	87	35%
PARTICULAR	27	11%
TOTAL	247	100%

Fuente: Artesanos

Elaborado por: Mirian Toapanta

GRÁFICO Nº 9 ACTIVIDAD ARTESANAL



ANÁLISIS

La actividad económica a la que se dedica la mayor parte de los artesanos son propios y esto facilita su actividad económica.

Entrevista aplicada a la Tgla. Brenda Enríquez encargada de Gestión Operativa del SECAP – Ibarra

La entrevista se aplicó en las oficinas del SECAP de Ibarra a la Tgla. Brenda Enríquez quien es la responsable de gestión operativa, con la finalidad de establecer la oferta de cursos que tiene el SECAP en el área artesanal, para el cantón Otavalo. La entrevista se aplicó el día 10 julio del año 2013 a las 14:30.

El SECAP promueve el desarrollo del sector micro empresarial a través de la ejecución de programas de capacitación a pequeños microempresarios mediante talleres, seminarios, cursos, conferencias, charlas, y la agilización en trámites pertinentes a la creación de un negocio, como patentes, permisos de uso de suelo, entre otros. Las políticas que rigen a toda microempresa se encuentran plasmadas en la Ley General de Microempresas en la cual se distinguen todos los puntos concernientes a la creación y funcionamiento de un pequeño negocio. Los requisitos mínimos para la instalación de una microempresa son: obtener el RUC que es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivos proporcionar información a la administración tributaria, patente municipal que es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en el Cantón, y en general depende del tipo de microempresa a emprender como Registros Sanitarios, marcas, inscripciones en las diferentes entidades que regulan el sector micro empresarial.

Análisis

Uno de las tantas actividades que el municipio realiza es también la oferta de capacitaciones a los microempresarios de las comunidades que requieran de capacitaciones en la creación de microempresas mediante

talleres que transmiten sus conocimientos en el área de producción comercialización o diseños de nuevos productos.

1.12. TABLA Nº 12 MATRIZ AOR

ALIADOS	OPONENTES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser una empresa pionera en el servicio de capacitación para los artesanos de la parroquia Miguel Egas. 2. Infraestructura adecuada para el desarrollo de las diferentes actividades. 3. Cumplir con las normas técnicas de accesibilidad y seguridad. 4. Ubicación adecuada de acuerdo al requerimiento de los usuarios. 5. Ofertar servicios de calidad que estén acordes a las necesidades de los usuarios. 6. Contar con talento humano capacitado en talleres de corte y confección. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nivel de financiamiento para la inversión del proyecto. 2. Débil posicionamiento inicial por ser una empresa nueva con estos servicios.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación como líder en la prestación de servicios de capacitación parroquia Miguel Egas y el cantón Otavalo. 2. Ofertar servicios y productos que cubran las expectativas de los clientes. 3. Generar una empresa rentable con óptimos índices de eficiencia. 4. Optimo Posicionamiento en el mercado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planes de marketing costosos. 2. Posición en el mercado de nuevos centros de capacitación 3. No ajustarse a la tecnología de otros centros similares. 4. Baja satisfacción de sus clientes.

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: la autora

1.13. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

Una vez realizado el diagnóstico situacional se establece que existe oportunidad para la creación del centro de capacitación técnico artesanal en la parroquia Miguel Egas del cantón Otavalo, fundamentado en los siguientes criterios:

- Actualmente el SECAP es la única institución que oferta cursos de capacitación en el área artesanal, pero no exclusivamente a la población económicamente activa dedicada a la producción y comercialización de artesanías de la parroquia Miguel Egas.
- Que la población económicamente activa de la parroquia Miguel Egas se dedica en un gran porcentaje a la producción y comercialización de artesanías por lo que requieren generar nuevos conocimientos y habilidades prácticas mediante cursos de capacitación que les permita mejorar y fortalecer sus procesos de producción y comercialización así, como innovación en sus productos.
- La implementación de un centro de capacitación técnico artesanal, requiere de la legalización en el Ministerio de Relaciones Laborales con la finalidad de que los certificados que se entreguen a los participantes de los cursos sean reconocidos por esta institución lo que promoverá que exista un mercado potencial de participantes en los cursos que desarrolle este centro de capacitación.
- Una vez realizada la investigación se ha determinado que existen las condiciones necesarias para la formulación de un proyecto determinado. **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN TÉCNICO ARTESANAL EN LA PARROQUIA DE MIGUEL EGAS, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS

2.1. EMPRESA

2.1.1. DEFINICIÓN

*Según ANZOLA Servulo (2010) define como **'Empresa es toda aquella organización o grupo que realiza actividades comerciales e industriales y que provee bienes y servicios para mantener y mejorar la calidad de vida de las personas. Una compañía puede ser pequeña y estar manejada por una sola persona, tal como un taller de reparación de calzado o de tapiz.'***

Empresa son aquellas que se dedican a la producción de bienes o servicios por ende creando fuentes de trabajo o la producción de un bien o servicio de la misma forma generando ingresos económicos tanto institucionales \como personales.

2.1.2. IMPORTANCIA DE LA EMPRESA

Según Cucker,(2009)La importancia de una empresa radica en inculcar los valores a los propios empleados de forma que dichos valores afecten a las relaciones que se mantienen con los clientes. Estos valores o formas de comportarse pueden parecer a priori como obligaciones so imposiciones de la empresa hacia sus empleados. En ocasiones no se entiende la política empresarial ni se sabe porque se toman las medidas que se toman. Muchas veces los empleados deben de vestir con ropas determinadas, realizar llamadas siempre de la misma forma, evitando decir ciertas palabras o despidiéndose siempre de la misma manera.

La imagen de la empresa también se ve revalorizada de cara al exterior. Muchas empresas regalan productos, pagas extras, ayudan con el seguro médico, con los estudios de los niños, etc. Este tipo de valores son los

que caracterizan una buena empresa y le otorgan el valor de importancia que tanto el trabajador como el cliente demandan.

Muchas empresas adoptan estos criterios éticos en sus negocios, su imagen se ve menos explotadora. A menudo utilizan el comercio justo, realizan campañas publicitarias exponiendo su forma de actuar. En el largo plazo, se ha demostrado que esta actitud se percibe en el cliente y se consigue una mayor lealtad. No todo es hacer dinero a cualquier precio.

Ya vemos por tanto y para concluir que la importancia de una empresa no siempre reside en la cantidad de dinero que gana sino en otros valores que cuiden de la imagen, de los empleados y de los clientes. Porque todo empresario sabe que para que una empresa camine bien, debe ayudar a la gente y debe beneficiar a todos para beneficiarse a sí misma.

- Empresas intensivas en tecnología
- Empresas intensivas en mano de obra
- Empresas poco intensivas en mano de obra y tecnología.

2.2. CAPACITACIÓN

2.2.1. DEFINICIÓN

Dalf, R. (2010). Para influir de modo directo en los resultados de la organización hay que dar la oportunidad de capacitarse no solo en las áreas específicas de la tarea también es indispensable abarcar áreas como comunicación, trabajo en equipo, creatividad, desarrollo de la inteligencia y práctica del liderazgo; es decir propugnar por una capacitación integral.

Se tiende a creer que la capacitación es uno de los aspectos fundamentales de toda la compañía y que será que la determine la diferencia entre las naciones.

2.2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA CAPACITACIÓN

Dalf, R. (2010). La capacitación integral tiene por objeto crear un proyecto enfocado a la transmisión de conocimientos en materias de: organización, administración, mejoras del proceso productivo, nuevas tecnologías, sustentabilidad, salud ocupacional, dignificación de la vida artesanal, protección jurídica y comercialización, a través de un diagnóstico artesanal. La asistencia técnica se orienta a atender una necesidad específica vinculada al proceso productivo de los artesanos, mediante la incorporación de nuevas tecnologías y la transferencia de conocimientos específicos con el fin de resolver problemas dentro del proceso de producción y correcciones técnicas en la elaboración de la pieza artesanal, actualizar el diseño y uso de materiales.

2.2.3. IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN

Dalf, R. (2010). La importancia de la capacitación es fomentar la producción del sector artesanal local, buscar alternativas para su desarrollo, mediante un equipo multidisciplinario que otorgará asesoramiento técnico para mejorar los procesos de producción y comercialización de las artesanías,

La artesanía productiva se constituye en una forma alternativa de comercio que con baja escala de producción y bajo nivel tecnológico, generan fuentes de empleo. La actividad artesanal mantiene varios mecanismos rudimentarios en comercialización, tecnologías, marketing, diseño y capacitación de mano de obra, para adquirir gradualmente la cantidad de artesanos calificados que generen ingresos económicos en función de sus capacidades.

Mediante la capacitación técnico artesanal se Contribuirá al desarrollo de la producción artesanal para elevar la calidad de vida de los pobladores y optimizar los recursos materiales, económicos y humanos mediante la capacitación artesanal con proyección a la implementación de

2.2.4. VENTAJAS EN LA CAPACITACIÓN TÉCNICO ARTESANAL

- ❖ Logra alcanzar una rentabilidad más alta y a actitudes más positivas.
- ❖ Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
- ❖ Eleva la moral de la fuerza de trabajo.
- ❖ Ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la organización.
- ❖ Crea mejor imagen.
- ❖ Mejora la relación jefes-subordinados.
- ❖ Es un auxiliar para la comprensión y adopción de políticas.
- ❖ Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- ❖ Promueve al desarrollo con vistas a la promoción
- ❖ Incrementa la productividad y calidad del trabajo.

2.2.5. ESTILOS DE APRENDIZAJE

Según Duane, (2009) La función general de la capacitación y el desarrollo implican la adquisición de conocimientos y habilidades. Los mismos que deben mejorar en forma continúan sus habilidades en un ambiente cambiante y cada vez más competitivo.

Los individuos progresan en el aprendizaje por interés, o sea en la medida necesaria para lograr sus propósitos, el mejor momento para aprender es cuando el aprendizaje puede ser útil.

La orientación debe ser práctica y los artesanos deben comprender de qué manera agrega valor a cada una de sus microempresas, el porqué de los objetivos de capacitación y desarrollo y a posterior, percibir el impacto positivo de estas acciones.

2.3. FORMACIÓN O CAPACITACIÓN

Según Siliceo, (2009)El proceso de formación tiene como propósito fundamental mejorar el rendimiento actual y futuro de los colaboradores de una organización mediante el perfeccionamiento de sus competencias técnicas y profesionales, y el enriquecimiento de sus conocimientos específicos, habilidades y actitudes. Incluye los siguientes subprocesos:

- Análisis de las necesidades
- Objetivos
- Plan
- Evaluación de la formación

2.3.1. ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES

El objetivo básico de esta fase de la administración del talento humano es identificar las necesidades reales de formación de los trabajadores de una organización. Desde el ámbito de perfeccionamiento de competencias, las necesidades de formación nacen de la diferencia o desfase existente entre las competencias que poseen un trabajador y las que son deseables o requeridas para realizar las funciones de un puesto de trabajo.

2.3.2. DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE FORMACIÓN

El propósito fundamental consiste en establecer la manera concreta los resultados que se espera obtener una vez desarrollado el proceso de formación. Para ello se define el respectivo objetivo, el cual debe estar debidamente alineado con las políticas del área de gestión y la misión y visión de la organización. Posteriormente se identifica un conjunto de objetivos que servirán de apoyo, a su vez, estarán directamente

relacionados con los propósitos de mejoramiento de las competencias, conocimientos, habilidades, destrezas y/o actitudes del trabajador.

2.3.3. DESARROLLO Y APLICACIÓN DEL PLAN DE FORMACIÓN

Este proceso consiste en el diseño y puesta en marcha de un plan concreto de formación, a partir de las necesidades y los objetivos formulados. El plan concreto debe tener en cuenta, entre, otros, los siguientes aspectos: que contenidos se van a desarrollar, cuál será la duración del proceso, donde y cuando se realizara, quienes serán las personas que desarrollaran el proceso de formación y quienes los destinatarios, cual serán las técnicas y/o mediaciones pedagógicas que se utilizaran y cual el costo de la actividad.

2.3.3.1. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

El propósito fundamental de este subproceso es determinar objetivamente los cambios y/o modificaciones alcanzados en la organización a partir del proceso de formación. Se deben medir cuantitativamente y cualitativamente aspectos específicos referentes, entre otros, a la satisfacción y compromiso real de los participantes del proceso, el incremento de sus competencias, conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes, el mejoramiento en los resultados de su gestión laboral y la participación en el cumplimiento de la misión y visión de la organización.

2.3.3.2. CENTRO DE CAPACITACIÓN

Según Siliceo,(2009) el centro de capacitación es una unidad económica que tiene como misión desarrollar competencias en las personas, para que sean más productivas, creativas e innovadoras. Mediante la capacitación las personas pueden asimilar información, aprender habilidades, desarrollar actitudes y comportamientos diferentes.

2.4. ASPECTOS LEGALES PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE CAPACITACIÓN

Para el funcionamiento del centro de capacitación se debe contar con varios requisitos que permita el buen funcionamiento legal.

Registro único de contribuyente (RUC)

Dentro de este aspecto legal, están obligados a registrarse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales o extranjeros que inicien o realicen cualquier actividad económica en forma permanente u ocasional, sean titulares de bienes y derechos que obtengan o generan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación.

Requisitos:

- a) Cedula de ciudadanía o identidad
- b) Recibo de agua luz o teléfono
- c) Llenar el formulario único

Patente municipal

Según lo establecido por la Ley Orgánica de Régimen Municipal la obtención de este documento es obligatoria para realizar cualquier actividad económica. Los requisitos son:

- a) RUC
- b) Cedula de ciudadanía
- c) Formulario de declaración de patente

2.4.1.1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

Todo tipo de empresa sea de cualquier tipo de actividad, por lo general requiere de su etapa antes, durante y después de su operación normal de fuentes de ingreso que le permitan financiarse a fin de lograr subsistir o iniciarse.

Por lo general el financiamiento puede ser analizado desde tres tipos de fuentes:

- a) Propias
- b) Crédito a corto y a largo plazo
- c) Proveedores

2.4.1.1.1. FUENTES PROPIAS.

Denominadas así por cuanto sus capitales (bienes, físicos o valores monetarios), son de propiedad de la persona (s) propietarias de la empresa en negocio por lo que se le denomina capital social.

2.4.1.1.2. FUENTES POR CRÉDITOS A CORTO Y LARGO PLAZO.

Están representados por los denominados préstamos sobre firmas o por hipotecas, quienes conceden estos préstamos son los Bancos, Cooperativas, Financieras, Mutualistas, e incluso prestamos de terceros.

2.5. SERVICIOS

2.5.1. DEFINICIÓN

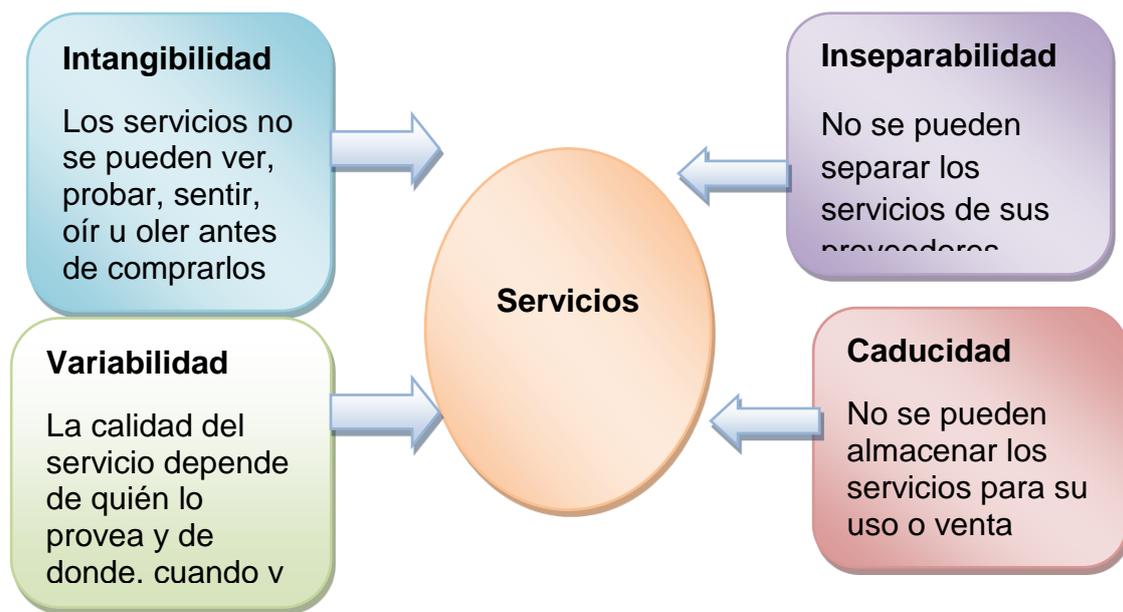
Según Kotler& Armstrong, (2008)“Los servicios son una forma de producto consistente en actividades prestaciones o satisfacciones ofrecidas para la venta, que son esencialmente intangibles y que no dan lugar a la propiedad de nada.”

Según el autor manifiesta que el servicio es la ejecución de venta de una actividad en satisfacción del cliente, la venta de esta actividad viene siendo en forma intangible ya que la venta de este producto no se lo puede tocar sino más bien cumple con los requerimientos establecidos por los contratantes, esto permite que las empresas contratantes queden satisfechos con el servicio solicitado.

2.5.2. NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DE UN SERVICIO

Según Kotler & Armstrong, (2008) Una empresa debe analizar cuatro características especiales cuando diseña el programa de marketing: intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y caducidad.

GRÁFICO Nº 10 CARACTERÍSTICA DE UN SERVICIO



Fuente: Kotler & Armstrong, (2008)

2.5.3. CADENA DE UTILIDAD DEL SERVICIO

Según Kotler & Armstrong, (2008) En el negocio de los servicios, el cliente y el empleado de primera línea del servicio interactúan para crear el servicio. La interacción eficaz, a su vez, depende de las habilidades de los empleados de primera línea del servicio y de los procesos de respaldo

que apoyan a estos empleados. Así las empresas de servicios de éxito centran su atención tanto en los clientes como en sus empleados, y analizan la cadena de utilidad del servicio, que vincula los beneficios de la empresa a la satisfacción de los empleados y los clientes. Esta cadena está compuesta por cinco eslabones:

1. **Calidad interna del servicio:** selección y formación superiores de los empleados, un entorno laboral de calidad, y fuerte apoyo de los clientes
2. **Empleados de servicios satisfechos y productivos:** empleados más satisfechos, leales y trabajadores, lo que genera...
3. **Mayor valor del servicio:** una prestación del servicio y una creación del valor para el cliente más eficientes y eficaces, lo que permite obtener...
4. **Cientes satisfechos y leales:** cliente satisfechos que permanecen leales, repiten las compras y recomiendan el servicio a otros clientes, lo que da lugar a...
5. **Buenos beneficios y crecimiento del servicio:** un mayor desempeño de la empresa de servicios.

2.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

2.6.1. ORGANIGRAMAS

2.6.1.1. DEFINICIÓN

Según Bernal, (2008) La estructura organizacional se representa gráficamente por lo que se conoce como el organigrama, donde se muestra de manera visual la división formal del trabajo tanto por niveles jerárquicos (por ejemplo directivos jefes operarios), por productos (por ejemplo, automóviles, vehículos de carga, maquinaria de construcción).

Un organigrama permite visualizar los niveles jerárquicos de un área de trabajo de una institución en forma gráfica, permitiendo conocer la

formación ordenada siendo una herramienta que permite desarrollar las actividades en forma ordenada.

2.6.1.2. TIPOS DE ORGANIGRAMAS

Según Bernal, (2008) Toda estructura de una organización incluso una con grandes deficiencias, se puede presentar de una forma gráfica señalando simplemente las relaciones entre los departamentos a lo largo de las líneas principales de autoridad, por tal razón la forma como la organización describe su estructura en la cual especifica las redes de autoridad y toda aquella comunicación formal en la organización, se denomina un Organigrama.

Puesto que el organigrama muestra las líneas de autoridad para tomar decisiones, en ocasiones el simple hecho de presentar la organización en una gráfica puede mostrar las incoherencias y confusión lo cual facilitara corrección.

2.6.1.2.1. ORGANIGRAMAS VERTICALES

Según Bernal, (2008) En los organigramas verticales, cada puesto subordinado a otro se presenta por cuadros en un nivel inferior, ligados por líneas que representan la comunicación de responsabilidad y autoridad.

De cada cuadro del segundo nivel se sacan líneas que indican la comunicación de la autoridad y la responsabilidad a los puestos que dependen de él y así sucesivamente. Se presenta en forma de pirámide, es decir, arriba estará la autoridad más importante y abajo el trabajador con menos poder y decisión.

Este organigrama representa una pirámide jerárquica, ya que las unidades se desplazan según su jerarquía de arriba abajo en una gradación jerárquica descendentes.

Los organigramas verticales o clásicos, tiene una modalidad para disposición de sus unidades y consiste en lo siguiente a partir del nivel técnico (departamentos, departamentos de gerencia, etc.).

2.6.1.2.2. ORGANIGRAMAS HORIZONTALES

Según Bernal, (2008) Los organigramas horizontales permiten conocer el nivel máximo jerárquico a la izquierda y haciéndose los demás niveles sucesivamente hacia la derecha.

Se caracteriza por el hecho de que en él lo que son las jerarquías se muestra de izquierda a derecha.

2.6.1.2.3. ORGANIGRAMAS CIRCULARES

Según Bernal, (2008) Los organigramas circulares están formados por cuadro central, que corresponde a la autoridad máxima en la empresa, a cuyo alrededor se trazan círculos concéntricos, cada uno de los cuales constituye un nivel de organización.

En cada uno de estos círculos se coloca a los jefes inmediatos, y se les liga con líneas que representan los canales de autoridad y responsabilidad.

Este organigrama es muy interesante porque de una u otra forma disminuye la idea de jerarquía dentro de la empresa, aquí se pueden colocar más puestos en un mismo nivel.

2.6.1.2.4. ORGANIGRAMAS ESCALARES

Según Bernal, (2008) Los organigramas escalares consiste en señalar con distintas sangrías en el margen izquierdo los distintos niveles jerárquicos, ayudándose de líneas que señalan dichos márgenes.

La autoridad se asocia a las sangrías de tal manera que mientras más sangría tiene una persona dentro de aquel menor poder tendrá dentro de la compañía.

2.6.1.2.5. ORGANIGRAMA MIXTO

Según Bernal, (2008) En este tipo de Organigramas se puede mezclar tres tipos de Organigramas (Vertical, Horizontal, Circular) en uno solo, cada empresa, cada organización utiliza este tipo de Organigramas debido a su alto volumen y complejidad de puestos que tienen bajo su administración y con ello buscan la optimización del espacio en el que se encuentran trabajando, tome en cuenta que la mayoría de los documentos con los cuales se labora son de tipo tamaño carta por lo que se hace imprescindible el utilizar este tipo de herramienta para poder reconocer los diversos puestos que utiliza la organización.

Este trata de aprovechar las ventajas de los dos modelos anteriores y eliminar también sus inconvenientes. Mantiene una estructura central jerárquica, pero aplicando una mayor especialización.

2.6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

2.6.2.1 DEFINICIÓN

Según Dalf, (2010) La estructura organizacional se define como: 1) “el conjunto de tareas formales asignadas a individuos y departamentos 2) las relaciones de subordinación formales, incluidas las líneas de autoridad, la responsabilidad de la decisión, el número de niveles jerárquicos y el tramo de control de los administradores y 3) el diseño de sistemas para asegurar una coordinación eficaz, a través de los departamentos de los empleados”.

De acuerdo a lo establecido por el autor se puede decir que la estructura organizacional permite conocer la asignación de labores de acuerdo al grado jerárquico en el que se encuentran los colaboradores de una

institución, permitiendo mantener una coordinación eficiente y responsable en el desarrollo de sus funciones.

2.6.2.2 LÍNEA DE AUTORIDAD

Según Anzola, (2013) La autoridad es el derecho formal y legítimo de un administrador para tomar decisiones, emitir órdenes y asignar recursos para lograr los resultados deseados por la organización. La autoridad se define por tres características:

- 1) La autoridad se confiere a los cargos organizacionales.** Los administradores tienen autoridad debido a los puestos que ocupan y las demás personas que los ocupen tendrán la misma autoridad.
- 2) Los subordinados acatan la autoridad.** Aunque la autoridad fluye de arriba hacia abajo a través de la jerarquía organizacional, los subordinados la acatan, pues piensan que los administradores tienen el derecho legítimo de emitir órdenes.
- 3) El flujo de la autoridad** desciende por la jerarquía a los cargos encima de la jerarquía se les confiere más autoridad formal que a los cargos en la parte inferior.

2.6.2.3 MECANISMOS COORDINADORES

1. Ajuste Mutuo: Logra la coordinación del trabajo por medio de la comunicación informal. El control y el poder de coordinación recaen sobre quien realiza las tareas. Es utilizado en las organizaciones más simples (2 personas en una canoa) y en las organizaciones más complejas (equipo de trabajo interdisciplinario)

2. Supervisión directa: Logra la coordinación al tener una persona que toma la responsabilidad del trabajo de las otras, emitiendo instrucciones para ellas y supervisando sus acciones.

Estandarizado: La coordinación es lograda antes de comenzar el trabajo, principal diferencia con los otros mecanismos coordinadores.

3. Estandarización de procesos de trabajo: Consiste en regular mediante normas escritas los contenidos del trabajo (la secuencia de pasos para desarrollar las actividades).

4. Estandarización de producción o de resultados: Consiste en un conjunto de normas escritas que regulan el producto final de un trabajo o actividad.

5. Estandarización de destrezas o conocimientos: Consiste en preestablecer los conocimientos o habilidades que debe poseer quien se incorpora al puesto.

2.6.3 NIVELES DE JERARQUÍA

Según Anzola, (2013) La jerarquía cuando se individualiza podría definirse como el status o rango que posee un trabajador dentro de una empresa, así el individuo que desempeña como gerente goza indudablemente de un respetable status dentro de la misma, pero la diferencia de este individuo en su cargo también condicionará su mayor o menor jerarquía dentro de una empresa.

La jerarquía cuando se usa como instrumento para ejecutar la autoridad posee una mayor formalidad y es conocida como jerarquía estructural de la organización. Este tipo de jerarquía no solamente depende de las funciones que debido a ella existen sino también del grado de responsabilidad y autoridad asignadas a la posición, por ejemplo, independientemente de la eficiencia que pueda tener un presidente en su desempeño, este cargo posee intrínsecamente determinadas y complejas funciones, responsabilidades y un alto grado de autoridad, se pueden definir cuatro tipos de jerarquías en las organizaciones:

- ❖ La jerarquía dada por el cargo.
- ❖ La jerarquía del rango.
- ❖ La jerarquía dada por la capacidad.

- ❖ La jerarquía dada por la remuneración.

1. La jerarquía dada por el cargo:

Este tipo de jerarquía es la que constituye los diferentes niveles estructurales de la organización, se expone por medio de organigramas y se describe en los manuales de organización. Se encarga de la clasificación de las distintas posiciones de la estructura de la organización, tomando como base las actividades laborales y deberes inherentes a un cargo o posición determinada.

Esta modalidad jerárquica favorece la clasificación de personas en grupos, series y clases, según sea la naturaleza, características, obligaciones, atribuciones y responsabilidades de los cargos, pero con la condición de que guarden entre ellas ciertas similitudes.

2. La jerarquía del rango

Este tipo de jerarquía no se establece sobre el fundamento de las actividades ni se liga a labores determinadas. Se basa en las condiciones personales no en las obligaciones que se tengan, sino en algunos requisitos que hay que llenar. Es utilizada en las organizaciones militares para establecer los distintos grados por los que se van a regir.

3. La jerarquía dada por la capacidad:

Este tipo de jerarquía es limitativa y acorde con cada individuo. Las personas están previamente clasificadas de acuerdo con sus capacidades, independientemente de su condición de clase en la sociedad, es decir, el individuo asciende en la organización de acuerdo a su capacidad.

4. La jerarquía dada por la remuneración

Este tipo de jerarquía está determinada por la complejidad del trabajo (a mayor complejidad mayor salario), la antigüedad en la empresa o porque

se es empleado de confianza y, en gran sumo, por el rendimiento del individuo.

La jerarquía de un empleado en una empresa se basa en el grado de especialización que posea pero su alta ubicación dentro de la organización también depende de la naturaleza del negocio, por ejemplo, en muchas empresas venezolanas el gerente de planta es un ejecutivo muy importante,

Su status llega a ser mayor que un gerente de finanzas. En cualquier compañía fundamentalmente operativa, por ejemplo, la explotación petrolera en nuestro país un campo donde generalmente existen dinámicos y poderosos sindicatos, el responsable por la función de personal es un ejecutivo de alta valía e influencia llegando a tener el cargo de vicepresidente.

2.6.4 DEFINICIÓN DE ÁREAS DE RESPONSABILIDAD

Según Anzola, (2013) La responsabilidad es el deber de desempeñar una tarea o actividad asignada .por lo general la autoridad que se les confiere a los administradores es proporcional a la responsabilidad. La rendición de cuentas es el mecanismo a través del cual la autoridad y la responsabilidad se alinean. La rendición de cuentas significa que las personas con autoridad y responsabilidad deben reportar y justificar los resultados de las tareas a aquellas personas que están por encima de ellas en la cadena de mando.

- La organización nos ayuda a conseguir los planes.
- El exceso de niveles es costoso y puede obstaculizar a la planificación y al control.
- Principio de amplitud la gerencia: un director debe tener únicamente los subordinados que pueda gestionar eficientemente.
- Cuáles son las variables básicas y cómo determinamos el área de mando, tiene que ser un número limitado, no puede tener muchos subordinados.

➤ Cuantos subordinados pueden tener el director bajo su mando,

1. Similitud de funciones.
2. Proximidad geográfica.
3. Complejidad de las funciones.
4. Tipo de dirección y control.
5. Coordinación que debe tener con otras áreas de mando

2.6.5 SEGREGACIÓN DE FUNCIONES

Según Anzola, (2013) Esta segregación de funciones se hace con la finalidad de poder detectar los errores involuntarios, y para que ninguna persona se halle en posición de poder cometer un desfalco y ocultar su acción por medio de la falsificación de documentos, sin confabularse con otros miembros de la organización.

2.7 PROCESO ADMINISTRATIVO

2.7.1 PLANEACIÓN

Proceso el cual se define los objetivos, se fijan las estrategias para alcanzarlos y se formulan programas a fin de integrar y coordinar las actividades a desarrollar para parte de la compañía

2.7.2 ORGANIZACIÓN

Proceso que consiste en determinar las tareas que se deben realizar para lograr lo planeado, diseñar puestos y especificar actividades, crear la estructura de la organización (quien rinde cuentas a quien y donde se toman las decisiones), establecer procedimientos y asignar recursos.

2.7.3 DIRECCIÓN

Proceso que tiene relación con la motivación y el liderazgo de las personas y los equipos de trabajo en la compañía, con la estrategia de comunicación, resolución de conflictos, manejo del cambio, etc., a fin de conducir a las personas al logro de los objetivos propuestos en la planeación.

2.7.4 CONTROL

Proceso que consiste en retroalimentar, es decir, provee a la organización de información que le indica cómo se está desempeñando y cuál es la dinámica del entorno en el que actúa, con el propósito de lograr sus objetivos de manera óptima.

2.7.5 MERCADO

2.7.5.1 DEFINICIÓN

Según Baack. Clow, (2010) ***“Una tercera actividad del análisis de mercado de la comunicación consiste en examinar diferentes mercados objetivo. Este análisis exige que el departamento de marketing reconozca las necesidades de los diversos grupos de consumidores y empresas. Los especialistas de marketing de la empresa identifiquen las ventajas que buscan los clientes y identifiquen las ventajas que buscan los clientes y determinen las diferentes maneras de llegar a los clientes”.***

De acuerdo a la definición el mercado permite realizar un intercambio de bienes y servicios, la adquisición de efectivo lo cual permite generar ingresos como egresos de acuerdo a una actividad de comercio.

2.7.5.2 SEGMENTO DEL MERCADO

Según Kotler Philip y Armstrong Gary (2008) Los mercados están compuestos por compradores y los compradores se diferencian entre sí de una o diversas maneras. Pueden diferir en cuanto a sus deseos, recursos ubicación geográfica, actitudes de compra y prácticas de

compra. Mediante la segmentación del mercado, las empresas dividen a grandes mercados heterogéneos en segmentos más pequeños que se pueden alcanzar de forma eficaz y eficiente con productos y servicios que satisfacen sus necesidades singulares.

2.7.5.3 DEMANDA

Según Gabriel Baca Urbina (2010) ***“El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de funciones primarias y secundarias, de indicadores económicos, etc.”***

La demanda determina la necesidad que la población tiene con respecto a un bien o servicio que se puede conocer en base a una investigación de campo que se realiza para lograr cubrir esa demanda dentro del mercado en que se encuentra el producto o servicio a ofrecer.

2.7.5.4 OFERTA

Según Gabriel Baca Urbina (2010). ***“El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollara el proyecto.”***

De acuerdo a lo establecido por el autor se puede conocer que la oferta permite determinar la cantidad de un producto o servicio que se encuentra ofertándose en el mercado y eso se puede conocer las variedades o los precios con el que se encuentra el producto ofertante y en función de la investigación se puede ofertar nuevos productos.

2.8 COMPETENCIA

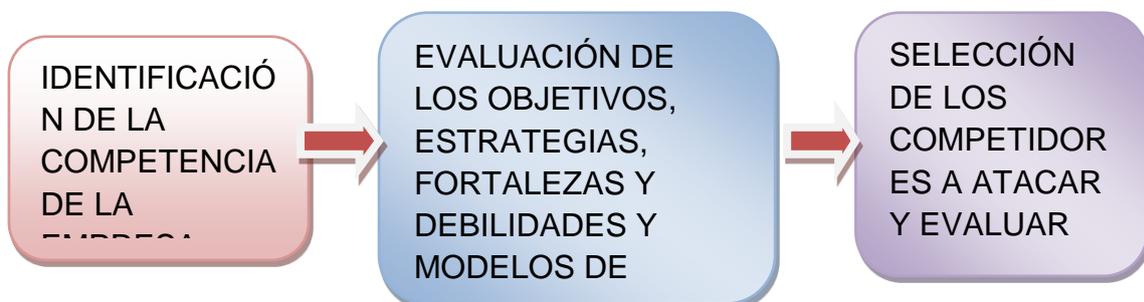
2.8.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Según Kotler Philip y Armstrong Gary (2008) para diseñar una estrategia de marketing eficaz, la empresa ha de saber todo lo posible sobre su competencia. Debe comparar continuamente sus propias estrategias de marketing, sus productos, precios canales y promociones con las de los competidores más próximos. Así la empresa puede identificar áreas potenciales de ventajas y desventajas competitivas.

2.8.2 IDENTIFICACIÓN DE LOS COMPETIDORES

Normalmente, la identificación de los competidores parecería una tarea sencilla. Desde el punto de vista más estricto, la empresa puede definir a sus competidores como otras empresas que ofrecen productos y servicios similares a los mismos clientes a precios similares.

GRÁFICO Nº 11 IDENTIFICACIÓN DE LOS COMPETIDORES



Fuentes: Kotler Philip y Armstrong Gary (2008)

2.8.2.1 EVALUACIÓN DE LOS COMPETIDORES

Una vez identificada los principales competidores la dirección de marketing debe preguntarse ahora: ¿Cuáles son los objetivos de los competidores- que busca cada uno en el mercado? ¿Cuál es la estrategia de cada competidor? ¿Cuáles son los puntos fuertes y las habilidades de los distintos competidores, y como reaccionara cada uno a las acciones que pueden emprender?

2.8.2.2 DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LOS COMPETIDORES

Cada competidor tiene varios objetivos. La empresa tendrá que averiguar cuál es la de importancia relativa que asigna cada competidor a la rentabilidad, al crecimiento de la cuota de mercado, a los flujos de caja, al liderazgo tecnológico, al liderazgo en el servicio y a otros objetivos

2.8.3 PRECIOS

2.8.3.1 DEFINICIÓN

Según Gabriel Baca Urbina (2010) “Es indispensable conocer el precio del producto en el mercado, no por el simple hecho de saberlo, sino porque será la base para calcular los ingresos probables en varios años. Por tanto, el precio que se proyecte no será el que se use en el estado de resultados, ya que esto implicaría que la empresa vendiera directamente al público o consumidor final, lo cual no siempre sucede, por lo que es importante considerar cual será el precio al que se venderá el producto”.

2.8.3.2 ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

La estrategia de fijación de precios puede cambiar a medida que el producto atraviesa su ciclo de vida. La fase de introducción constituye reto especial. Las empresas que sacan al mercado un producto nuevo tienen

que superar el reto de fijar su precio por primera vez. De esta forma pueden elegir entre dos grandes estrategias: la fijación de precios por descremación de mercados y la fijación de precios por penetración de mercados.

- **Fijación de precios por descremación de mercados**

Fijación de un precio elevado de un nuevo producto para descremar los máximos ingresos, capa por capa de los segmentos dispuestos a pagar el precio elevado; por lo tanto la empresa logra menos ventas, pero más rentables.

- **Fijación de precios por penetración de mercados**

Fijación de un precio reducido para un nuevo producto para atraer a un gran número de compradores y lograr una gran cuota de mercado.

- **Fijación de precios por línea de producción**

Fijación de escalones de precios entre diversos productos en una línea de productos en función de las diferencias de costes entre los productos, las valoraciones que hacen los clientes de las distintas opciones y los precios que ofrecen los competidores.

- **Fijación de precios por productos opcionales**

Fijación de precios por productos opcionales o accesorios al producto principal.

2.8.4 PUBLICIDAD

2.8.4.1 DEFINICIÓN

Según Anzola Servulo (2010) **define como “Publicidad cualquier tipo de prestación de ventas no personal, pagado por un patrocinador determinado.”**

La publicidad permite dar a conocer un producto o servicio mediante un documento o cualquier instrumento de comunicación que se puede determinar como una muestra de percepción de información.

Según Kotler Philip y Armstrong Gary (2008) Es una tarea específica de comunicación que se quiere alcanzar con determinada audiencia objetivo en determinado periodo de tiempo. Se pueden clasificar los objetivos de publicidad en función de su fin primordial, independientemente de que la meta sea informar, persuadir o recordar.

2.8.4.2 PUBLICADA INFORMATIVA

- 1) Comunicar el valor para el cliente
- 2) Informar al mercado sobre un nuevo producto
- 3) Explicar cómo funciona el producto
- 4) Sugerir nuevas aplicaciones del producto
- 5) Informar al mercado de una variación del precio
- 6) Descubrir los servicios disponibles

2.8.4.3 PUBLICIDAD PERSUASIVA

- 1) Generar preferencias por la marca
- 2) Generar un cambio a nuestra marca
- 3) Cambiar la percepción que tiene el cliente de los atributos del producto
- 4) Persuadir a los clientes para que compren ahora
- 5) Persuadir a los clientes para que acepten una visita de ventas.

2.8.4.4 PUBLICIDAD RECORDATORIA

- 1) Mantener relaciones con los cliente

- 2) Recordar a los cliente que pueden necesitar al producto en un futuro próximo
- 3) Recordar a los clientes donde pueden comprar el producto
- 4) Mantener la marca en la mente de los clientes

2.8.5 ESTUDIO TÉCNICO

Según Friend & Zehle, (2008), ***“Es la fase del estudio relacionada con la actividad técnica a efectuarse, posibilitando el uso óptimo de los recursos, para producir un producto o para brindar un servicio.”***

En este punto se debe dar a conocer los aspectos relacionados a la cobertura de los posibles riesgos operaciones vinculados que podrían afectar la capacidad de generar flujos de caja, tal es el caso de los requerimientos y abastecimientos de todos los bienes y/o servicios vinculados al proceso de producción.

2.8.5.1 TAMAÑO DE LA PLANTA Y SUS FACTORES CONDICIONALES

Según Friend & Zehle, (2008) ***“El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. La importancia de definir el tamaño, se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.”***

La decisión que se tome respecto al tamaño, determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.

2.8.5.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO:

Según Friend & Zehle, (2008). *“El estudio de localización comprende niveles progresivos de aproximación, que van desde una integración al medio”*.

En verdad la correcta localización del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital.

2.8.5.2.1 MACROLOCALIZACIÓN

Según Friend & Zehle, (2008), “Constituye la región del medio nacional que ha sido escogida para montar la empresa. A la selección del área donde se ubicará el proyecto se le conoce como Estudio de Macrolocalización”.

Para la macrolocalización se consideran: Aspectos geográficos, Aspectos socioeconómicos, Infraestructura.

2.8.5.2.2 MICROLOCALIZACIÓN

Según Friend & Zehle, (2008) “Consiste en la elección de la zona o localidad para finalmente determinar el sitio preciso, tomando en cuenta que la empresa debe ubicarse en el lugar donde exista mayores posibilidades de expansión y comercialización”.

El análisis de microlocalización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macrozona elegida. Su metodología es mediante: Análisis de las alternativas de microlocalización, Matriz de evaluación para localización de la empresa

2.8.5.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Según Friend & Zehle, (2008), “El estudio ingeniería comprende el análisis de la disponibilidad de recursos, los métodos y procesos de su transformación (tecnología), las formas de utilización de los productos o

servicios, es definitivo el funcionamiento y la forma de operación de la empresa”.

De hecho esta fase del estudio es fundamental en el establecimiento de necesidades de inversión de activos fijos (terreno, obras civiles, maquinaria, equipos, herramientas, muebles y enseres, herramientas) y de los costos de producción, en base a la definición de los requerimientos cualitativos y cuantitativos de mano de obra directa e indirecta, materiales directos e indirectos, fuentes energéticas, lubricantes, combustibles, suministros y servicios de uso técnico.

2.8.5.4 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

Según Alford & Girón(2008), “La liquidez corresponde a la disponibilidad de efectivo que el proyecto mantiene para cubrir todos los egresos operacionales y no operacionales, de tal forma que no presente déficits en el saldo final de caja que afecten su capacidad de producción en un período determinado. Retorno comprende los excedentes de la operación del proyecto, en términos de valor actual, comparados con el monto de recursos comprometidos en la inversión necesaria para su ejecución.

El riesgo representa la pérdida potencial de valor de una inversión (valor patrimonial reflejado en pérdidas fruto de la operación), considerando la volatilidad (variabilidad) que tienen los resultados esperados del proyecto, bajo un análisis probabilístico y de sensibilidad, con el fin de determinar la eventualidad de que ocurra un suceso en que se observen deficiencias de liquidez y/o el retorno esperado sea negativo.

La evaluación de un proyecto tiene como finalidad determinar su viabilidad es necesario procesar la información que se ha recopilado hasta el momento, esto es, los datos obtenidos en el capítulo de mercado, en el que se determinó que el proyecto podrá colocar sus bienes y servicios, utilizando para ello la tecnología, procesos y requerimientos definidos en el capítulo de ingeniería y, aplicando las medidas de mitigación, prevención y control que en el análisis ambiental fueron

definidas para minimizar los impactos que el proyecto genera sobre el medio ambiente.

El objetivo fundamental del presente capítulo es determinar la sustentabilidad financiera de la inversión, que debe entenderse como la capacidad que tiene un proyecto de generar liquidez y retorno, bajo un nivel de riesgo aceptable, a través de la evaluación de la inversión y sus resultados.

2.8.5.5 VALOR ACTUAL NETO

Según Alford & Girón(2008), el Valor Actual 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 flujos 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 empresa.

Mientras más lejano en términos temporales un flujo, menor es su valor actual, para lo cual se utiliza la fórmula inversa al interés compuesto, que compara la inversión inicial requerida para estructurar el proyecto (plan de inversiones) con signo negativo y el flujo operacional ajustado en términos positivos.

2.8.5.6 TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA (TIRF)

Según Alford & Girón(2008) En la fórmula de cálculo del VAN, la TIR es la tasa de descuento a la cual el Valor Actual Neto es cero.

En términos más sencillos, representa el retorno porcentual con respecto a la inversión que el proyecto arroja sobre la base conceptual de valor actual de los flujos operacionales, en definitiva, porcentualmente cuánto el proyecto entrega a sus partícipes (inversionistas y financistas) con respecto a la inversión realizada.

2.8.5.7 COEFICIENTE BENEFICIO-COSTO

Según Alford& Girón(2008) Es la relación en términos de valor actual del flujo neto que permite calcular la tasa interna de retorno sobre la inversión inicial; representa la generación de excedentes fruto de la actividad principal del proyecto. Si el coeficiente es superior a uno el proyecto genera más recursos, en términos de valor actual, que la inversión realizada.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

La implementación del Centro de Capacitación Técnico Artesanal, requiere de un estudio de mercado meta con la finalidad de tener una visión clara de su mercado meta y segmentación del mismo, que permita tener una sustentación viable desde este punto de vista. En el estudio de mercado se abordará criterios técnicos respecto al análisis de la demanda, oferta, análisis de la competencia.

El objetivo central del presente estudio de mercado es determinar en forma planificada el levantamiento de información que permita establecer las características y perfiles de los potenciales clientes de los cursos de capacitación. Se estableció la demanda, oferta, su comportamiento y los posibles niveles de decisión y aceptación. Con esta información se pudo establecer lineamientos de estrategias de marketing para conseguir el nivel de aceptación del mercado meta. Para realizar el estudio de mercado se consideró a la PEA de 780 que se dedican a las actividades de producción y comercialización de artesanías en la Parroquia de Miguel Egas. Datos obtenidos del Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial de 2010-2020 de esta Parroquia.

3.1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.

3.1.2 SERVICIOS DE CAPACITACIÓN EN CORTE Y CONFECCIÓN

Los talleres ocupacionales son considerados como servicios, ya que, se clasifican desde el punto de vista empresarial en el sector de comercio y servicios. Debido a la naturaleza del proyecto (Centro de Capacitación Técnico Artesanal), se procedió hacer el estudio de mercado de los talleres ocupacionales en el área de corte y confección:

- Diseño de prendas de vestir
- Elaboración de camisas
- Elaboración de blusas
- Elaboración de traje kichuwa
- Elaboración de pantalones
- Elaboración de ropa deportiva

3.1.3 TALLERES DE CAPACITACIÓN

Los talleres de capacitación se desarrollaran mediante Diseños Curriculares, aplicando principios de aprender haciendo, con ambientes de aprendizaje abierto y participativo.

Las características principales de los talleres de capacitación son: actividades académicas con estrategias pedagógicas que permiten a los participantes tener competencias, destrezas, con la finalidad de promover un mejoramiento en sus actividades artesanales (para personas que ya están en esta actividad económica) o generar puestos de trabajo, ocupaciones o emprendimientos para las personas que adquieren por primera vez estas habilidades artesanales. Los aspectos legales de regularización de los cursos de capacitación y su validación se tramitaran a través del Ministerio de Relaciones Laborales para que los certificados que se entreguen a los participantes de los cursos sean reconocidos por este ministerio y tengan validez legal la capacitación. Los certificados por lo tanto tendrán el logotipo del centro de capacitación técnico artesanal y el enunciado de validación del Ministerio de Relación Laboral.

3.1.4 CARACTERÍSTICAS DE LOS CURSOS DE CAPACITACIÓN

- Permiten el aprendizaje directo dentro de una estructura curricular con objetivos ocupacionales específicos.
- Ofrece un mayor número de alternativas para lograr un desarrollo artesanal en el área de confecciones.

- Aplicar metodologías pedagógicas desde el punto de vista de formación ocupacional.
- Aplicar conocimientos teórico – práctico en el área de corte y confección.
- Duración: De 40 horas pedagógicas.
- Modalidad: Presencial.
- Horarios: Generalmente de 3 a 4 horas diarias y los días está en relación a la demanda.

3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un Estudio de Mercado, con la finalidad de identificar la oferta, demanda, precios, sus proyecciones, segmentación del mercado, mercado meta y establecer las estrategias de mercado.

3.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la oferta actual de cursos de capacitación en la parroquia Miguel Egas
- Establecer la demanda de cursos de capacitación que tiene la PEA femenina de la parroquia Miguel Egas.
- Determinar los indicadores de marketing mix del centro de capacitación técnico artesanal.

3.3 VARIABLES E INDICADORES DE MERCADO

Variables

- Oferta
- Demanda
- Marketing mix

Variables e indicadores

a) Oferta

- Número de centros de capacitación

b) Demanda

- Importancia de la capacitación
- Indicadores de importancia
- Valor del curso de capacitación
- Factores
- Necesidad
- Posibilidad de asistencia
- Tipo de cursos de capacitación
- Asistencia
- Horario

c) Marketing mix

- Precio
- Plaza
- Producto
- Promoción

3.4 MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO

TABLA Nº 12 MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO
Identificar la oferta actual de cursos de capacitación en la parroquia Miguel Egas	Oferta	Número de centros de capacitación	Secundaria	Encuesta	PEA dedicada a la producción y comercialización de artesanías de la Parroquia Miguel Egas
Establecer la demanda de cursos de capacitación que tiene la PEA femenina de la parroquia Miguel Egas.	Demanda	Importancia de la capacitación	Primaria	Encuesta	PEA dedicada a la producción y comercialización de artesanías de la Parroquia Miguel Egas
		Indicadores de importancia	Primaria	Encuesta	PEA dedicada a la producción y comercialización de artesanías de la Parroquia Miguel Egas
		Valor del curso de capacitación	Primaria	Encuesta	PEA dedicada a la producción y comercialización de artesanías de la Parroquia Miguel Egas
		Factores	Primaria	Encuesta	PEA dedicada a la producción y comercialización de artesanías de la Parroquia Miguel Egas
		Necesidad	Primaria	Encuesta	PEA dedicada a la producción y comercialización de artesanías de la Parroquia Miguel Egas

		Posibilidad de asistencia	Primaria	Encuesta	Población económicamente activa de la Parroquia Miguel Egas
		Tipo de cursos de capacitación	Primaria	Encuesta	PEA dedicada a la producción y comercialización de artesanías de la Parroquia Miguel Egas
		Asistencia	Primaria	Encuesta	PEA dedicada a la producción y comercialización de artesanías de la Parroquia Miguel Egas
		Horario	Primaria	Encuesta	PEA dedicada a la producción y comercialización de artesanías de la Parroquia Miguel Egas
Determinar los indicadores de marketing mix del centro de capacitación técnico artesanal.	Marketing mix	Precio	Primaria	Encuesta	PEA dedicada a la producción y comercialización de artesanías de la Parroquia Miguel Egas
		Plaza	Primaria	Encuesta	PEA dedicada a la producción y comercialización de artesanías de la Parroquia Miguel Egas
		Producto	Primaria	Encuesta	PEA dedicada a la producción y comercialización de artesanías de la Parroquia Miguel Egas
		Promoción	Primaria	Encuesta	PEA dedicada a la producción y comercialización de artesanías de la Parroquia Miguel Egas

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: la autora

3.5 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población sujeta a estudio de mercado corresponde a 780 personas que actualmente se dedica a actividades de producción y comercialización de artesanías, información obtenida del Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial de la Parroquia de Miguel Egas.

3.5.1 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Por el tamaño de la población para la aplicación de las encuestas del estudio del mercado se procedió a determinar el tamaño de la muestra aplicando la siguiente formula de calculo

Fórmula de cálculo

Para el cálculo de la muestra se aplica la siguiente ecuación:

$$n \equiv \frac{PxQxN}{(N-1)(E^2 / K^2) + PxQ}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población o Universo

P= Desviación típica de la población (0.5)

Q= Desviación típica de la población (0.5)

K= valor crítico, corresponde a un valor dado del Nivel de confianza (0.95% dos colas = 1.96)

e= Error la medida de la muestra. Nivel de error (5%; 0.05)

$$n \equiv \frac{0.5 \times 0.5 \times 780}{(780-1)(0.05/1.96)^2 + 0.5 \times 0.5}$$

n=257.61 ≈ 258 unidades de observación

3.6 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Análisis de la encuesta aplicada a la PEA femenina de la parroquia Miguel Egas.

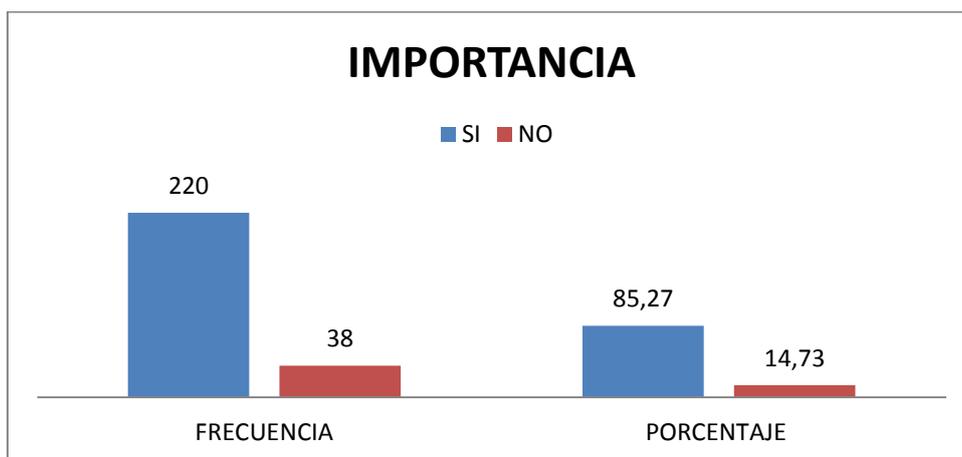
1. ¿Considera que la capacitación es importante para usted?

TABLA Nº 13 IMPORTANCIA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	220	85,27
NO	38	14,73
TOTAL	258	100

Fuente: encuestas (258 unidades de observación)
Elaborado por: la autora
Año: 2013

GRÁFICO Nº 12



Fuente: Encuestas (258 unidades de observación)
Elaborado por: la autora
Año: 2013

Análisis

Respecto a la importancia de la capacitación, la mayoría de las encuestadas manifiestan que si es muy importante para ellas y un mínimo porcentaje sostienen que no es importante para ellas.

2. ¿Por qué es importante la capacitación para usted?

TABLA N° 14 INDICADORES

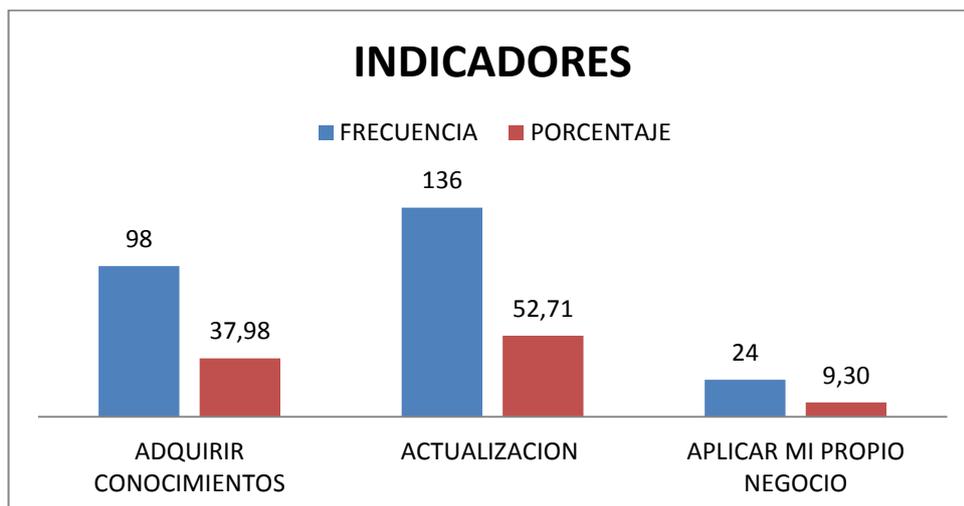
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ADQUIRIR CONOCIMIENTOS	98	37,98
ACTUALIZACIÓN	136	52,71
APLICAR MI PROPIO NEGOCIO	24	9,30
TOTAL	258	100

Fuente: Encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

GRÁFICO N° 13



Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

Análisis

Para la mayoría de las encuestadas es importante la capacitación, para actualizarse en los conocimientos que tienen en forma empírica, otra parte de ellas sostienen que es importante para adquirir conocimientos y muy pocas para poder aplicar en un negocio propio.

3. ¿Lo que más valora en un curso de capacitación es?

TABLA Nº 15 VALOR

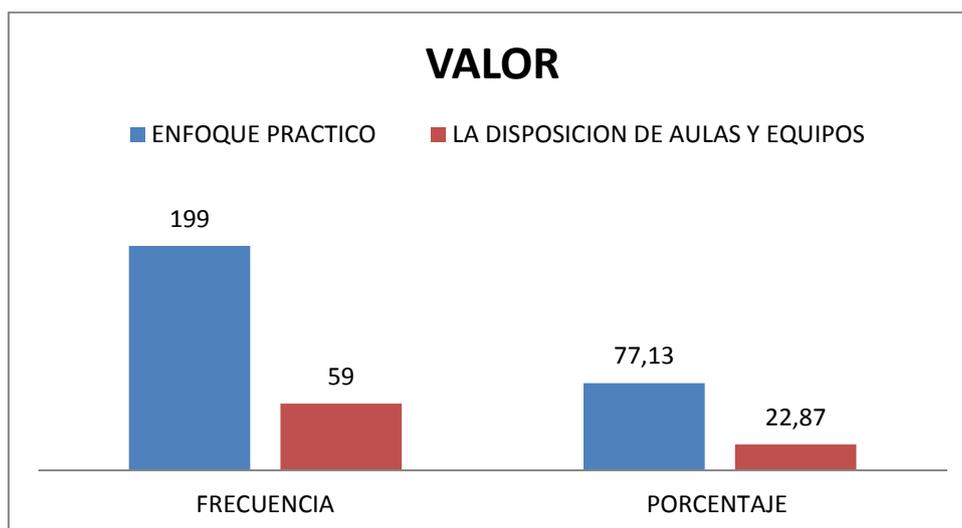
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ENFOQUE PRACTICO	199	77,13
LA DISPOSICIÓN DE AULAS Y EQUIPOS	59	22,87
TOTAL	258	100

Fuente: Encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: La autora

Año: 2013

GRÁFICO Nº 14 VALOR



Fuente: Encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis

En relación a lo que valoran en los cursos de capacitación, la mayoría de las encuestadas sostienen que es el enfoque práctico que pueden aprender en estos tipos de cursos, y otra parte de ellas sostienen que es la disposición de aulas y equipos.

4. ¿Qué institución le ha brindado cursos de capacitación?

TABLA N° 16 INSTITUCIÓN

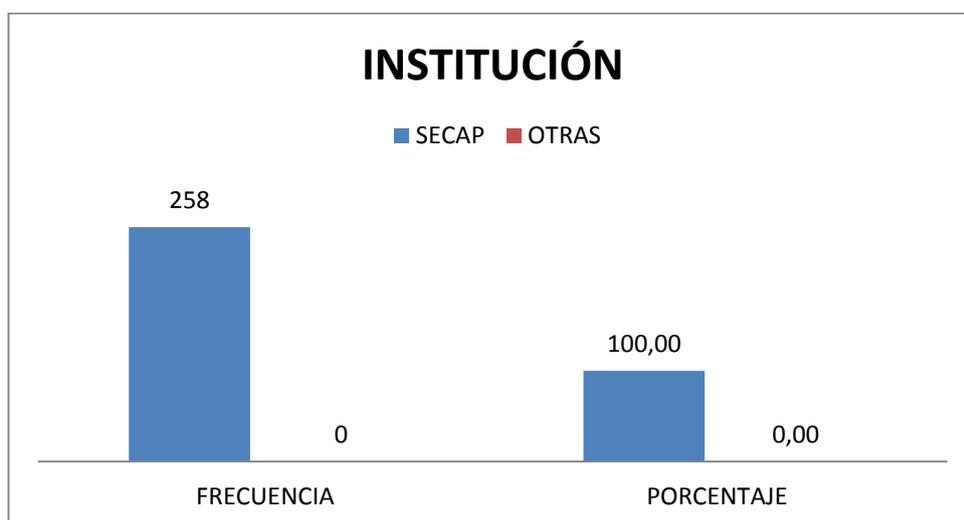
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SECAP	258	100,00
OTRAS	0	0,00
TOTAL	258	100

Fuente: Encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: La autora

Año: 2013

GRÁFICO N° 15 INSTITUCIÓN



Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

Análisis

La totalidad de las encuestadas sostienen que la única institución que les ha brindado cursos de capacitación es el SECAP de Ibarra.

5. ¿Qué factores considera usted para asistir a un centro de capacitación técnico artesanal?

TABLA Nº 17FACTORES

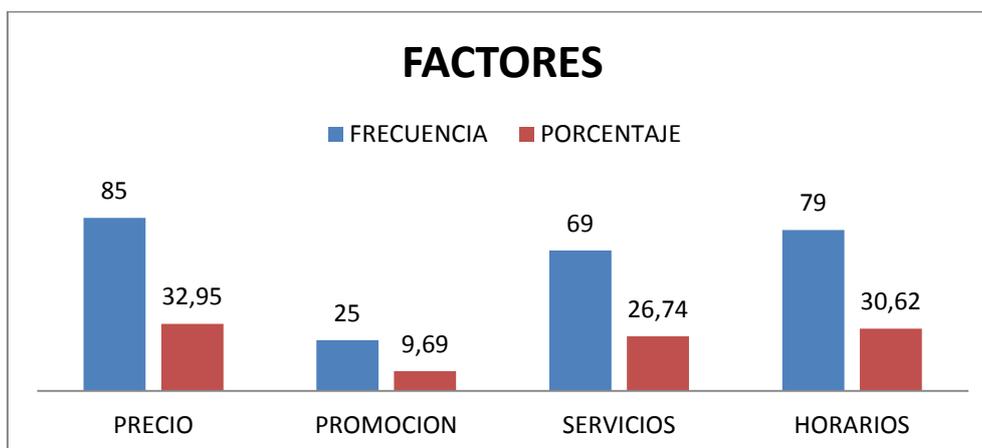
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIO	85	32,95
PROMOCIÓN	25	9,69
SERVICIOS	69	26,74
HORARIOS	79	30,62
TOTAL	258	100

Fuente: Encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: La autora

Año: 2013

GRÁFICO Nº 16 FACTORES



Fuente: Encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis

En relación a los factores que consideran para asistir a un centro de capacitación son: en primer lugar el precio, el segundo lugar los horarios, en tercer lugar los servicios y en cuarto lugar la promoción que realicen

6. ¿Considera necesario que se implemente un centro de capacitación técnico artesanal en la parroquia Miguel Egas?

TABLA N° 18 NECESIDAD

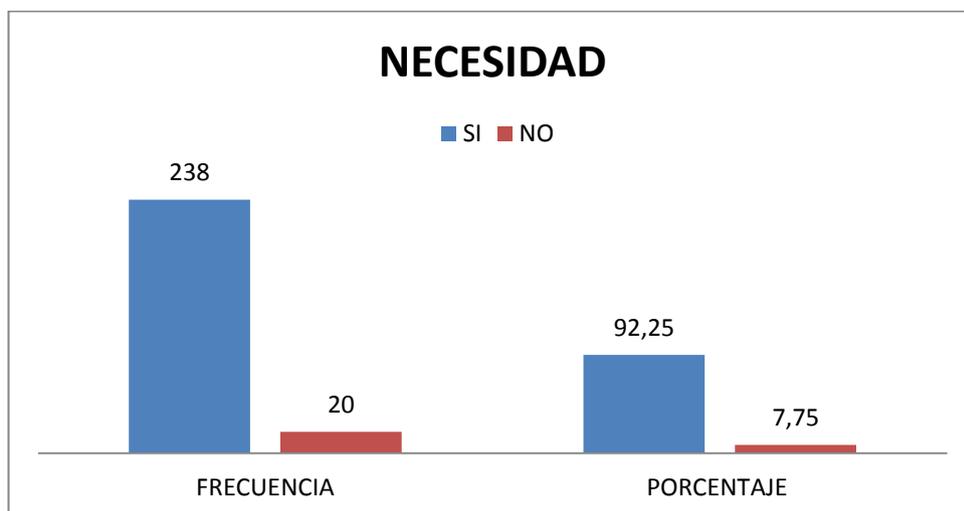
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	238	92,25
NO	20	7,75
TOTAL	258	100

Fuente: Encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

GRÁFICO N° 17 NECESIDAD



Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

Análisis

La mayoría de las encuestadas sostienen que si es necesario que la parroquia cuente con un centro de capacitación técnico artesanal, para poder acceder a los cursos de capacitación en un centro cercano para la población.

7. Al dar a conocer los atributos que tendrá el centro técnico de capacitación. ¿Qué posibilidades tienen de asistir?

TABLA N° 19 POSIBILIDAD

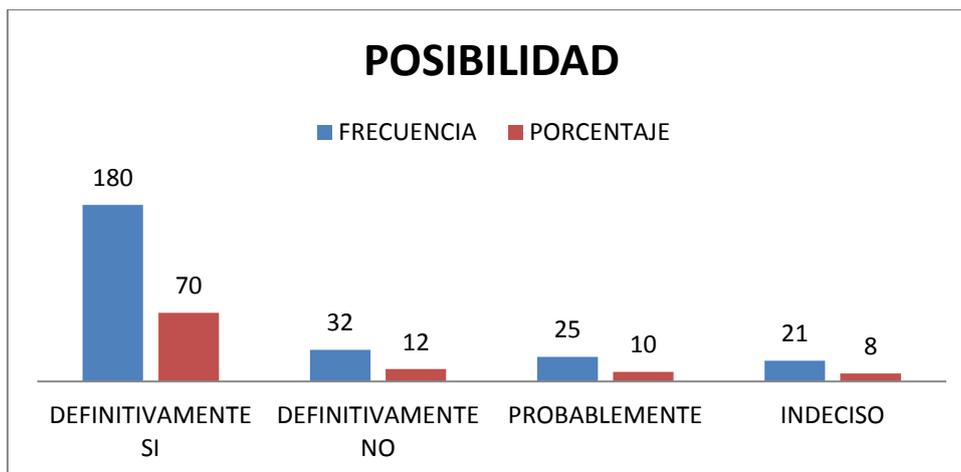
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DEFINITIVAMENTE SI	180	70
DEFINITIVAMENTE NO	32	12
PROBABLEMENTE	25	10
INDECISO	21	8
TOTAL	258	100

Fuente: Encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

GRÁFICO N° 18 POSIBILIDAD



Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

Análisis

En relación a la posibilidad de asistir al centro de capacitación técnico artesanal, la mayoría de las encuestadas definitivamente si asistirán al centro, otra parte de ellas definitivamente no asistirá, otras probablemente y muy pocas están indecisas.

8. ¿Qué tipo de cursos de confección le gustaría seguir en el centro de capacitación técnico artesanal?

TABLA Nº 20 TIPO DE CURSOS

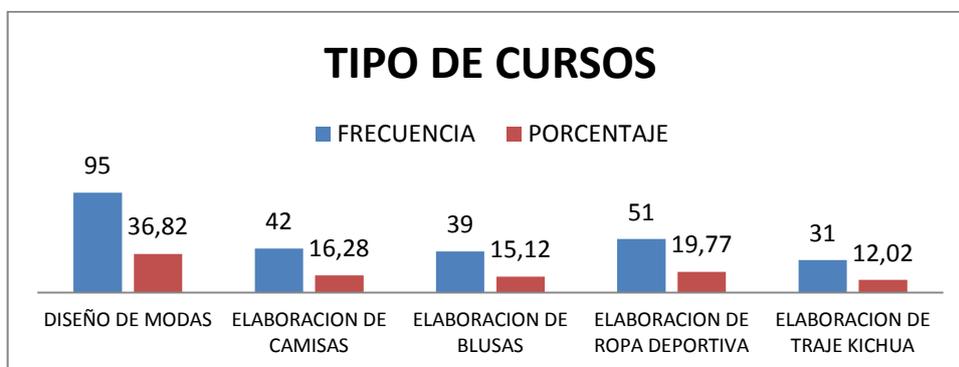
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DISEÑO DE MODAS	95	36,82
ELABORACIÓN DE CAMISAS	42	16,28
ELABORACIÓN DE BLUSAS	39	15,12
ELABORACIÓN DE ROPA DEPORTIVA	51	19,77
ELABORACIÓN DE TRAJE KICHWA	31	12,02
TOTAL	258	100

Fuente: Encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

GRÁFICO Nº 19 TIPO DE CURSOS



Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

Análisis

La mayoría de las encuestadas sostienen que les gustaría asistir a cursos de diseño de modas, otras tienen preferencia por aprender a elaborar ropa deportiva, otra parte de ellas por la elaboración de camisas, blusas y muy pocas por la elaboración de traje kichuwa.

9. ¿Qué días le gustaría asistir a los cursos de capacitación?

TABLA Nº 21IMPLEMENTACIÓN

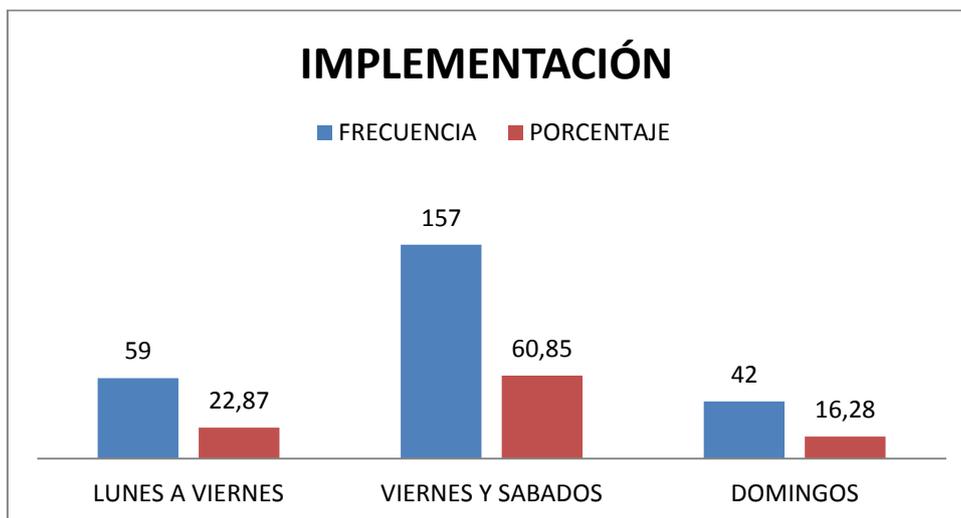
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LUNES A VIERNES	59	22,87
VIERNES Y SÁBADOS	157	60,85
DOMINGOS	42	16,28
TOTAL	258	100

Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

GRÁFICO Nº 20IMPLEMENTACIÓN



Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

Análisis

Respecto a los días de asistencia que son de preferencia por las encuestadas, la mayoría está dispuesta asistir los días viernes y sábados al centro de capacitación, otra parte de las encuestadas sostiene que tienen preferencia por asistir de lunes a viernes y muy pocas los días domingos.

10. ¿En qué horario le gustaría asistir a estos cursos de capacitación?

TABLA N° 22 HORARIO

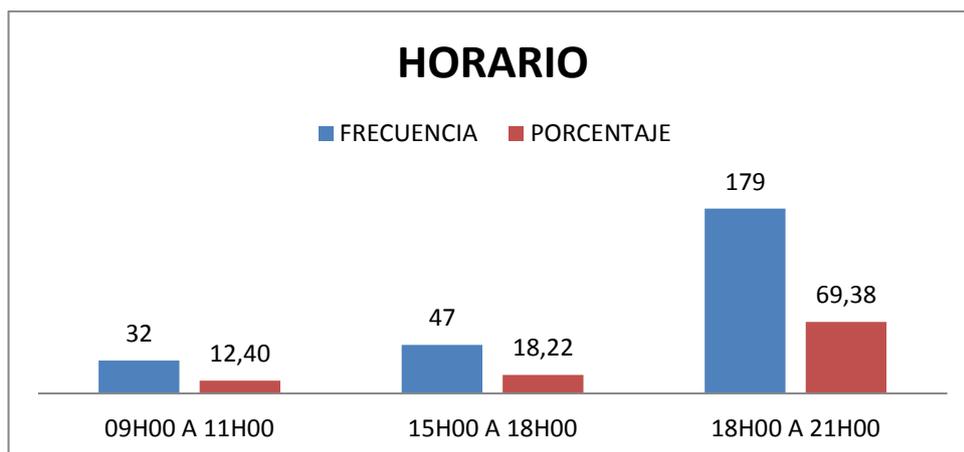
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
09H00 A 11H00	32	12,40
15H00 A 18H00	47	18,22
18H00 A 21H00	179	69,38
TOTAL	258	100

Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

GRÁFICO N° 21 HORARIO



Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

Análisis

La mayoría de las encuestadas optan por asistir al centro de capacitación en el horario de 18:00 a 21:00, debido a que en el día tienen muchas ocupaciones ya sea por el trabajo o labores de la casa, otra parte de las encuestadas les gustaría asistir de 15:00 a 18:00 y muy pocas de 09:00 a 11:00.

11. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un curso de capacitación de 40 horas?

TABLA Nº 23 PRECIO

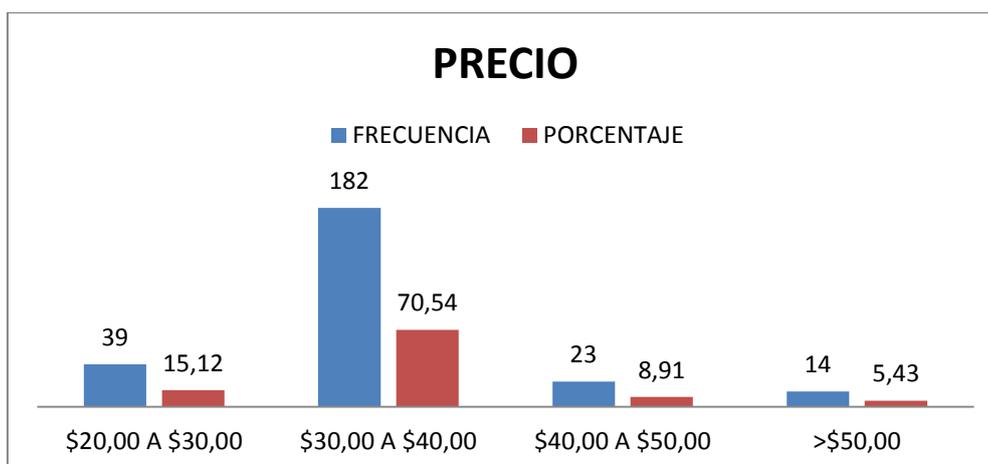
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$20,00 A \$30,00	39	15,12
\$30,00 A \$40,00	182	70,54
\$40,00 A \$50,00	23	8,91
>\$50,00	14	5,43
TOTAL	258	100

Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

GRÁFICO Nº 22 PRECIO



Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

Análisis

En relación al precio de los cursos de capacitación, la mayoría de las encuestadas están en condiciones de pagar de \$30.00 a \$40.00 el curso de 40 horas, otra parte de ellas de \$20.00 a \$30.00, otras de \$40.00 a \$50.00 y muy pocas más de \$50.00.

12. ¿Cuántos módulos (cada módulo dura 3 cursos) estaría en condiciones de seguir al año?

TABLA N° 24MÓDULOS

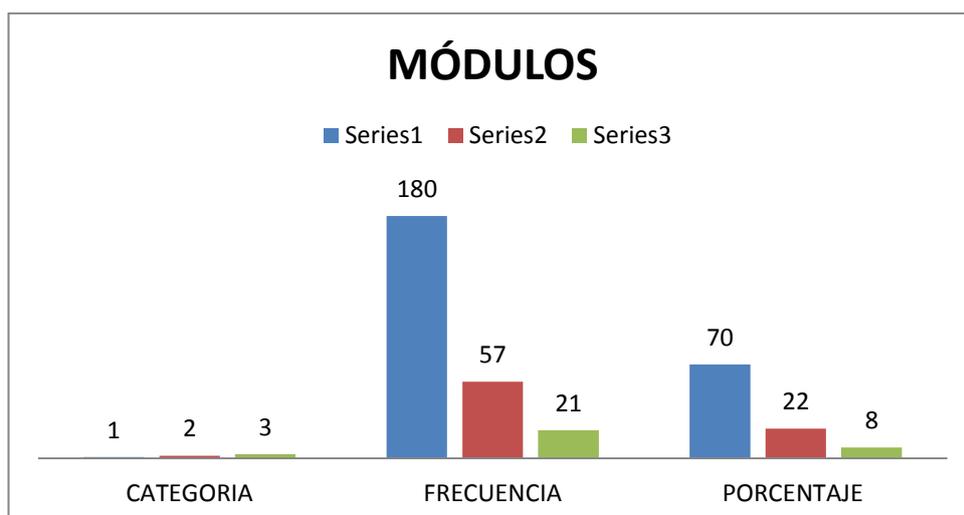
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	180	70
2	57	22
3	21	8
TOTAL	258	100

Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

GRÁFICO N° 23MÓDULOS



Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

Análisis

La mayoría de las encuestadas están en condiciones de asistir un módulo al año, que quiere decir que asistirían 3 cursos al año, otra parte de las encuestadas optan por asistir 2 módulos al año y muy pocas 3 módulos al año.

13. ¿Por qué medios publicitarios le gustaría que el centro técnico artesanal promocióne sus cursos?

TABLA Nº 25 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

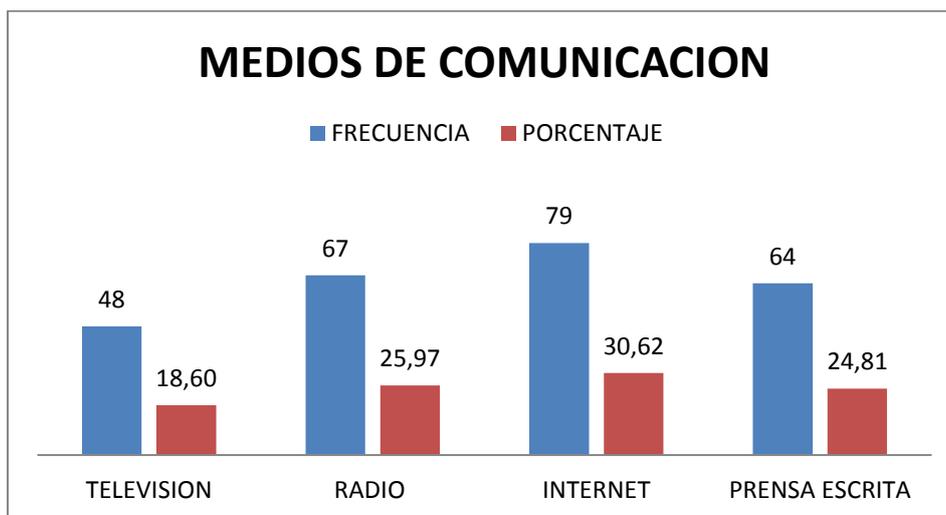
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TELEVISIÓN	48	18,60
RADIO	67	25,97
INTERNET	79	30,62
PRENSA ESCRITA	64	24,81
TOTAL	258	100

Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

GRÁFICO Nº 24 MEDIOS DE COMUNICACION



Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

Análisis

La mayoría de las encuestadas sostienen que el centro de capacitación técnico artesanal debe promocionar sus cursos por medio de una página en internet, otras por la radio, prensa escrita y televisión respectivamente.

Datos técnicos:

TABLA N° 26 GÉNERO

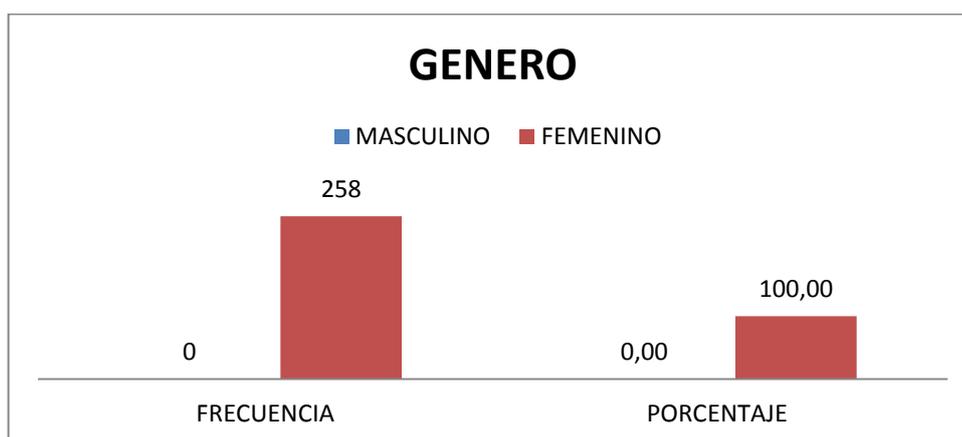
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	103	43.79
FEMENINO	141	56.21
TOTAL	258	100

Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

GRÁFICO N° 25 GÉNERO



Fuente: Encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis

De acuerdo a la investigación realizada se puede conocer que un 56.21% de la población investigada son mujeres quien están interesadas en esta actividad y un 43.79% de hombres dispuesto a ingresar al curso de capacitación.

TABLA Nº 27 OCUPACIÓN

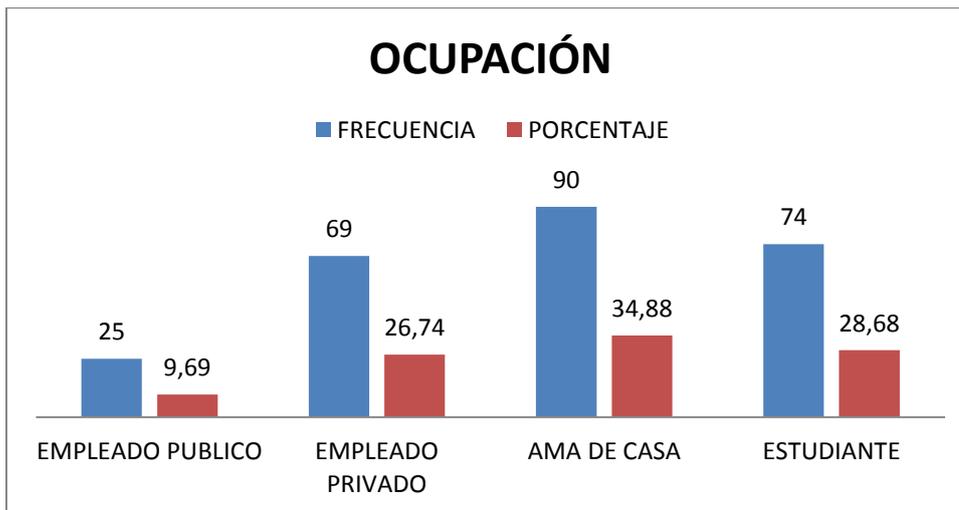
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EMPLEADO PUBLICO	25	9,69
EMPLEADO PRIVADO	69	26,74
AMA DE CASA	90	34,88
ESTUDIANTE	74	28,68
TOTAL	258	100

Fuente: Encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: La autora

Año: 2013

GRÁFICO Nº 26 OCUPACIÓN



Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

Análisis

Respecto a la ocupación de las encuestadas, la mayoría son amas de casa con 34.88%, que serán quienes más acogida tendrá el centro por otra parte son empleadas privadas, otras estudiantes y muy pocas son empleadas públicas

TABLA N° 28 EDAD

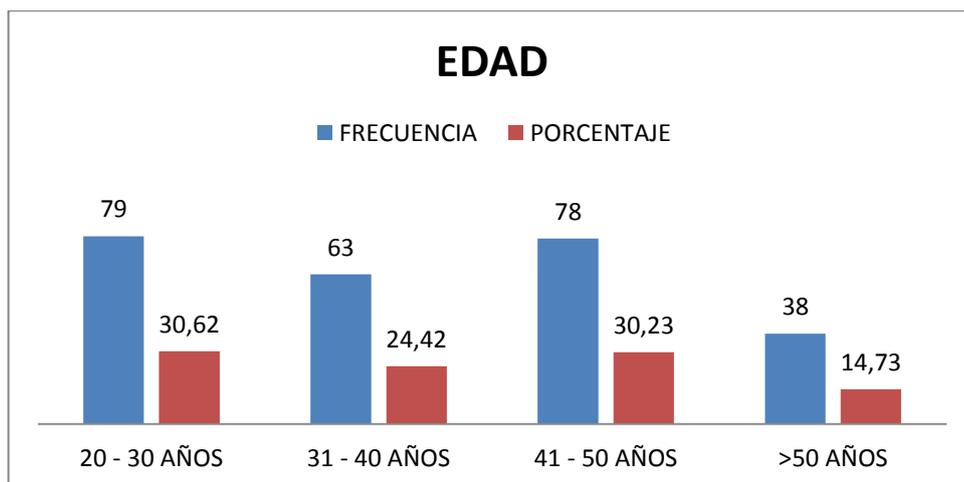
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20 - 30 AÑOS	79	30,62
31 - 40 AÑOS	63	24,42
41 - 50 AÑOS	78	30,23
>50 AÑOS	38	14,73
TOTAL	258	100

Fuente: Encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

GRÁFICO N° 27 EDAD



Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

Análisis

De acuerdo a la investigación realizada se puede conocer la edad de las encuestadas, la mayoría de ellas se encuentran entre los 20 a 30 años, siendo un 30% de la población más joven interesada en la capacitación, siguiéndole las de 41 a 50 años.

TABLA Nº 29 NIVEL ACADÉMICO

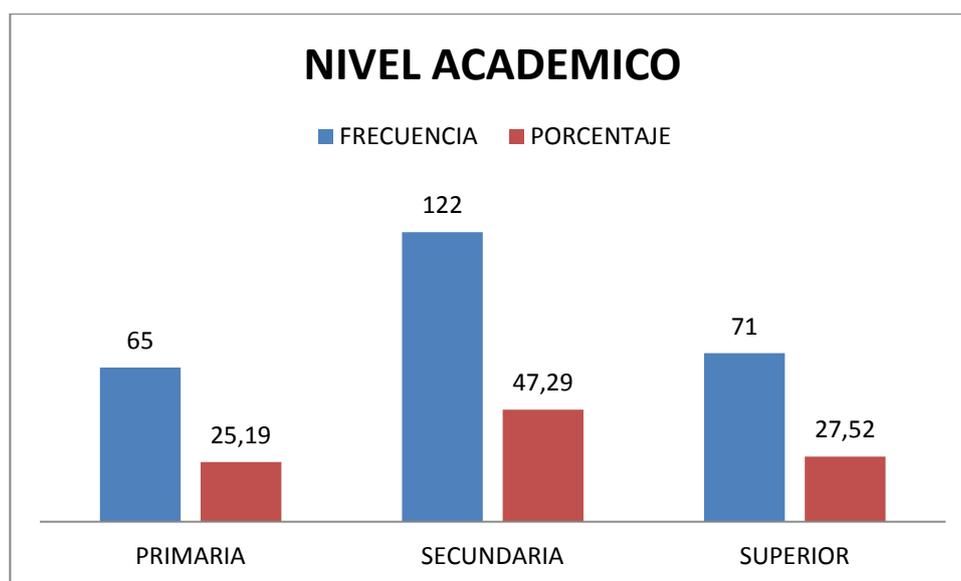
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRIMARIA	65	25,19
SECUNDARIA	122	47,29
SUPERIOR	71	27,52
TOTAL	258	100

Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

GRÁFICO Nº 28



Fuente: encuestas (258 unidades de observación)

Elaborado por: la autora

Año: 2013

Análisis

Respecto al nivel académico la mayoría de las encuestadas tienen un nivel académico de secundaria con un 47.29% de la población, siguiendo el nivel académico superior con 27.52%.

3.7 MERCADO META

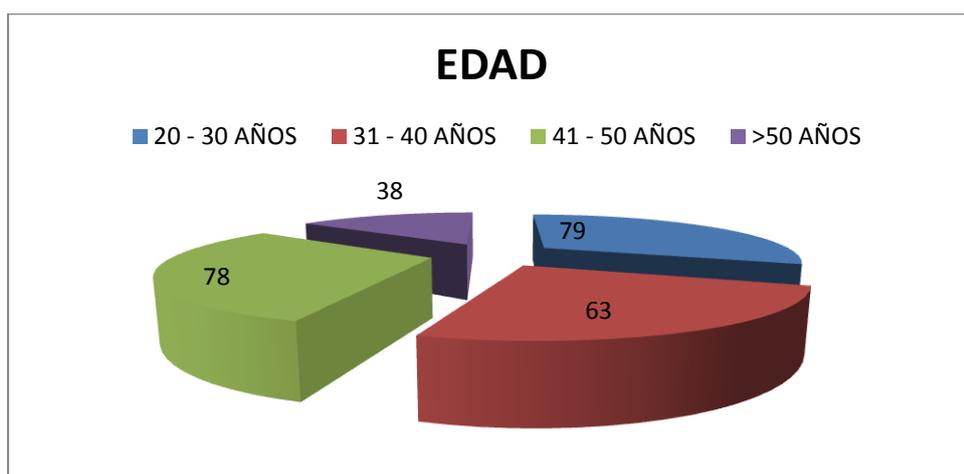
El mercado meta del proyecto son la PEA que actualmente se dedica a actividades de producción y comercialización de artesanías, residentes en la parroquia Miguel Egas, que corresponde a 780 artesanos.

3.7.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

3.7.1.1 SEGMENTACIÓN POR LA EDAD

De acuerdo a la edad de la PEA femenino de la parroquia Miguel Egas es la siguiente:

GRÁFICO Nº 29 SEGMENTO POR EDAD



Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

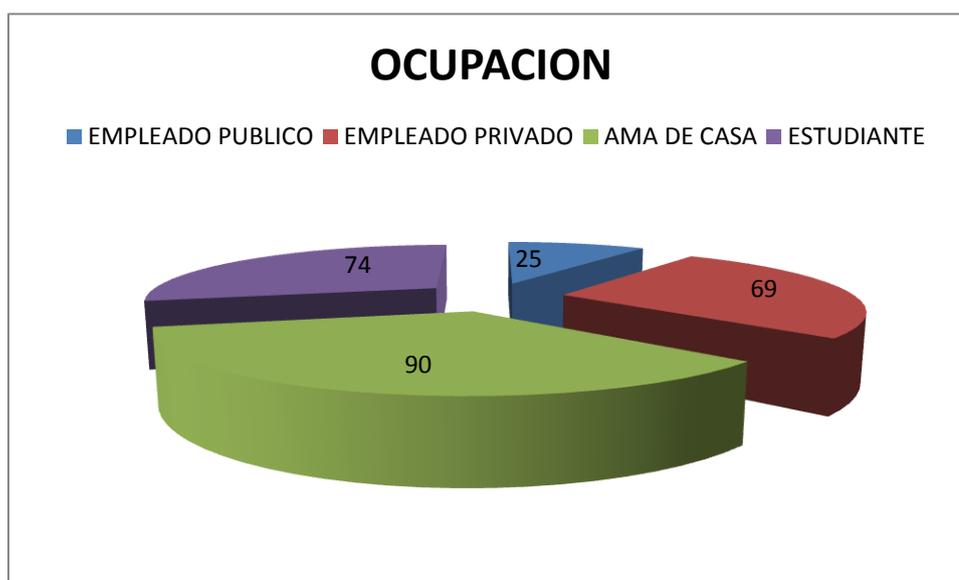
ANALISIS

De acuerdo a la investigación realizada se puede conocer a la PEA por su edad conociendo que 79% de la población investigada son personas que pasan más de lo 50 años y quienes y quienes viven de actividades artesanales y el comercio.

3.7.1.2 SEGMENTACIÓN SEGÚN LA OCUPACIÓN

De acuerdo la ocupación de la PEA femenino de la parroquia es el siguiente:

GRÁFICO Nº 30



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

3.8 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

3.8.1 CANTIDAD TOTAL DE LA DEMANDA

La cantidad total de la demanda está en relación a las encuestas aplicadas a la PEA dedicada a la producción y comercialización de artesanías de la parroquia Miguel Egas, específicamente en la pregunta 7 referente al porcentaje de las encuestadas que definitivamente si asistirán al centro de capacitación técnico artesanal que es del 70% y la pregunta 12 en la que se refleja la cantidad de módulos que desearían asistir en el año, teniéndose los siguientes resultados:

- Porcentaje que definitivamente si asistirán al centro de capacitación técnico artesanal = 70% que equivale a 546

potenciales participantes que estarían dispuestos a asistir al centro de capacitación artesanal.

Una vez determinada la demanda expresada en el número de personas que asistirían al centro de capacitación que es de 546 personas, se procedió a calcular la posible demanda expresada en número de módulos de capacitación, obtenida de la pregunta No. 12 de las encuestas. De esta información se establece la cantidad de módulos de capacitación demandada.

TABLA N° 30 CANTIDAD DE MÓDULOS DE CAPACITACIÓN DEMANDADOS

PEA femenino	Cantidad de módulos año	Porcentaje	Cantidad de módulos demandados anual (cantidad de módulos por porcentaje)
546	1	70	(382 * 1) 382
	2	22	(120 * 2) 240
	3	8	(44 * 3) 132
	Total demanda actual	100	754

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La Autora

Se puede determinar que la cantidad posiblemente demandada es de 754 módulos de capacitación al año.

3.8.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda futura se consideró la tasa de crecimiento poblacional de 1.29 % según el Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia Miguel Egas: (2010-2020). Para su cálculo se aplicó la siguiente

Formula

$$Mn = Mo (1 + t)^n$$

Dónde:

Mn= Oferta futura

Mo= Oferta actual (año 2012).

n= años proyectados.

1= constante.

t= Tasa de crecimiento histórica 1.29%

TABLA N° 31 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Años	Proyección de la demanda (módulos de capacitación) $M_n = M_o(1+0.0129)^n$
2.013	764
2.014	774
2.015	783
2.016	793
2017	803

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

La demanda proyectada para el año 2013 es de 764 módulos de capacitación y para el año 2017 de 803 módulos de capacitación en el área artesanal en la parroquia Miguel Egas.

3.9 IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

Para analizar la oferta de módulos de capacitación en la parroquia Miguel Egas se tomó como referencia el número de cursos de capacitación que dicta el SECAP de Ibarra en el cantón Otavalo, determinándose por investigación directa a la Tgla. Brenda Enríquez encargada de Gestión Operativa, que son 25 cursos de capacitación en el área artesanal que

desarrollaron en el año 2012 y que para los próximos años se tendrá un crecimiento de cursos del 10% anual.

3.9.1 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la demanda futura se consideró la tasa de crecimiento de los cursos de capacitación en el área artesanal que oferta el SECAP al Cantón Otavalo. Para la proyección de la oferta se aplicó la siguiente ecuación.

$$Mn = Mo (1 + t)^n$$

Dónde:

Mn= Oferta futura

Mo= Oferta actual (año 2012).

n= años proyectados.

1= constante.

t= Tasa de crecimiento histórica 10%

TABLA N° 32 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Años	Proyección de la oferta (módulos de capacitación) $Mn = Mo(1+0.1)^n$
2.013	28
2.014	31
2.015	34
2.016	37
2017	41

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

La oferta de cursos de capacitación para el año 2013 es de 28 cursos y para el año 2017 de 41 cursos de capacitación.

3.9.2 BALANCE OFERTA - DEMANDA

Luego de analizar la oferta y la demanda se procede a estructurar el balance oferta – demanda con la finalidad de determinar la demanda insatisfecha de cursos de capacitación en la parroquia Miguel Egas.

TABLA Nº 33 BALANCE OFERTA – DEMANDA

Año	Oferta (No. de cursos)	Demanda (No. cursos)	Demanda insatisfecha en número de cursos
2013	28	764	736
2014	31	774	743
2015	34	783	749
2016	37	793	756
2017	41	803	762

Fuente: Proyección Oferta – Demanda 2013-2017.

Elaborado por: La Autora

Año: 2013

Al realizar el análisis oferta – demanda se establece que existe una demanda insatisfecha de 736 módulos de cursos de capacitación en el año 2013

3.9.3 PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO

La participación del proyecto en el mercado de acuerdo a la demanda insatisfecha que es de 736 cursos de capacitación, se pretende captar el 6% de esta demanda que significa 50 módulos de cursos de capacitación.

3.10 ANÁLISIS DE COMPETIDORES

En la actualidad no existen competidores directos del Centro de Capacitación Técnico Artesanal en la parroquia Miguel Egas y los otros cantones de la provincia de Imbabura. Como competidores indirectos se localizan el SECAP de Ibarra, el cual desarrolla cursos de capacitación en diferentes áreas en la ciudad de Ibarra y un mínimo número de cursos en el cantón Otavalo.

3.10.1 PRECIO

De acuerdo a las encuestas aplicadas en la pregunta No. 11 se determina que el precio referencial que maneja el centro de capacitación técnico artesanal es de \$40.00 el curso de 40 horas, este precio está en relación a los precios que maneja el SECAP de Ibarra.

3.10.2 PROYECCIÓN DE PRECIOS

Los precios de los cursos de capacitación que tendrá el centro de capacitación técnico artesanal, se proyectaron tomando en cuenta la tasa de inflación anual que es del 4.16% para el año 2012 según el Banco Central del Ecuador.

TABLA N° 34 PROYECCIÓN DE PRECIOS

Años	Precio proyectado
2013	42.00
2014	44.00
2015	46.00
2016	48.00
2017	50.00

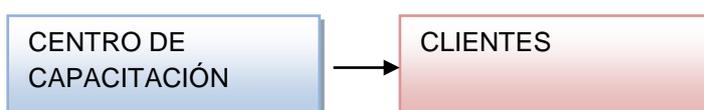
Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

3.10.2.1 COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS

Los servicios de capacitación del centro tendrán un tipo de canal corto de la siguiente manera:

GRÁFICO Nº 31 CANAL DE DISTRIBUCIÓN



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

3.10.3 ESTRATEGIAS DE MERCADO

3.10.3.1 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

- Desarrollar los cursos en horarios que los participantes requieran
- Los cursos se fundamentaran en diseños curriculares que promueva aprendizajes significativos.
- Se dispondrá de instructores con experiencia para el desarrollo de los programas de capacitación
- Al terminar los módulos ocupacionales de capacitación, los participantes estarán en capacidad de confeccionar los tipos de prendas de vestir objetivo del módulo.
- Los cursos serán con la modalidad interactiva, participativa, con la finalidad de interrelacionar en forma práctica los conocimientos.
- Los modelos pedagógicos que se aplique serán fundamentados en el diseño curricular basado en competencias.

- Cada módulo de los cursos desarrollaran competencias específicas del objeto del curso y competencias generales que permitan a los participantes obtener habilidades o destrezas ocupacionales en el área de corte y confección.

3.10.3.2. ESTRATEGIAS DE PLAZA

- Las aulas dispondrán de los ambientes adecuados
- Las ayudas didácticas estarán de acuerdo a las tendencias pedagógicas que exige la formación ocupacional.
- El centro dispondrá de ambientes físicos de acuerdo a la norma técnica INEN que exige para su construcción y funcionamiento.
- Es necesario realizar alianzas estratégicas con el Gobierno Municipal de Otavalo, Gobierno Provincial de Ibarra y otras entidades, con la finalidad de articular, socializar eventos de capacitación que promueva una mayor capacidad de funcionamiento del centro.
- Efectuar exposiciones del centro en las diferentes ferias artesanales que se desarrollen en la ciudad de Otavalo para dar a conocer al centro de capacitación.

3.10.3.3 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

- Establecer todo lo referente a material promocional, como dípticos, trípticos y otros materiales para ser entregados al mercado potencial y mercado meta del proyecto.

- Para cuando exista la participación de una misma familia en un determinado curso se aplicará la política de pague por 1 participante y el otro participante con el 50% de descuento.
- Elaborar una página web del centro con la finalidad de socializar sus servicios con su mercado meta y otros segmentos de posibles mercados.
- Desarrollar desfiles de modas con los trabajos que elaboren los participantes.
- Participar activamente en las festividades de la parroquia y otras del sector con la presencia de sus alumnos.

3.10.3.4 ESTRATEGIAS DE PRECIOS

- Los precios de los cursos serán más bajos que los de la competencia.
- Se podrá cancelar los derechos de los cursos de capacitación mediante tarjetas de crédito, transferencias.
- Para alumnos de escasos recursos económicos se podrá tener la política de hacer en diferentes pagos el valor del curso que va a seguir.
- Precios especiales en el desarrollo de cursos de capacitación en épocas de vacaciones.
- Aplicar alianzas estratégicas con proyectos que sean financiados por el Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional, de forma que a los participantes se beneficien en forma gratuita ya que esta entidad auspicia el financiamiento de proyectos de capacitación.

3.10 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- Del análisis de la oferta se establece que en la parroquia Miguel Egas no se localiza un centro de capacitación técnico artesanal y que el competidor indirecto es el SECAP de Ibarra, que oferta diferentes tipos de cursos de capacitación a la población de Ibarra. La oferta actual es de 25 cursos de capacitación para el año 2012, con una tasa de crecimiento del 10%, lo que representa que para el año 2013 la proyección de la oferta será de 28 cursos anuales.
- Del análisis de la demanda se establece que la demanda actual de cursos de capacitación es de 754 módulos de capacitación para el año 2012. La demanda futura es de 764 módulos de capacitación en la parroquia Miguel Egas del cantón Otavalo con una tasa de crecimiento poblacional de 1.29% según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia.
- Del balance oferta demanda se determina una demanda insatisfecha de 736 módulos de capacitación para el año 2013 y para el año 2017 de 762 cursos de capacitación.
- La participación que posiblemente tendría el proyecto en el mercado potencial es de 50 módulos de capacitación que representa el 6% de la demanda insatisfecha.
- Para la proyección de los precios se utilizó la tasa de inflación anual que es del 4.16% para el año 2012 según el Banco Central del Ecuador, teniendo así para el año 2013 un precio de los cursos de \$42.00 y para el año 2017 de \$50.00.
- El mercado meta del proyecto son la PEA femenino de la parroquia Miguel Egas que son 780 mujeres

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

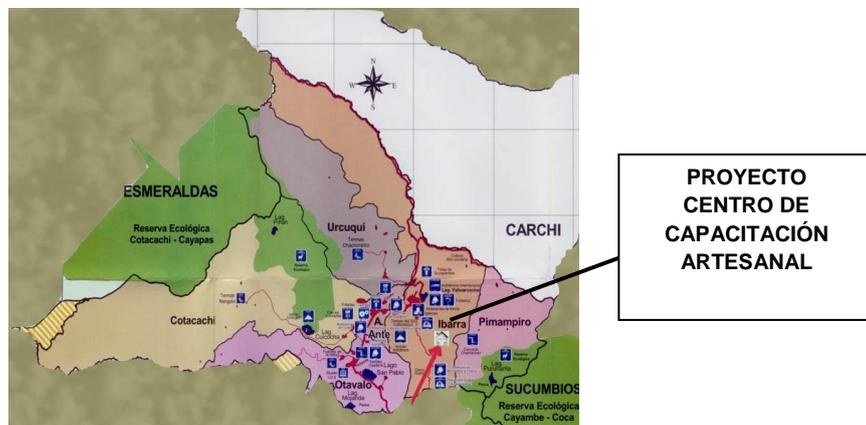
El estudio técnico tuvo como finalidad determinar, formular y analizar los componentes: tamaño adecuado del centro de capacitación artesanal, en relación a su capacidad instalada y su capacidad operativa así como su óptima macrolocalización y microlocalización.

4.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1 MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La zona donde se instalará el Centro de capacitación técnico Artesanal será en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo parroquia Miguel Egas

GRÁFICO Nº 32 MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Municipio de Otavalo
Elaboración: La Autora

Los factores que se consideran de importancia para la macrolocalización del centro son los siguientes:

4.1.1.1 TRANSPORTE

Desde el punto de vista del transporte se considera que el centro se ubique próximo que sean accesibles mediante los medios de transporte

de Ibarra como son la Cooperativas de transporte del sector as frecuencias de turnos, que facilitará a los usuarios que no dispongan de transporte propio.

4.1.1.2 SECTOR ESTRATÉGICO

Por ser una empresa de servicio de capacitación el sector en el que se localizará el centro deberá estar cerca de sus clientes y estar ubicado en las zonas de mayor tendencia al crecimiento urbanístico y donde se ubique otras entidades de prestación de otros servicios en general.

4.1.1.3 CONDICIONES SOCIALES Y CULTURALES

La capacitación es un derecho de Segunda Generación, pertenece a los Derechos Económicos, Sociales y Culturales, debiendo ser considerados como fundamentales y de obligatorio cumplimiento por parte del Estado, por lo tanto se hace la instalación del centro. Las políticas que actualmente formula el Estado en beneficio de las personas del sector rural con programas de capacitación que auspician los gobiernos locales

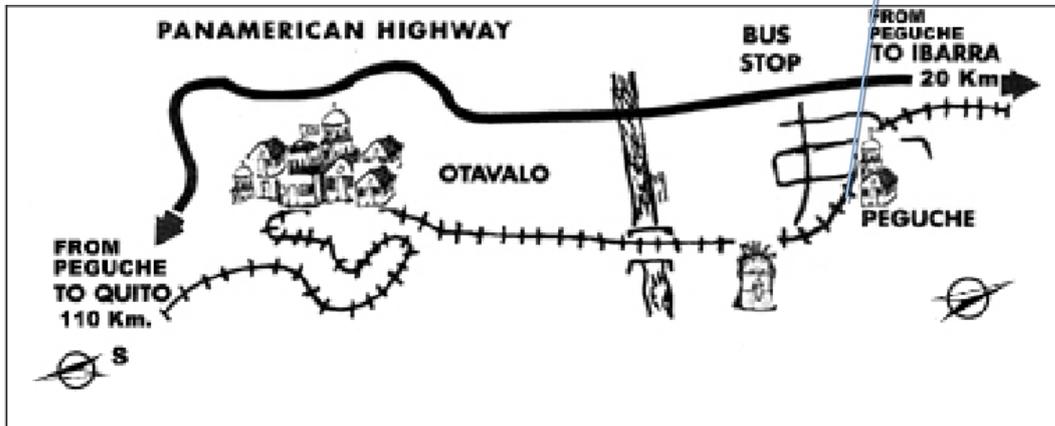
4.1.1.4 SERVICIOS BÁSICOS.

Es importante para la macrolocalización del centro que el sector disponga de servicios de infraestructura como luz, agua, teléfono vías de comunicación y otros servicios complementarios como: bomberos, policía hospitales serán fuerzas ocasionales que se deben considerar para la implantación de un centro

4.1.2 MICROLOCALIZACIÓN

GRÁFICO N° 33 PARROQUIA MIGUEL EGAS

CENTRO DE
CAPACITACIÓN
TÉCNICO
ARTESANAL



Fuente: Municipio de Otavalo

Elaboración: La Autora

El Centro de capacitación se ubicará en la parroquia de Miguel Egas. Para la microlocalización del Centro se consideró tres alternativas de ubicación del proyecto:

- a) Barrio Obraje
- b) La Merced
- c) Parque central del poblado

Para elegir el punto preciso, dentro de la macrozona en donde se ubicará definitivamente el centro de capacitación tiene como relación a los siguientes factores de localización:

1. Precio del terreno
2. Tamaño y dimensiones
3. Ubicación estratégica
4. Servicios básicos

La metodología utilizada para definir los principales factores determinantes de localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se le atribuye. El peso

relativo, sobre la base de una suma igual a uno, depende fuertemente del criterio y experiencia de los evaluadores. La calificación de cada factor se asumió en una escala de 1 a 10. Para obtener la calificación ponderada se multiplicó el peso por la calificación de cada factor. La matriz establecida para la localización fue la siguiente:

TABLA Nº 35 MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

FACTOR RELEVANTE	PESO	La Merced		Parque central de la parroquia		Barrio Obraje	
		Calf.	Calf. Pond.	Calf.	Calf. Pond.	Calf.	Calf. Pond.
Precio de terreno	0,30	8	2,4	9	2,7	9	2,7
Tamaño y dimensiones	0,28	7	1,96	8	2,24	7	1,96
Ubicación estratégica	0,25	7	1,75	9	2,25	5	1,25
Servicios básicos	0,17	8	1,36	8	1,36	8	1,36
TOTAL	1,00		7,47		8,55		7,27

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

De acuerdo a este método cualitativo por puntos mediante la Matriz y el análisis dimensional utilizado para determinar la mejor microlocalización, el sector donde se ubicará se obtuvo que el sector del parque central de la parroquia con el puntaje más alto de 8.55 puntos.

4.2 UBICACIÓN DE LA PLANTA

4.2.1 ETAPA DE PRE OPERACIÓN

a) Respecto al centro de capacitación y su aprobación

Se tendrá que elaborar el proyecto para que sea aprobado por el Ministerio de Relaciones Laborales que es el ente que regula y autoriza el funcionamiento de los centros de capacitación y formación profesional para que los certificados sean reconocidos por el mismo y les sirva a los participantes como currículum de mano de obra calificada para la ocupación laboral específica en el área de confecciones industriales, por lo tanto se

tiene que cumplir con todos los requisitos para su aprobación , el funcionamiento y su habilitación

En la etapa preoperativa se validara los siguientes términos

b) Presentación.

Del proyecto al Ministerio de Relaciones Laborales para su aprobación y reconocimiento como centro de capacitación específico que puede acceder a convenios con el Consejo Nacional de formación para participar en proyectos de capacitación auspiciados por esta entidad y sin costo para los alumnos o participantes

c) Ámbito.

Que es el espacio comprendido dentro de los límites determinados. Espacio ideal configurado por el mercado meta del centro

d) Tipo de capacitación.

Capacitación ocupacional en el área de corte y confección en general mediante el sistema modular donde cada módulo contiene tres cursos de cuarenta horas pedagógicas lo que suma ciento veinte horas por modulo ocupacional Los módulos formativos estarán estructurados pedagógicamente que respondan a una etapa significativa del proceso de trabajo y una fase significativa del proceso de aprendizaje

e) Participantes.

Denominación de los alumnos que se encuentren cursando los cursos del centro de capacitación.

f) Programa.

Sistema de distribución de un curso o asignatura de un bloque modular para lo cual se estructuraron los diseños curriculares de los módulos.

4.2.2 DISEÑO DE INSTALACIONES

4.2.2.1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS GENERALES

Para el diseño de las instalaciones del centro de capacitación es indispensable disponer de la documentación técnica completa que tiene relación por los bosquejos del plano arquitectónico, estructural de instalaciones hidrosanitarias, eléctricas telefónicas otras especiales, como estudio de suelos memorias de diseño y especificaciones constructivas, documentación que permita el diseño apropiado y técnico del edificio del centro de capacitación

4.2.2.2 REQUERIMIENTOS PREVIOS

Se deberá hacer un análisis del suelo en cuanto al nivel freático y capacidad portante o de resistencia del mismo, con la finalidad de calcular adecuadamente el costo de las obras civiles en el límite del tiempo acordado. En el terreno donde se construya el centro de verificaron lo siguiente:

- Ubicación y condiciones topográficas del terreno
- Características edafológicas del suelo
- Condiciones relativas a las normativas municipales para la aprobación de planos
- Criterios de la norma INEN referente construcciones de centros de capacitación sus espacios físicos , distribución de ambientes acceso a las aulas y talleres, medidas mínimas que deberán tener las aulas , ubicación de Baterías sanitarias y espacios verdes respectivos
- Control de calidad, referencias normativas del diseño de centros de capacitación en cuanto a las dimensiones y alturas técnicas de las aulas
- Determinar el presupuesto referencial de los rubros que establece el proyecto en su diseño constructivo

- Hacer los trámites para la ficha ambiental según la regulación del Ministerio del Ambiente la dirección de Ambiente del Municipio de Otavalo

Se tendrá en cuenta los aspectos básicos que permitan confirmar la factibilidad del proyecto, razón por la cual se realizó un corrido financiero que sustente y demuestre en términos precisos la factibilidad técnica de la ejecución del proyecto.

4.2.3 ASPECTO PEDAGÓGICO

Los planes y programas de estudio se analizaron en base a la formación por competencias, con la finalidad de que los participantes obtengan una capacitación ocupacional en el área de confecciones industriales. Con esta finalidad se establecieron los programas de capacitación que serán desarrollados y aprobados por el Ministerio de Relaciones Laborales.

4.2.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

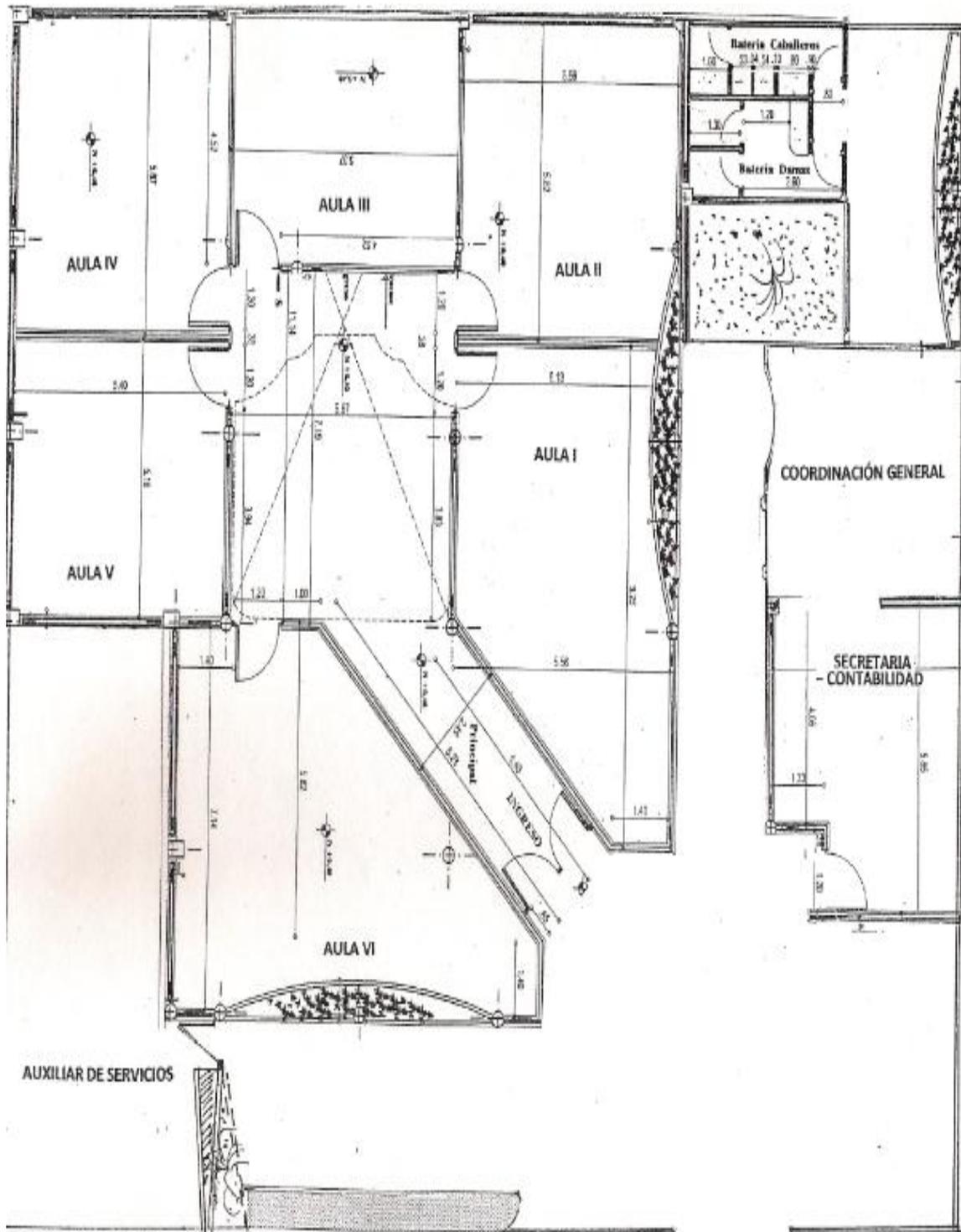
El centro de capacitación estará emplazado en una área de trescientos setenta y siete, metros cuadrados distribuidos en los siguientes bloques un bloque de cinco aulas, un bloque administrativo accesos y espacios verdes en general y baterías sanitarias:

TABLA Nº 36 OBRAS CIVILES

CONCEPTO	ÁREA (m ²)
Bloque de aulas (5 aulas)	153,62
Bloque administrativo	93,50
Espacios recreativos general	50,00
Accesos en general	38,20
Espacios verdes	30,00
Baterías sanitarias	18,20
Total (m²)	377,82

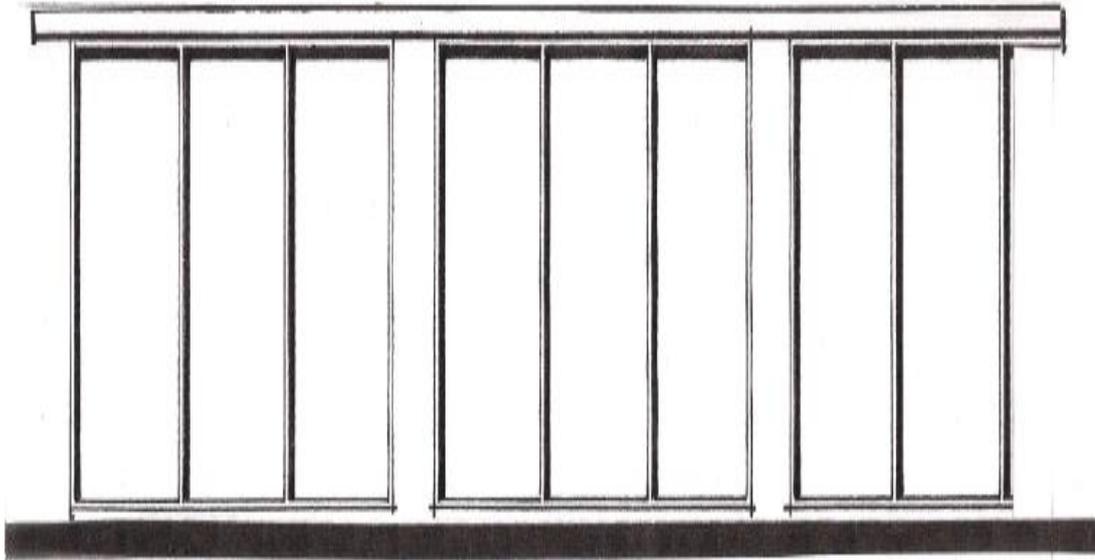
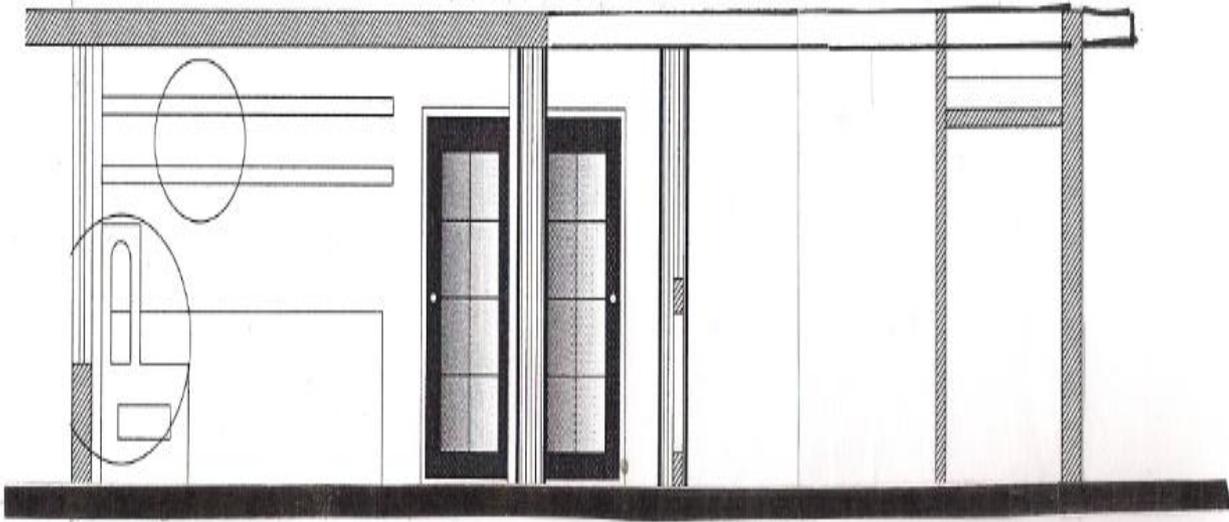
Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

**GRÁFICO Nº 34 PLANTA ARQUITECTÓNICA DEL CENTRO DE
CAPACITACIÓN TÉCNICO ARTESANAL**



Elaborado por: ARQ. Marcelo Jiménez

GRÁFICO Nº 35 FACHADA PRINCIPAL



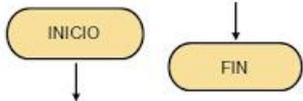
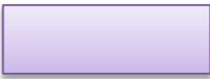
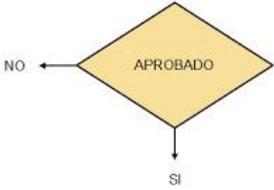
Elaborado por: ARQ. Marcelo Jiménez

4.3 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

4.3.1 PROCESOS OPERATIVOS

El proceso que aplicará el Centro de capacitación técnico artesanal se representa en forma gráfica los servicios y las diferentes actividades. En su elaboración se utilizaron cinco símbolos internacionalmente aceptados para representar las acciones efectuadas, a saber: operación el orden que deben ejecutarse los sucesos se representa en el diagrama de flujo del proceso.

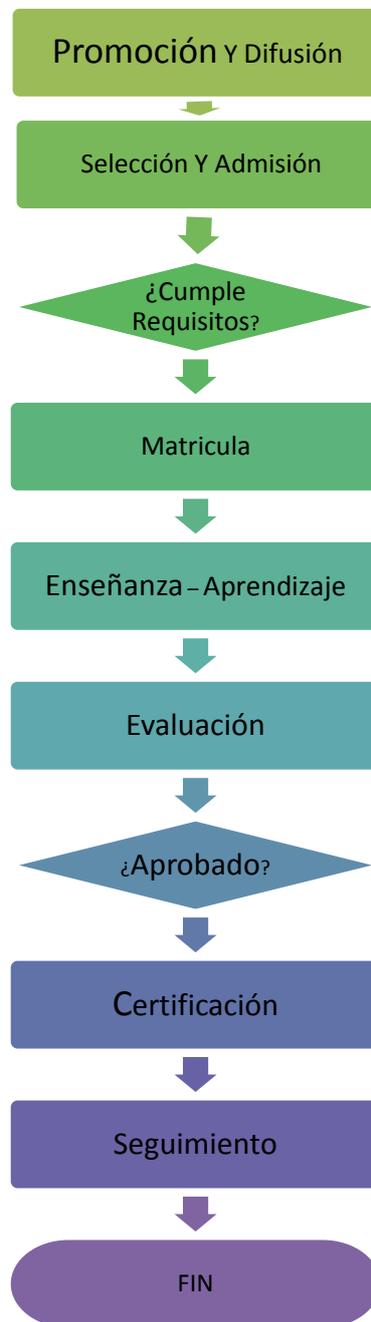
TABLA Nº 37 FLUJO GRAMA DE PROCESOS

CONCEPTO	SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
INICIO / FIN		Indicador de inicio de un procedimiento
OPERACIÓN		Forma utilizada en un diagrama de flujo para presentar una tarea o actividad
PROCESO		Representa una actividad predefinida, expresada en otro diagrama
DECISIÓN		Representa una actividad de decisión o de conmutación.
CONECTOR		Conector. Se usa para representar en un diagrama de flujo una entrada o una salida de una parte de un diagrama de flujo a otra dentro de la misma pagina
DOCUMENTO		Documento. Representa la información escrita pertinente al proceso

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 37 DIAGRAMA DE FLUJO PARA INICIO DEL CURSO DE CAPACITACIÓN



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

4.3.1.1 DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS

Promoción y difusión

En esta etapa se procederá a efectuar la promoción y difusión de la oferta académica del Centro de Capacitación a través de diferentes técnicas como: reuniones de socialización con los diferentes segmentos de mercado o clientes potenciales. Se elaborará material publicitario escrito como: dípticos, trípticos y otros. Se utilizará también medios de comunicación como la televisión, radio, prensa escrita para hacer la promoción respectiva.

Selección, admisión y matrícula

Se procederá a seleccionar a los potenciales participantes de los cursos de capacitación bajo criterios y reglamentos que tendrá el centro

Enseñanza – aprendizaje

Es el proceso de desarrollo de los cursos de capacitación aplicando, el diseño y la metodología curricular basada en competencias, con un enfoque interdisciplinario, intercultural de actuación formador, de aprendizaje con una visión que facilite la formación de competencias ocupacionales, por la vía científica – practica.

Evaluación

Se aplicará metodologías de evaluación dinámicas integradoras que caractericen el desempeño del formador y formando con un enfoque didáctico de proceso de orientación y un aprendizaje gradual de competencias ocupacionales.

Certificación

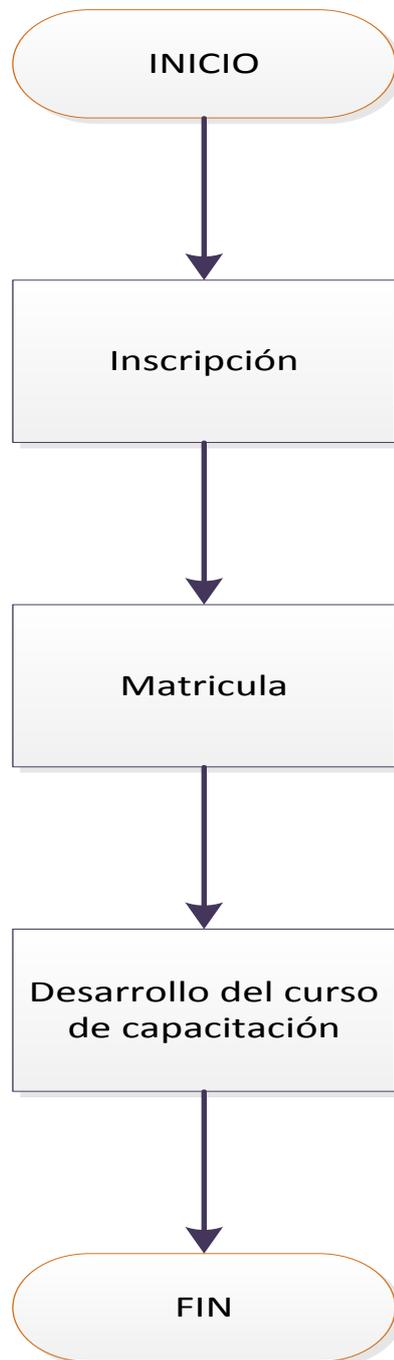
Será el proceso mediante el cual se certifique en forma objetiva los cursos de capacitación con un principio de documento que habilita el haber aprobado el o los cursos de capacitación en el centro.

**GRÁFICO Nº 37 DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE
DISEÑO PEDAGÓGICO**



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora.

GRÁFICO N° 38DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE ADMISIÓN



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

4.4 PRESUPUESTO TÉCNICO

4.4.1 VALORACIÓN DE LAS INVERSIONES

4.4.1.1 EQUIPOS – MOBILIARIO ACADÉMICOS

El centro de capacitación técnico artesanal requerirá de los siguientes equipos y mobiliarios:

TABLA N° 38 EQUIPOS PARA CONFECCIÓN INDUSTRIAL (ACADÉMICOS)

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Maquina industrial de puntada recta	U	10	500.00	5.000
Maquina overlok	U	1	600.00	600.00
Maquina recubridora	U	1	950.00	950.00
Plancha a vapor	U	1	350.00	350.00
Total				6.900

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

TABLA N° 39 MUEBLES Y ENSERES ACADÉMICOS

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Pupitres bipersonales en tablero MDF	U	100	70,00	7.000,00
Escritorios y silla para instructores en las aulas	JUEGO	5	580,00	2.900,00
Pizarrón de tiza líquida	U	10	55,00	550,00
Sillas para aulas	U	120	40,00	4.800,00
Archivador de aulas	U	5	350,00	1.750,00
Total				17.000

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

TABLA Nº 40 MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRATIVO

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Escritorio con silla giratoria	U	3	400.00	1.200
Juegos de star	u	1	800.00	800.00
Archivadores	u	4	150.00	600.00
Teléfono fax	u	3	300.00	900.00
Total				3.500

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

TABLA Nº 41 EQUIPO DE INFORMÁTICA ACADÉMICOS

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Equipo de computación completo con impresora HP	U	1	900.00	900.00
Infocus marca EPSON	U	1	1.100	1.100
Total				2.000

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

TABLA Nº 42 EQUIPO DE INFORMÁTICA DE ADMINISTRACIÓN

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Equipo de computación completo con impresora HP	U	3	900.00	1.800
Total				1.800

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

4.4.2 RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA Y A DIFERIRSE, EXISTENTE Y A REALIZARSE

4.4.2.1 INVERSIONES FIJAS

Las inversiones fijas que requiere el centro de capacitación técnico artesanal corresponden a lo siguiente:

TABLA Nº 43ACTIVOS FIJOS

AÑO	INVERSIÓN
1. Inversiones fijas	
Terreno	12.000,00
Construcción civil	60.000,00
Muebles y enseres académicos	17.000,00
Muebles y enseres administrativo	3.500,00
Equipos para confección industrial (académicos)	6.900,00
Equipos de informática académicos	2.000,00
Equipo de computación administrativo	1.800,00
Total inversiones fijas	103.200,00
2. Gastos pre operativos	2.000,00
3.Capital de trabajo	15.000,00
Total inversiones	120.200,00

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

4.4.2.2 INVERSIONES DIFERIDAS

Los gastos de legalización del centro de capacitación corresponden a los siguientes rubros:

TABLA Nº 44INVERSIONES DIFERIDAS

CONCEPTO	MONTO
Constitución de la empresa	800.00
Elaboración de material publicitario, valla publicitaria, banners y otros.	1.200
TOTAL	2.000

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

4.4.2.3 CAPITAL DE TRABAJO INICIAL

El capital de trabajo inicial para el funcionamiento del centro de capacitación técnico artesanal es el siguiente:

TABLA N° 45 CAPITAL DE TRABAJO

COSTOS Y GASTOS	VALOR
Gastos de operación	6.444
Gastos de administración	5.840
Gastos de ventas	2.716
TOTAL	15.000

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

4.5 FINANCIAMIENTO

La inversión total del proyecto es de 120200 para lo cual se solicitara un préstamo a la corporación financiera nacional por un monto de 84,140, Dólares que corresponde al 70% de la inversión total. El 30% que corresponde a 30,060 será financiado por parte de socios accionistas del proyecto

TABLA N° 46 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
CAPITAL PROPIO	30060	70
CAPITAL FINANCIADO	84140	30
INVERSIÓN TOTAL	120200	100

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

4.6 TALENTO HUMANO REQUERIDO

El recurso humano necesario para el centro en su etapa operativa de acuerdo al organigrama estructural propuesto, y al mapa de procesos que dispondrá es el siguiente: Es indispensable contar con una selección de personal apropiado, con el fin de que el instituto de educación especial

cuenta con los docentes o maestros más idóneos, reuniendo los requisitos básicos necesarios para garantizar la enseñanza, aprendizaje, bienestar y seguridad.

El Talento humano se compone de:

- Gerente o coordinador
- Contadora
- Secretaria académica
- Auxiliar de servicios
- Instructores en diferentes áreas artesanales (elaboración de sombreros, pintura en tela, confecciones en general.)

4.7 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto se consideró los siguientes factores: demanda, tecnología equipos, disponibilidad de materia prima, organización de la empresa y financiamiento.

4.7.1 TAMAÑO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LA DEMANDA

En la parroquia de Miguel Egas existe una demanda actual de los servicios de capacitación en corte y confección de 754 cursos en el año 2012 y para el año 2013 de 764 cursos de capacitación, del balance oferta demanda se establece una demanda insatisfecha de 736 cursos de capacitación de la cual se pretende captar el 6% que significa 50 cursos de capacitación.

4.7.2 TAMAÑO EN FUNCIÓN A LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Para determinar la capacidad instalada del centro se consideró el análisis de la demanda de este servicio existente en la parroquia Miguel Egas que para el año 2013 es de 50 cursos. Técnicamente la capacidad instalada se establece en relación a los factores antes analizados básicamente el mercado meta a posicionarse.

4.7.3 TAMAÑO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA

La tecnología que aplicará el centro se fundamenta en el diseño de estrategias pedagógicas con alto contenido práctico que permitan desarrollar las capacidades físicas cognitivas y emocionales, para lograr establecer un adecuado y dinámico proceso de formación ocupacional en el área de la confección que posibilite un desarrollo favorable y una vinculación a los sistema económicos.

4.7.4 TAMAÑO DEL PROYECTO Y DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA O INSUMOS

Los insumos que se requieren para la operatividad del centro son básicamente de papelería como: papelotes, cartulina, marcadores, plastilinas, pinceles y otros así como los materiales de corte y confección, el centro requiere servicios básicos, de energía eléctrica, alcantarillado, agua potable, servicios de telefonía fija y móvil, y otros servicios como de seguridad, informática que son necesarios.

4.7.5 TAMAÑO DEL PROYECTO Y LA ORGANIZACIÓN

La constitución legal del centro será importante en términos de control y dirección corporativa. Para la constitución se deberá tener en cuenta los requisitos y los reglamentos que rige para este tipo de actividad económica y las normativas que exige el Ministerio de Relaciones Laborales. La estructura organizativa se fundamentará en la misión, visión y los objetivos corporativos de la empresa de tal forma que obtenga ventajas competitivas.

4.7.6 TAMAÑO DEL PROYECTO Y FINANCIAMIENTO

Los recursos financieros que se necesitarán para satisfacer las necesidades de capital del centro es factor clave para elegir el tamaño del proyecto y el financiamiento. El criterio de prudencia financiera aconseja escoger aquel tamaño que, dando lugar a una evaluación satisfactoria - aunque no necesariamente optima- pueda financiarse con la mayor

seguridad y comodidad posible. El centro se plantea una toma de decisión financiera en base a la estructura del capital de inversión inicial y operativo estará compuesto del aporte de los accionistas y a través de un crédito que se efectuará en el Banco de Fomento a una tasa de interés del 11%.

4.7.7 CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada que tiene el centro de capacitación es de cinco aulas con una capacidad para desarrollar cuarenta módulos de capacitación anual que representa ciento veinte cursos anuales de cuarentas horas pedagógicas con un promedio por curso o módulo de veinte alumnos.

4.7.8 CAPACIDAD OPERATIVA

Para determinar la capacidad operativa del centro de capacitación en función al mercado meta se determina la siguiente relación:

- Numero de módulos de capacitación anual 30
- Número de cursos por cada módulo 3
- Número de alumnos promedio por módulo 20

4.7.9 SEGUIMIENTO Y MONITOREO

El sistema de seguimiento y monitoreo de la formación ocupacional se fundamentará en un reglamento interno de evaluación general, con los indicadores de gestión que especifica el Ministerio de Relaciones Laborales para su evaluación y monitoreo en forma anual. El reglamento interno del seguimiento y monitoreo se tendrá que hacer como herramienta base para el sistema de evaluación de indicadores de gestión desde el punto de vista pedagógico del centro. La institución deberá normar los procedimientos de evaluación, con la finalidad de cumplir con los indicadores estandarizados que exige el Ministerio de Relaciones Laborales y el Consejo Nacional de Capacitación y Formación.

El reglamento de evaluación deberá contar con los criterios de evaluación de forma que sean sistematizados, valorados y permita la toma de decisiones.

Se realizará un seguimiento y monitoreo de las actividades académicas de manera que se ajuste al calendario académico establecido por la gerencia o dirección general del centro, principalmente en cuanto a la presentación de informes en general y cualquier documentación que se requiera.

El calendario de actividades será elaborado y aprobado por la gerencia en el mes de diciembre de cada año para su implementación al año siguiente.

Es responsabilidad del centro cumplir con los requisitos de procedimiento y documentaciones que exigen los dos entes que controlan y regulan su funcionamiento.

Los instructores que contrate el centro serán objeto de supervisiones de acuerdo al plan de monitoreo que establezca la gerencia. Los periodos de supervisión y monitoreo serán previstos en el calendario de actividades, pudiendo realizarse fuera de plazo, siempre que esté suficientemente fundamentadas.

Las delimitaciones se realizaran considerando aspectos pedagógicos, administrativos y técnicos.

4.7.10 RECOLECCIÓN DE DATOS

Se establecerá la documentación a ser entregada por los instructores en la etapa de supervisión y monitoreo de acuerdo a las exigencias documentadas de la institución. De esta forma los procedimientos para evaluación y seguimiento se ajustaran a las normas establecidas por las dos instituciones que certifican el funcionamiento de los centros de capacitación a nivel nacional.

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

El Centro de Capacitación Técnico Artesanal dispondrá de una inversión inicial fija de \$120.200 compuesta por: Activos fijos con un valor de \$103.200; Activo circulante o Capital de Trabajo de \$15.000,00 y Gastos pre-operativos \$ 2.000,00. Estas inversiones se detallan en el siguiente cuadro:

TABLA N° 47 INVERSIONES TOTALES DEL PROYECTO

ACTIVOS	MONTO
Activos fijos	103.200,00
Capital de trabajo inicial	15.000,00
Activos preoperativos	2.000,00
TOTAL	120.200,00

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

5.2 INGRESOS PROYECTADOS

Considerando los pronósticos operativos del número de cursos de capacitación que desarrollará la empresa los ingresos corresponderán a los precios que pagaran los participantes. Los ingresos serán los siguientes:

TABLA N° 48 DESGLOSE DE INGRESOS

Producto	Unidad	Cantidad de cursos /año	Cantidad de alumnos por curso	Cantidad de Participantes /año	Precio unitario	Precio total
MÓDULOS DE CURSOS DE CAPACITACIÓN	U	50,00	20,00	1.000,00	120,00	120.000,00
TOTAL						120.000,0

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

TABLA N° 49INGRESOS PROYECTADOS

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos proyectados	120.00 0	124.99 2	130.19 2	135.60 8	141.24 9
TOTAL	120.00 0	124.99 2	130.19 2	135.60 8	141.24 9

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

5.3 EGRESOS PROYECTADOS

5.3.1 COSTOS DIRECTOS

En relación a la capacidad instalada y la capacidad programada de operación; y de la ingeniería del proyecto se establece que los costos directos proforma para los años operativos son los rubros que señala el Cuadro 5.7. Que corresponde a materiales directos, pago de salarios a capacitadores y los costos indirectos de operación. A continuación se procedió a desglosar cada uno de estos elementos.

5.3.2 MATERIALES DIRECTOS

Los materiales directos se consideran a los manuales técnicos y cd que se entregaran a cada participante para el desarrollo de los cursos de capacitación.

TABLA N° 50MATERIALES DIRECTOS

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO
		TOTAL	UNITARIO	TOTAL
MANUALES TÉCNICOS	U	1000	2,50	2.500,00
CDS	U	1000	0,50	500,00
COSTO TOTAL ANUAL				3.000,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

5.3.3 SALARIOS DE CAPACITADORES

Se consideró los salarios de los capacitadores para lo cual se estableció el costo por hora el número de horas que elaboraran en el mes que es de 120 horas lo que origina un costo mensual de 720.

TABLA N° 51 COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

CONCEPTO	COSTO/HORA	No. DE HORAS	COSTO MES	COSTO ANUAL
INSTRUCTORES	6,00	120	720,00	8.640,00
TOTAL				8.640,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

5.3.4 COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN (CIO)

Los costos indirectos de operación constituyen los componentes de gastos efectivos por concepto de materiales indirectos, servicios básicos. Los gastos no efectivos corresponden a la depreciación de equipos y muebles.

TABLA N° 52 COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
EFFECTIVOS					
Materiales indirectos	1.705,00	1.775,93	1.849,81	1.926,76	2.090,40
Servicios básicos	1.560,00	1.624,90	1.692,49	1.762,90	1.912,62
Mantenimiento en general	660,00	687,46	716,05	745,84	776,87
Subtotal	3.925,00	4.088,28	4.258,35	4.435,50	4.779,89
NO EFFECTIVOS					
Depreciación de edificio	727,02	727,02	727,02	727,02	727,02
Depreciación de muebles y enseres académicos	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00
Depreciación de equipos de confección (académico).	690,00	690,00	690,00	690,00	690,00
Depreciación de equipo Informático Académico	660,00	660,00	660,00	20,00	0,00
Subtotal	3.777,02	3.777,02	3.777,02	3.137,02	3.117,02
Total	7.702,02	7.865,30	8.035,37	7.572,52	7.896,91

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

A continuación se describen los rubros correspondientes a materiales indirectos que son necesarios para operar los cursos de capacitación programados en forma anual.

TABLA N° 53 MATERIALES INDIRECTOS

CONCEPTO	UNIDAD	CANT.	P. UNITARIO	P. TOTAL AÑO
Marcadores	Caja	320	5,00	1.600
Resmas de papel	Paquete	30	3,50	105
TOTAL				1.705,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

TABLA N° 54 COSTOS DE OPERACIÓN CONSOLIDADOS

DETALLE	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Materiales directos	3.000,00	3.124,80	3.254,79	3.390,19	3.531,22
Personal docente	8.640,00	8.999,42	9.373,80	9.763,75	10.169,92
Costos indirectos de operación	7.702,02	7.865,30	8.035,37	7.572,52	7.887,54
TOTAL	19.342,02	19.989,52	20.663,96	20.726,46	21.588,68

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Los costos de operación para ofertar los servicios de cursos de capacitación en forma consolidada son los que se muestra en el Cuadro No. 5.8 para los primeros cinco años de operación del centro de capacitación técnico artesanal.

5.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos que son necesarios corresponden a: salarios personal desglosado en remuneraciones, beneficios sociales, obligaciones patronales, servicios básicos, insumos, mantenimiento de

equipos de oficina. Los gastos administrativos no efectivos corresponden a la depreciación de activos fijos que se utilizan en la administración, y la amortización de los gastos pre-operativos del proyecto. A continuación se detallan los mismos:

TABLA N° 55 GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
EFFECTIVOS					
Pago de personal administrativo	31.457,24	34.867,81	36.318,32	37.829,16	39.402,85
Servicios Básicos	480,00	499,97	520,77	542,43	565,00
Insumos de oficina	152,50	158,84	165,45	172,33	179,50
Mantenimiento	540,00	562,46	585,86	610,23	635,62
Subtotal	32.629,74	36.089,09	37.590,40	39.154,16	40.782,97
NO EFFECTIVOS					
Depreciación de Equipos de informática	594,00	594,00	594,00	18,00	0,00
Depreciación de Edificio	1.072,98	1.072,98	1.072,98	1.072,98	1.072,98
Depreciación de Muebles y enseres	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
Amortización	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Subtotal	2.416,98	2.416,98	2.416,98	1.840,98	1.822,98
TOTAL	35.046,72	38.506,07	40.007,38	40.995,14	42.605,95

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

Para una mejor información se procedió a desglosar los rubros de salarios de personal administrativo. El salario mes se calculó en base al reglamento y normativa actual según contempla el Art. 115 del Código del Trabajo. Las remuneraciones anuales se proyectaron con el 1.0416 como índice de crecimiento, como lo demuestra el siguiente cuadro.

TABLA N° 56 PERSONAL ADMINISTRATIVO AÑO 1

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE O COORDINADOR	800,00	26,50	66,67	97,20	33,33	1.023,70	12.284,40
SECRETARIA ACADÉMICA	400,00	26,50	33,33	48,60	16,67	525,10	6.301,20
CONTADORA	500,00	26,50	41,67	60,75	20,83	649,75	7.797,00
AUXILIAR DE SERVICIOS	318,00	26,50	26,50	38,64	13,25	422,89	5.074,64
TOTAL							31.457,24

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

TABLA N° 57 PERSONAL ADMINISTRATIVO AÑO 2

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE O COORDINADOR	833,28	27,60	69,44	101,24	69,44	34,72	1.135,73	13.628,71
SECRETARIA ACADÉMICA	416,64	27,60	34,72	50,62	34,72	17,36	581,66	6.979,97
CONTADORA	520,80	27,60	43,40	63,28	43,40	21,70	720,18	8.642,16
AUXILIAR DE SERVICIOS	331,23	27,60	27,60	40,24	27,60	13,80	468,08	5.616,98
TOTAL								34.867,81

Fuente: Investigación directa
 Elaboración: La Autora

TABLA N° 58 PERSONAL ADMINISTRATIVO AÑO 3

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APOORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE O COORDINADOR	867,94	28,75	72,33	105,46	72,33	36,16	1.182,97	14.195,67
SECRETARIA ACADÉMICA	433,97	28,75	36,16	52,73	36,16	18,08	605,86	7.270,34
CONTADORA	542,47	28,75	45,21	65,91	45,21	22,60	750,14	9.001,67
AUXILIAR DE SERVICIOS	345,01	28,75	28,75	41,92	28,75	14,38	487,55	5.850,64
TOTAL								36.318,32

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

TABLA N° 59 PERSONAL ADMINISTRATIVO AÑO 4

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APOORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE O COORDINADOR	904,05	29,95	75,34	109,84	75,34	37,67	1.232,18	14.786,21
SECRETARIA ACADÉMICA	452,03	29,95	37,67	54,92	37,67	18,83	631,07	7.572,78
CONTADORA	565,03	29,95	47,09	68,65	47,09	23,54	781,34	9.376,14
AUXILIAR DE SERVICIOS	359,36	29,95	29,95	43,66	29,95	14,97	507,84	6.094,03
TOTAL								37.829,16

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

TABLA N° 60 PERSONAL ADMINISTRATIVO AÑO 5

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE O COORDINADOR	941,66	31,19	78,47	114,41	78,47	39,24	1.283,44	15.401,31
SECRETARIA ACADÉMICA	470,83	31,19	39,24	57,21	39,24	19,62	657,32	7.887,81
CONTADORA	588,54	31,19	49,04	71,51	49,04	24,52	813,85	9.766,19
AUXILIAR DE SERVICIOS	374,31	31,19	31,19	45,48	31,19	15,60	528,96	6.347,54
TOTAL								39.402,85

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autor

5.5 GASTOS DE VENTAS

Por gastos de ventas o de marketing que ejecutará el centro de capacitación técnico artesanal y que son necesarios para posicionar en el mercado el número de cursos de capacitación y tener el número de participantes planificados son los siguientes: en publicidad radial a través de las principales frecuencias de la ciudad se prevé un gasto de \$2.300, por publicidad escrita o impresa que corresponde a dípticos, crípticos y otro material publicitario la suma de \$1.300.

TABLA N° 61 GASTOS DE VENTAS

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Publicidad radial	2.300,00	2.395,68	2.495,34	2.599,15	2.707,27
Publicidad escrita	1.300,00	1.354,08	1.410,41	1.469,08	1.530,20
TOTAL	3.600,00	3.749,76	3.905,75	4.068,23	4.237,47

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

5.6 GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros, son los intereses que tendrá abonar el centro de capacitación técnico artesanal por concepto de un préstamo de \$84.140 que aplicará a la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 10% y a un plazo de 5 años. Los gastos financieros obtenidos de la tabla de amortización son los siguientes:

TABLA N° 62 GASTOS FINANCIEROS

FASE	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
COSTOS DE FINANCIACIÓN (INTERESES)	8.414,00	8.414,00	6.310,50	4.207,00	2.103,50
PAGO DE CAPITAL	0,00	21.035,00	21.035,00	21.035,00	21.035,00

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

TABLA N° 63 AMORTIZACIÓN

CAPITAL	84.140,00	TOTAL AMORT:	84.140,00		
INTERÉS	10,00%	TOTAL INTER:	29.449,00		
PLAZO AÑOS	5	TOTAL CUOTA:	113.589,00		
GRACIA	1	Fecha de inicio deuda	junio 5, 2014		
		Días interpagos	360		

PERIODOS	CAPITAL INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERESES	CUOTA	CAPITAL REDUCIDO
1	84.140,00	0,00	8.414,00	8.414,00	84.140,00
2	84.140,00	21.035,00	8.414,00	29.449,00	63.105,00
3	63.105,00	21.035,00	6.310,50	27.345,50	42.070,00
4	42.070,00	21.035,00	4.207,00	25.242,00	21.035,00
5	21.035,00	21.035,00	2.103,50	23.138,50	0,00

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

5.7 GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACIÓN

Los costos de operación y de financiación es decir los costos totales que tendrá la empresa en su etapa operativa son los siguientes:

TABLA N° 64 GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACIÓN

FASE	AÑOS PROYECTADOS				
AÑO	1	2	3	4	5
NIVEL DE OPERACIÓN					
Materiales directos	3.000,00	3.124,80	3.254,79	3.390,19	3.531,22
Salarios de instructores	8.640,00	8.999,42	9.373,80	9.763,75	10.169,92
Costos indirectos de operación	7.702,02	7.865,30	8.035,37	7.572,52	7.887,54
1. Costo Directos	19.342,02	19.989,52	20.663,96	20.726,46	21.588,68
Gastos de administración	35.046,72	38.506,07	40.007,38	40.995,14	42.605,95
Gastos de ventas	3.600,00	3.749,76	3.905,75	4.068,23	4.237,47
2. Gastos Operativos	38.646,72	42.255,83	43.913,13	45.063,37	46.843,42
Costos Operativos (1+2)	57.988,74	62.245,35	64.577,09	65.789,83	68.432,10
Gastos de Financiar (intereses)	8.414,00	8.414,00	6.310,50	4.207,00	2.103,50
Total Gastos Operativos y No Operativos	66.402,74	70.659,35	70.887,59	69.996,83	70.535,60

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

5.8 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS – AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS.

Para su cálculo se utilizó los coeficientes de depreciación según Ley del Impuesto a la Renta y su Reglamento. Para la depreciación de equipos de informática el 33%, para muebles y enseres el 10%, equipos para confección industrial (académicos) el 10%, edificio el 3%. La amortización de activos diferidos se determina a 5 años plazo, en línea recta, aplicando la normativa fiscal vigente, por un valor del gasto anual es de\$ 400.00.

TABLA N° 65 DEPRECIACIONES

CONCEPTO	COSTO	PORCENTAJE	DEPRECIACIÓN ANUAL					V.S
			1	2	3	4	5	
ACTIVO								
Construcción civil	60.000,00	0,03	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	51.000,00
Muebles y enseres académicos	17.000,00	0,10	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	8.500,00
Muebles y enseres administrativo	3.500,00	0,10	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	1.750,00
Equipos para confección industrial (académicos)	6.900,00	0,10	690,00	690,00	690,00	690,00	690,00	3.450,00
Equipos de informática académicos	2.000,00	0,33	660,00	660,00	660,00	20,00	0,00	0,00
Equipo de computación administración	1.800,00	0,33	594,00	594,00	594,00	18,00	0,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL	91.200,00		5.794,00	5.794,00	5.794,00	4.578,00	4.540,00	64.700,00

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

TABLA N° 66 AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS PREOPERATIVOS

CONCEPTO	COSTO	AMORTIZACIÓN				
		1	2	3	4	5
Amortización de activos preoperativos	2.000,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
TOTAL AMORTIZACIÓN		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autor.

5.9 SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA

El saldo de efectivo requerido en caja son los valores económicos necesarios para operar en forma normal; en él se considera las partidas de: materiales directos, pago de instructores (mano de obra directa), los costos indirectos de producción del servicio, los gastos de administración y los gastos de venta que se aplicara en el programa de mercadeo o ventas. Para calcular el saldo requerido en caja que viene a ser el capital de trabajo operativo de la institución, se consideró los siguientes factores de cálculo:

Coefficiente de renovación = 12

Días de cobertura = 30

TABLA N° 67SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA

COSTO/ GASTO	DÍAS DE COBERTURA	COEFICIENTE DE RENOVACIÓN	AÑOS PROYECTADOS				
			1	2	3	4	5
Materiales Directos	30	12	250,00	260,40	271,23	282,52	294,27
Personal Directo	30	12	720,00	749,95	781,15	813,65	847,49
CIO	30	12	641,84	655,44	669,61	631,04	657,29
Gastos de Administración	30	12	2.920,56	3.208,84	3.333,95	3.416,26	3.550,50
Gastos de ventas	30	12	300,00	312,48	325,48	339,02	353,12
Saldo de efectivo Requerido en caja			4.832,40	5.187,11	5.381,42	5.482,49	5.702,67

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

5.10 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El Estado de Pérdidas y Ganancias o Estado de Resultados se obtuvo a través de los ingresos totales y los costos y gastos totales de los ejercicios o periodos económicos de los años proyectados. Al igual que el balance general el estado de pérdidas y ganancias se presenta para fines de tributación fiscal y por requerimiento de los accionistas y/o auditor de la empresa. El Estado de Pérdidas y Ganancias representa el resultado de los ejercicios económicos en términos de ingresos por ventas de los servicios de los talleres ocupacionales, costos y gastos relacionados con el desarrollo de estos, con la finalidad de determinar que la utilidad neta.

TABLA Nº 68 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	120.000	124.992	130.192	135.608	141.249
Menos costo de operación	19.342	19.990	20.664	20.726	21.589
Utilidad Bruta	100.658	105.002	109.528	114.881	119.660
Menos Gastos de Administración	35.047	38.506	40.007	40.995	42.606
Gastos de vender	3.600	3.750	3.906	4.068	4.237
Utilidad Operacional	62.011	62.747	65.615	69.818	72.817
Costos Financieros	8.414	8.414	6.311	4.207	2.104
Utilidad Antes de Participación	53.597	54.333	59.304	65.611	70.713
15% Participación de Utilidades	8.040	8.150	8.896	9.842	10.607
Utilidad Antes de Impuesto a la Renta	45.558	46.183	50.408	55.769	60.106
Impuesto a la Renta 22%	10.023	10.160	11.090	12.269	13.223
Utilidad Neta	35.535	36.023	39.319	43.500	46.883

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

5.11 FLUJO NETO DE EFECTIVO

El Flujo de Neto de Efectivo será el movimiento que hace relación entre los ingresos y egresos en los periodos de tiempo y sus proyecciones, por eso se le denomina Flujo Neto de Efectivo proyectado. Es importante determinar el Flujo Neto de Efectivo ya que con estos valores se calculará los indicadores financieros.

TABLA N° 69FLUJO NETO DE EFECTIVO

FASE	INVERSIÓN	AÑOS PROYECTADOS					VALOR REMANENTE LIBROS
AÑO	0	1	2	3	4	5	
NIVEL DE PRODUCCIÓN							
ENTRADAS DE EFECTIVO							
1. Recursos Financieros	120.200,00						
2. Utilidad Operativa		62.011,26	62.746,65	65.614,58	69.817,81	72.816,82	
3. Depreciación		5.794,00	5.794,00	5.794,00	4.578,00	4.540,00	
4. Amortización		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	
5. Valor Remanente en el Ultimo año							64.700,00
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	120.200,00	68.205,26	68.940,65	71.808,58	74.795,81	77.756,82	64.700,00
SALIDAS DE EFECTIVO							
1. Activos Fijos	103.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
2. Capital de Trabajo	15.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
3. Activos Pre operativos	2.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
4. Costos Financieros		8.414,00	8.414,00	6.310,50	4.207,00	2.103,50	
5. Pago a principal		0,00	21.035,00	21.035,00	21.035,00	21.035,00	
6. Impuestos		18.062,28	18.310,10	19.985,47	22.110,84	23.830,39	
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	120.200,00	26.476,28	47.759,10	47.330,97	47.352,84	46.968,89	
ENTRADAS MENOS SALIDAS	0,00	41.728,98	21.181,54	24.477,60	27.442,97	30.787,93	64.700,00
SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO (FNE)	0,00	41.728,98	62.910,52	87.388,13	114.831,10	145.619,03	210.319,03

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

5.12 BALANCE GENERAL INICIAL Y PROYECTADO

El Balance General o Estado de Situación que se muestra en el cuadro 5.24 representa la situación financiera que tendrá la empresa en los años proyectados. En el siguiente cuadro se encuentra las respectivas cuentas contables con sus valores.

TABLA Nº 70 BALANCE GENERAL PROYECTADO

DETALLE	INICIAL	AÑOS PROYECTADOS				
		1	2	3	4	5
NIVEL DE OPERACIÓN						
ACTIVOS						
A. CORRIENTE						
1.Caja		4.832,40	5.187,11	5.381,42	5.482,49	5.702,67
2.Bancos	15.000,00	41.728,98	62.910,52	87.388,13	114.831,10	145.619,03
3.Cuentas por Cobrar		4.832,40	5.187,11	5.381,42	5.482,49	5.702,67
4. Inventario de insumos		250,00	260,40	271,23	282,52	294,27
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	15.000,00	51.643,77	73.284,75	98.150,98	125.796,07	157.024,38
A. FIJOS						
Terreno	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
Construcción civil	60.000,00	58.200,00	56.400,00	54.600,00	52.800,00	51.000,00
Muebles y enseres académicos	17.000,00	15.300,00	13.600,00	11.900,00	10.200,00	8.500,00
Muebles y enseres administrativo	3.500,00	3.150,00	2.800,00	2.450,00	2.100,00	2.100,00
Equipos para confección industrial (académicos)	6.900,00	6.210,00	5.520,00	4.830,00	4.140,00	3.450,00
Equipos de informática académicos	2.000,00	1.340,00	680,00	20,00	0,00	0,00
Equipo de computación administrativo	1.800,00	1.206,00	612,00	18,00	0,00	0,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	103.200,00	85.406,00	79.612,00	73.818,00	69.240,00	65.050,00
A. DIFERIDOS						

13 Gastos Pre operativos	2.000,00	1.600,00	1.200,00	800,00	400,00	0,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2.000,00	1.600,00	1.200,00	800,00	400,00	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	120.200,00	138.649,77	154.096,75	172.768,98	195.436,07	222.074,38
PASIVOS						
P. CORRIENTE						
14 Cuentas por Pagar		375,00	390,60	406,85	423,77	441,40
Pasivo a Largo Plazo						
15.Préstamo	84.140,00	84.140,00	63.105,00	42.070,00	21.035,00	0,00
TOTAL PASIVOS	84.140,00	84.515,00	63.495,60	42.476,85	21.458,77	441,40
PATRIMONIO						
16.Capital Social	36.060,00	18.599,79	54.578,61	90.973,52	130.477,33	174.750,04
17.Utilidad	0,00	35.534,98	36.022,54	39.318,60	43.499,97	46.882,93
TOTAL PATRIMONIO		54.134,8	90.601,15	130.292,13	173.977,29	221.632,97
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	120.200,00	138.649,77	154.096,75	172.768,98	195.436,07	222.074,38

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

5.13 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.13.1 CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN (CK)

Para el cálculo del costo de oportunidad se considera el tipo de financiamiento de la inversión que requiere la empresa. Las tasa de ponderación corresponden a la tasa pasiva que es del 5% y la activa que es del 10%.

TABLA N° 71COSTO DE OPORTUNIDAD

Descripción	Valor	%	Tasa de (%) ponderación	Valor ponderado
Capital Propio	36.060	30	5	150,00
Capital Financiado – CFN	84.140,00	70	10	700,00
Total	120.200	100	15	850,00

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

$$CK = 850/100 = 8.50\%$$

Tasa de Redescuento

Se procedió a calcular la tasa de redescuento también conocida como tasa de actualización con la finalidad de obtener este valor para calcular el Valor Presente Neto, Tasa Interna de Retorno, PRI, B/C. para su cálculo se aplicó la siguiente ecuación:

$$Trd = i$$

Dónde :

$$i = (1+ck)(1+tp)-1$$

$$i = 0.1266$$

El costo de oportunidad (CK) el costo de oportunidad o la tasa de descuento del proyecto es de 12.66%

5.13.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto se procedió a calcular relacionando los flujos netos de efectivo, con la inversión inicial del proyecto, actualizados a una tasa de redescuento del 12.66%. Para su cálculo se utilizó la siguiente ecuación:

$$\text{VAN} = - \text{Inversión Inicial} + \sum \text{FCN}_{(i)}$$

Dónde:

FCN = Flujo de Caja Neto Proyectado

i = Tasa de redescuento (12.66%)

n = Tiempo de proyección (5 años)

$$\text{VAN}_{(12.66\%)} = - I_0 + \frac{\text{FNE}_1}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE}_2}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE}_3}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE}_4}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE} + \text{VS}_5}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN}_{(12.66\%)} = -120.200 + \frac{41.728}{(1+0.14)^1} + \frac{21.181}{(1+0.14)^2} + \frac{24.477}{(1+0.14)^3} + \frac{27.442}{(1+0.14)^4} + \frac{95.487}{(1+0.14)^5}$$

$$\text{VAN} = -120.200 + 37.039.75 + 16.688.53 + 17.118.26 + 17.035.39 + 52.613.81$$

$$\text{VAN} = 20.295.74$$

El Valor Presente Neto del proyecto a una tasa de interés (i) o redescuento del 12.66%, rinde el 12.66% anual en términos constantes y en adición generará una rentabilidad en unidades monetarias actuales de \$20.295.74 por lo que se justifica financieramente la inversión del proyecto.

5.13.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es el indicador más importante en los proyectos de inversión. Para su aplicación se utilizó la siguiente ecuación:

$$TIR = -P + FCN_{(i)} = 0$$

El cálculo de la TIR será igual a

$$P = \sum FCN_{(i)}$$

$$0 = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE + VS_5}{(1+i)^5}$$

La "i" que satisface la ecuación es la TIR

$$TIR = 18.5 \%$$

Al aplicar la ecuación se establece que la TIR es del 18.50% que supera el costo de oportunidad, por lo tanto el proyecto es atractivo desde este punto de vista financiero.

5.13.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

Para estimar el periodo de recuperación de la inversión que tendrá el proyecto se consideraron como elementos de cálculo los flujos netos de efectivo proyectados y actualizados a una tasa de descuento del 12.66% y se relacionó con la inversión inicial que tiene el proyecto que es de \$120.200. Para su cálculo se aplicó la siguiente fórmula:

$$PRI = \sum FNE_{(12.66\%)} / I_o$$

Dónde:

PRI = Periodo de recuperación de la inversión

FNE = flujo neto de efectivo

i = tasa de actualización (12.66%)

lo = inversión inicial

TABLA N° 72 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	INVERSIÓN	FNE	FNE ACTUALIZADO	PRI
0	120.200,00			4 años, 7 meses y 11 días
1		41.728,98	37.039,75	
2		21.181,54	16.688,53	
3		24.477,60	17.118,26	
4		27.442,97	17.035,39	
5		95.487,93	52.613,81	
TOTAL			140.495,74	

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

5.13.5 RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

Para medir la relación beneficio / costo del proyecto se consideraron la sumatoria de los flujos netos de efectivo proyectados y actualizados a una tasa de descuento del 12.66% y dividido para la inversión inicial, utilizando la siguiente fórmula:

$$R\ B/C = \frac{\sum FNE_{(12.66\%)}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$R.B/C = \frac{140.495.74}{120.200} = 1.17$$

TABLA N° 73 BENEFICIO COSTO

AÑOS	INVERSIÓN	FNE	FNE ACTUALIZADO	B/C
0	120.200,00			1,17
1		41.728,98	37.039,75	
2		21.181,54	16.688,53	
3		24.477,60	17.118,26	
4		27.442,97	17.035,39	
5		95.487,93	52.613,81	
TOTAL			140.495,74	

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

Al aplicar la ecuación se obtiene que el B/C de 1.17 por cada dólar invertido.

5.14 PUNTO DE EQUILIBRIO.

El uso y aplicación del análisis del punto de equilibrio permite profundizar un examen adicional de las características económicas que tendrá el centro de capacitación técnico artesanal. El análisis se fundamenta en los ingresos que tendrán el centro de capacitación técnico artesanal y los gastos variables y fijos que incurrirá, así, como el número de cursos de capacitación que desarrollará. Para su cálculo se aplicó la siguiente ecuación:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Dónde:

PE = Punto de equilibrio

CV = Costos variables

CF = Costos fijos

V = Ventas

TABLA Nº 74 PUNTO DE EQUILIBRIO

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	120.000	124.992	130.192	135.608	141.249
Costos Totales	66.403	70.659	70.888	69.997	70.536
Costos Variable	19.342	19.990	20.664	20.726	21.589
Costos fijos	47.061	50.670	50.224	49.270	48.947
Punto de equilibrio \$	56.104	60.316	59.699	58.160	57.778

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

5.15 RESUMEN DE INDICADORES FINANCIEROS

TABLA N° 75 INDICADORES FINANCIEROS

Indicador	Valor
VAN	\$20.295.74
TIR	18.5 %
B/C	\$1.17
PRI	4 años, 7 meses y 11 días

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La autora

5.16 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Se procedió a determinar la sensibilidad del proyecto con la finalidad de establecer cómo afecta la variación de un 10% menos en los ingresos por ventas en un escenario pesimista obteniéndose los siguientes resultados:

TABLA N° 76 ESCENARIOS

Criterios de evaluación financiera	Escenario pesimista (disminución de los ingresos de un 10%) con sensibilidad	Escenario probable
VAN con financiamiento	\$15.850.63	\$20.295.74
TIR con financiamiento	16.4%	18.5 %
PRI con financiamiento	4 años, 9 meses y 10 días	4 años, 7 meses y 11 días
B/C con financiamiento	\$1.15	\$1.17

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Con los resultados obtenidos del corrido financiero de sensibilidad se establece que en un escenario pesimista los indicadores financieros son aceptables por lo tanto se aprueba el proyecto desde el punto de vista de sensibilidad financiera, ya que los valores no varían significativamente.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

6.1 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

6.1.1 DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA

“CENTRO DE CAPACITACIÓN TÉCNICO ARTESANAL PEGUCHE S.A.”

6.1.2 IMPORTANCIA

Se ha demostrado que la capacitación constituye una herramienta, para el mejoramiento del mercado laboral a través del perfeccionamiento del talento humano, que conlleva a fortalecer los niveles productivos microempresariales; lo que se pretende a través del proyecto es la capacitación en el área de confecciones industriales, para poder desarrollar habilidades y aptitudes en los trabajadores actuales de las microempresas localizadas en la parroquia de Miguel Egas, así como formar ocupacionalmente a talento humano que tenga la oportunidad de implementar emprendimientos, negocios en el área de confección o insertarse como mano de obra calificada en estas microempresas.

6.1.3 BENEFICIARIOS

Los beneficiarios directos del centro de capacitación técnico artesanal son la PEA femenina de la parroquia Miguel Egas; como beneficiarios indirectos se considera el núcleo familiar de las personas capacitadas. Otro grupo importante de beneficiarios son los actuales trabajadores de las microempresas de confecciones localizadas en esta parroquia que tendrán la oportunidad de capacitarse en el centro.

6.1.4 SECTOR ECONÓMICO

Los servicios de capacitación se enmarcan en la categoría de prestación de servicios, específicamente servicios de capacitación ocupacional en el área de corte y confección.

6.1.5 TIPO DE EMPRESA

La estructura de la empresa es bajo la denominación de **Sociedad Anónima**, misma que estará conformada por 5 socios o accionistas, quienes aportaran con el capital para la constitución del centro de capacitación técnico artesanal y las inversiones iniciales fijas que requiere el proyecto.

MISIÓN

Brindar capacitación de calidad en confección industrial de prendas de vestir a la población de la parroquia Miguel Egas aplicando diseños curriculares basados en competencias con medios didácticos innovadores.

VISIÓN

En los próximos cinco años 2013- 2018, ser el centro de capacitación técnico artesanal líder en la capacitación ocupacional en el área de confección de prendas de vestir, aplicando innovaciones técnicas, científicas, humanísticas, para el desarrollo microempresarial de la parroquia de Miguel Egas.

6.1.6 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

- ♦ Optimizar el talento humano de la población femenina de la parroquia Miguel Egas, aplicando sistemas de capacitación ocupacional integral que tengan sustentabilidad y sostenibilidad y que respondan a la demanda que requiere el sector de la confección industrial.

- ♦ Construir una cultura organizacional basada en valores y principios de la gestión de calidad y de atención al cliente con excelencia, mediante el mejoramiento continuo de los procesos administrativos, de marketing, técnicos pedagógicos que aplicará el centro de capacitación.
- ♦ Formular y ejecutar alianzas estratégicas mediante convenios y proyectos relacionados con la capacitación ocupacional que le permitan al centro ampliar su radio de acción.

Satisfacer con capacidad productiva los requerimientos de capacitación ocupacional en el sector microempresarial de la confección.

6.1.7 POLÍTICAS

- Construcción de una cultura organizacional mediante la aplicación de principios y valores de servicios de calidad.
- Alineación de los cursos de capacitación a los requerimientos de la demanda.
- Atención a los clientes de capacitación ocupacional de acuerdo a necesidades y demandas del mercado.
- Fortalecimiento de los procesos académicos fundamentados en el enfoque por competencias.
- Planificación, organización, ejecución, control y evaluación de los procesos administrativos, operativos y de marketing.

6.1.8 PRINCIPIOS Y VALORES

Los principios y valores serán los elementos éticos aplicados que guiarán las decisiones de la microempresa y coadyuvará a definir su liderazgo; los valores son las cualidades establecidas que debe reunir el talento humano que forme parte de la microempresa.

Principios

- Respeto. Será la base en las relaciones con sus clientes y en el talento humano del centro de capacitación.
- Cooperación y trabajo en equipo. Es el apoyo mutuo entre el talento humano del centro, con la finalidad de brindar un servicio de calidad a los clientes.
- Confiabilidad. Se alcanzará cumpliendo los compromisos académicos, operativos con los clientes.
- Innovación e investigación. Elemento que será aplicado en los procesos académicos, pedagógicos, de capacitación y en las actividades microempresariales, para alcanzar la competitividad
- Calidad. Como un factor diferenciador de los cursos ocupacionales en cuanto a su diseño curricular, su proceso académico y su propuesta administrativa.

Valores

- Honestidad. Aplicada a todas las actividades buscando la satisfacción de su talento humano y sus clientes, para generar confianza.
- Responsabilidad. Concebida como la aceptación de su talento humano, para cumplir con las metas del centro de capacitación.
- Lealtad. Con los clientes de acuerdo a los compromisos establecidos.
- Confidencialidad. Siendo leales a las normativas del centro de capacitación técnico artesanal e información de los clientes.
- Creatividad. Para la aplicación de sus programas de capacitación en beneficio de sus usuarios.

6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional que tendrá el centro de capacitación técnico artesanal está de acuerdo a los lineamientos técnicos que exige el Ministerio de Relaciones Laborales para los operadores de capacitación en cualquier actividad económica. Cumpliendo con este requisito y para alcanzar los objetivos institucionales del centro de capacitación se estableció una estructura organizacional, a través de un conjunto de cargos en donde las reglas correspondientes y normas de comportamiento generen un ambiente laboral adecuado en el centro de capacitación, que permita cumplir con las metas institucionales y las expectativas de los clientes.

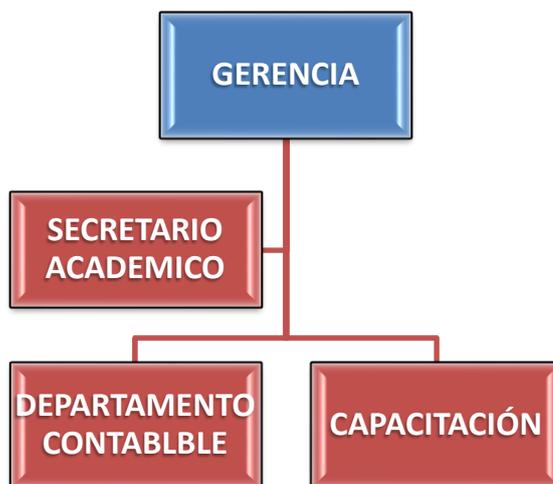
La estructura de organización está diseñada de manera que sea perfectamente claro, para el talento humano realice sus determinados procesos y actividades, de forma que se eliminen dificultades y promueva los objetivos de la empresa.

La estructura organizacional aplicada al centro de capacitación está establecida en una estructura organizativa en el que está conformada de la siguiente manera:

- Gerente general
- Secretaria académica
- Contabilidad
- Área académica (instructores técnicos)
- Auxiliar de servicios

6.2.1 ORGÁNICO ESTRUCTURAL

GRÁFICO Nº 39 ORGANICO ESTRUCTURAL



Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

6.2.2 NIVELES ADMINISTRATIVOS

Los niveles administrativos que tendrá el centro de capacitación son los siguientes:

- a) Nivel directivo. Que está conformado por los accionistas y la gerencia
- b) Nivel operativo. Determinado por el área operativa o académica, es decir los instructores técnicos.
- c) Nivel de apoyo. En el nivel de apoyo corresponde a las áreas de secretaría académica, contabilidad y auxiliar de servicios.

6.2.3 ATRIBUCIONES Y PERFILES DE LOS NIVELES ADMINISTRATIVOS

a) Gerente o coordinador

- **Descripción del cargo.** Responsable de la planificación, dirección, evaluación y control de los sistemas y procesos administrativos,

financieros del centro de capacitación alineado hacia el logro de objetivos y metas.

Funciones

- Representación legal y comercial
 - Gestión institucional en términos operativos, administrativos, económicos y de marketing.
 - Establecer relaciones comerciales y operativas
 - Toma de decisiones en la gestión empresarial
 - Planificación estratégica y anual del centro de capacitación
 - Contratación de los instructores técnicos ocasionales
 - Administración del personal
 - Supervisión, monitoreo de las actividades académicas, administrativas, financieras, comerciales de la institución
- a) Competencias o aptitudes**
- Conocimientos científicos técnicos de procesos académicos
 - Habilidades en el manejo de diseños curriculares
 - Desarrollo de medios didácticos, pedagógicos de capacitación
 - Habilidades en la gestión de capacitación

Perfil del puesto

- Licenciado, ingeniero en administración de empresas
- Experiencia en gestión de capacitación
- Experiencia de 2 años en cargos similares

b) Secretaria académica

Descripción del cargo. Organizar los diseños curriculares y la aplicación de los cursos de capacitación, control, supervisión y evaluación, registro de estudiantes.

Funciones:

- Llevar el control sistémico de información de los participantes de los cursos de capacitación
- Elaborar las programaciones mensuales de capacitación
- Coordinar la contratación de instructores ocasionales según la programación mensual de cursos.
- Efectuar el control y seguimiento de los procesos académicos del centro
- Informar a los usuarios y clientes sobre todas las particularidades de los eventos de capacitación.
- Recepción y transmisión telefónica
- Atención y servicio al cliente interno y externo
- Elaboración de documentación
- Manejo de archivo cronológico
- Envío de documentación del centro de capacitación
- Organizar y mantener los archivos de documentos, registros y otros de su competencia

Competencias o aptitudes

- Manejo de diseño curricular
- Evaluación de medios didácticos y aplicación de capacitación
- Trabajo en equipo
- Atención al cliente

Perfil del puesto.

- Licenciada o Doctora en pedagogía
- Experiencia mínima de 2 años en el manejo de centros de capacitación
- Postgrado en el área pedagógica o de capacitación

c) Instructores

Descripción del cargo. Elaborar los diseños curriculares de los cursos de capacitación que ejecuten y aplicar los modelos pedagógicos institucionales.

Funciones:

- Elaborar los diseños curriculares de los cursos asignados de acuerdo a las políticas y normas académicas del centro
- Diseñar los elementos didácticos de los cursos de capacitación
- Desarrollar los cursos de capacitación de acuerdo a la normativa pedagógica que maneje el centro
- Coordinar con secretaria académica todo lo pertinente a documentación de los cursos desarrollados
- Presentación de informes de los cursos de capacitación ejecutados, presentando controles de asistencia, de evaluación, desarrollo de aprendizajes.
- Diseñar las condiciones de evaluación teórico – práctico, para socializar con la gerencia y la secretaria académica.
- Manejar las técnicas de aprendizaje ocupacional

Competencias o aptitudes

- Manejo de diseños curriculares
- Elaboración de medios didácticos
- Habilidad para el manejo de grupos de capacitación

Perfil del puesto

- Maestro en la rama de confecciones o diseño de modas
- Experiencia en capacitación de 2 años

d) Contadora

Descripción del cargo. Llevar el sistema contable en general del centro de capacitación.

Funciones:

- Elaborar la gestión contable de acuerdo a las normas vigentes
- Declaraciones tributarias
- Elaboración de comprobantes de pago y cheque
- Informes mensuales de compras y servicios al SRI
- Pagos de nóminas y proveedores
- Elaboración reporte mensual de recaudaciones
- Requerimiento inicial de fondos
- Atención de necesidades de pago a proveedores de bienes y servicios (instructores)
- Elaborar reposición de fondo rotativo

Competencias o aptitudes

- Manejo de paquetes contables
- Sólidos conocimientos tributarios

Perfil del puesto

- Ingeniero en contabilidad y auditoria
- Experiencia en cargos similares de 2 años

c) Auxiliar de servicios administrativos

Descripción del cargo. Realizar el aseo y el mantenimiento del área física del centro y apoyo a la gestión administrativa.

Funciones:

- Mantenimiento y limpieza de todos los ambientes del centro de capacitación
- Entrega de los elementos audiovisuales académicos a los instructores
- Entrega de documentación del centro hacia terceras personas
- Desarrollo de la logística de los cursos de capacitación ocupacional
- Mantenimiento del mobiliario en general del centro

- Presentación de informes respecto al mantenimiento de la infraestructura física y mobiliario del centro
- Competencias o aptitudes
- Tener conocimientos en el mantenimiento de espacios físicos institucionales
- Habilidad de comunicación con clientes externos

Perfil del puesto

- Bachiller en cualquier especialidad
- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.

6.3 ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN

6.3.1 REQUISITOS PARA SACAR EL RUC

Los requisitos que se deberán aplicar para obtener el RUC son los siguientes:

- Copia y original de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal
- Nombramiento del representante legal
- Copia de un documento que certifique la dirección del centro de capacitación
- Copia del estatuto con la certificación correspondiente

6.3.2 REQUISITOS PARA LA PATENTE MUNICIPAL

Para la consecución de la patente municipal es necesario:

- Original y copia de la escritura de la constitución del centro de capacitación
- Original y copia de la resolución de la Cámara de Comercio del cantón Otavalo.
- Copia y cedula de ciudadanía del representante legal.

Para que el centro funcione en forma legal desde el punto de vista de capacitación ocupacional, será necesario elaborar un micro proyecto dirigido al Ministerio de Relaciones Laborales, en el que constará lo siguiente:

- Solicitud al director de capacitación del Ministerio de Relaciones Laborales
- Estudio socioeconómico y ocupacional de la parroquia Miguel Egas del cantón Otavalo, donde van a ser desarrollados los cursos
- Diseño curricular de las programaciones de los cursos de capacitación ocupacional
- Plan de trabajo
- Horarios de los cursos
- Precios de los cursos
- Programación analítica por cursos

6.4 IMAGEN CORPORATIVA

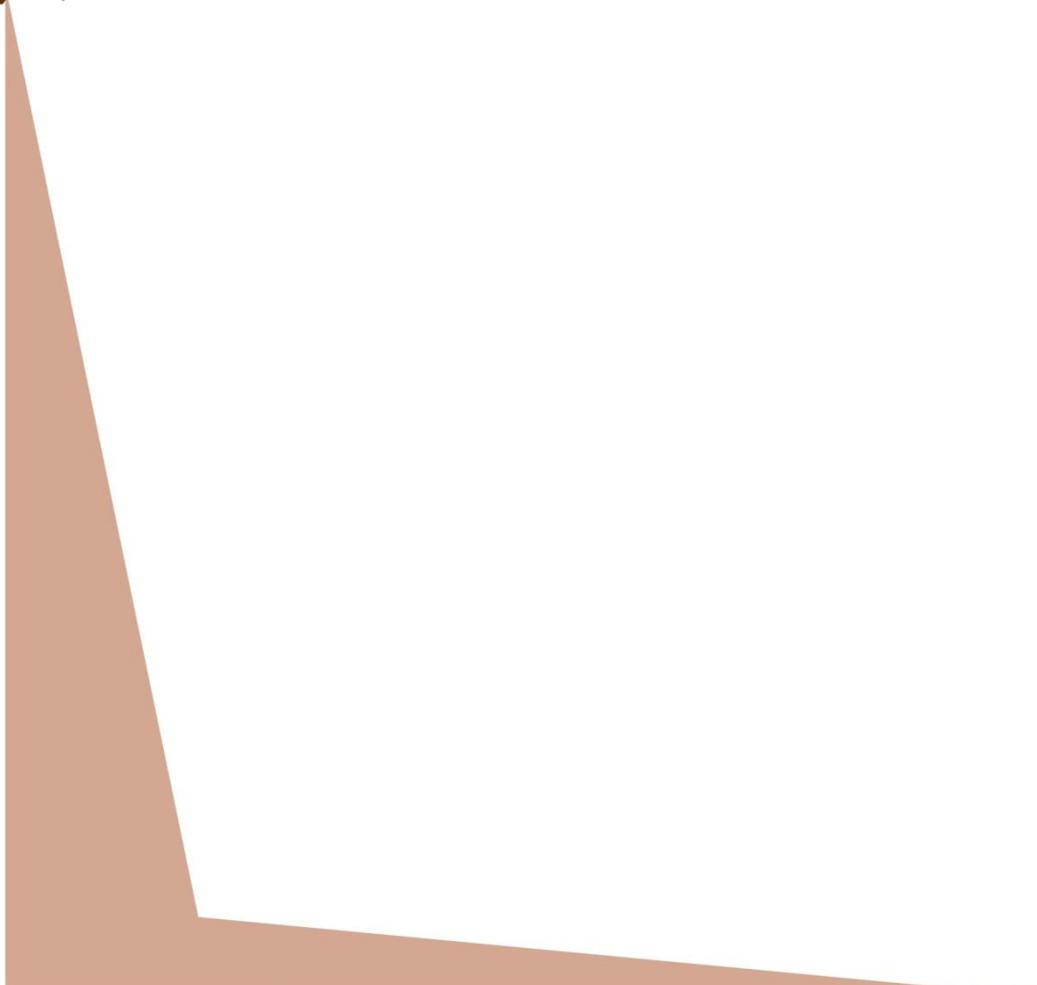
GRÁFICO Nº 40 LOGO



GRÁFICO N° 41HOJA MEMBRETADA



**Centro de Capacitación Técnico Artesanal
Peguche S.A.**



**Dir.: Parque Central de la Parroquia Miguel Egas
Telf.: 062458798
Imbabura - Ecuador**

GRÁFICO Nº 42 TARJETA DE PRESENTACIÓN



GRÁFICO Nº 43 FACHADA DEL CENTRO



CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS O EFECTOS DEL PROYECTO.

7.1. HERRAMIENTA DE VALIDACIÓN DE IMPACTOS

Para evaluar los impactos positivos de capacitación laboral, específica en corte y confección industrial se utilizó los parámetros de validación de la siguiente manera:

TABLA Nº 77 VALIDACIÓN DE IMPACTOS

Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa +/-
Muy alto	5
Alto	4
Medio	3
Bajo	2
Muy bajo	1
Indiferente	0

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

Los impactos, para ser medidos se consideraron su magnitud y subjetividad aplicada. Para sistematizar la evaluación se procedió a elaborar matrices para cada uno de los impactos positivos que posiblemente generara el proyecto. Estos impactos al ser medidos permitieron sistematizar la evaluación y determinar su valoración cualitativa y cuantitativa para cada uno de los impactos en base a los indicadores.

Los servicios de capacitación ocupacional, en el sector de la confección, agrupado dentro de la manufacturera, el aprendizaje y la innovación serán liderados principalmente por la oferta de modelos de aprendizaje prácticos acorde a las características tecnológicas del sector que aplicara el proyecto

7.1 IMPACTO ECONÓMICO

TABLA N° 78 MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

Indicadores	1	2	3	4	5
- Talento humano mejora posibilidades de emprendimientos en confecciones de prendas de vestir			x		
- Incremento de la productividad dentro de la empresa que pertenece el trabajador			x		
- Emprendimiento de nuevas ideas de negocios de la población capacitada					x
- Mejora del mercado laboral en el sector de las confecciones.				x	
Total	0	0	6	4	5

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{\Sigma}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{15}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto económico} = 3.75$$

Análisis

El valor cuantitativo de este impacto es de 3.75 que significa impacto positivo "Medio".

Esta evaluación establece los efectos de los programas de capacitación a largo plazo en términos principalmente de mejorar el mercado laboral de las confecciones industriales porque se dispondrá de personal capacitado que tiene la probabilidad de emplearse en las unidades económicas de la

confección localizadas en la parroquia, en la ciudad de Otavalo, Atuntaqui que son las áreas de influencia del proyecto desde este punto de vista. A la vez se pretende generar nuevas ideas de negocio y emprendimientos en este sector económico de la parroquia de Miguel Egas, siendo una herramienta que les permitirá integrarse laboralmente

a) Talento humano mejora posibilidades de emprendimientos en confecciones de prendas de vestir

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3, la capacitación es una herramienta que mejora las posibilidades de emprendimientos en el talento humano, como un concepto de inteligencia de negocios con soluciones analíticas que permiten generar, madurar un emprendimiento específicamente en el área de confecciones de prendas de vestir en la parroquia Miguel Egas.

b) Incremento de la productividad dentro de la empresa que pertenece el trabajador

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3, al mejorarse las habilidades y destrezas en los procesos industriales de la confección se posibilitara que el talento humano que se inserte en estas microempresas proponga niveles de incremento de la productividad en estas microempresas, por el mismo hecho de que el capacitado es portador de tecnología y manifiesta sus competencias en los puestos de trabajo donde se inserta.

c) Emprendimiento de nuevas ideas de negocios de la población capacitada

Este indicador tiene un nivel de impacto de 5, con los cursos de capacitación, el talento humano asocia nuevas ideas inductoras para emprendimiento de negocios en este caso específico de confecciones constituyéndose en un agente dinamizador de la microeconomía local de la parroquia.

d) Mejora del mercado laboral en el sector de las confecciones.

Este indicador tiene un nivel de impacto de 4, los cursos de capacitación generalmente son necesarios para propiciar el desarrollo integral de las personas de tal manera que se tenga un mayor mercado laboral que favorezca el acceso de las personas capacitadas al sector productivo artesanal de la parroquia Miguel Egas.

7.2 IMPACTO SOCIAL

Los impactos sociales que genera el proyecto son básicamente los que permitirá alcanzar una superación personal, económico y de calidad de vida del talento humano que se capacite. Otro indicador importante social es el relacionado al comercio del sector textil en la parroquia por la generación de empleos directos e indirectos lo que permitiera la inserción laboral en cada uno de los procesos comerciales relacionados con las confecciones industriales. En estos sistemas, los aspectos sociales, económicos, y culturales se articulan con el objetivo de garantizar los derechos del “Buen Vivir”, con énfasis en los grupos que no tienen acceso a empleo o emprendimientos.

TABLA Nº 79MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

Indicadores	1	2	3	4	5
- Probabilidad de mejoramiento de competencias laborales en corte y confección					x
- Integración del capital humano como estrategia más comprehensiva de promoción a la inversión , al emprendimiento y empleo				x	
- Mejoramiento y fortalecimiento de posibilidades de inequidad de género.				x	
- Integración y autonomía para generar nuevos entrantes a la fuerza laboral.				x	
Total	0	0	0	12	5

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: la autora

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{\Sigma}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{17}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto social} = 4.25$$

Análisis

La calificación cuantitativa de este impacto es de 4.25 que significa impacto positivo “Alto., está asociada positivamente con la probabilidad de que el centro capacite a los trabajadores actuales de las microempresas de confecciones de la parroquia. Este resultado podría indicar que las microempresas pueden implementar mejores estrategias de capacitación y esfuerzos para innovaciones de los procesos asociados con el desempeño de la productividad factorial artesanal de las confecciones de prendas de vestir.

a) Probabilidad de mejoramiento de competencias laborales en corte y confección

Este indicador tiene un nivel de impacto de 5, los procesos de capacitación por competencias pretenden formar talento humano que pueda incorporarse de manera participativa y activa en microempresas artesanales de la confección de la parroquia.

b) Integración del capital humano como estrategia más comprehensiva de promoción a la inversión, al emprendimiento y empleo

Este indicador tiene un nivel de impacto de 4, las personas capacitadas en el centro podrán desempeñarse en cualquier puesto ocupacional operativo que requieren las microempresas de confecciones de prendas de vestir acorde a las necesidades de esta actividad, ya que la construcción de competencias determina una interacción y posibilidad

para generar la captación de empleos que actualmente pueden estar ocupados por personas que no se han capacitado.

c) Mejoramiento y fortalecimiento de posibilidades de inequidad de género.

Este indicador tiene un nivel de impacto de 4, generalmente las confecciones industriales artesanales en la parroquia de Miguel Egas son realizadas en un alto porcentaje por hombres, con el acceso de las mujeres a los cursos de capacitación se proporcionará un mayor incremento de este género en las microempresas industriales de la confección de la parroquia.

d) Integración y autonomía para generar nuevos entrantes a la fuerza laboral.

Este indicador tiene un nivel de impacto de 4, las exigencias del desarrollo tecnológico del sector textil en la parroquia de Miguel Egas ocasiona que se capacite en forma continua para enfrentar con éxito los problemas que presenta el mundo contemporáneo, globalizado y competitivo de las confecciones, lo que establece una visión para el contexto de los diseños curriculares que tendrá que aplicar el centro de capacitación, para formar perfiles ocupacionales competitivos, productivos al mercado laboral.

7.3 IMPACTO EDUCATIVO – CULTURAL

El impacto positivo en el ambiente educativo – cultural tiene las siguientes hipótesis sujetas a valoración. Las ventajas que reciben las personas capacitadas se transita de un trabajo centrado en el desarrollo de tareas con objetivos comunes prácticos educativo de formación ocupacional destinados a desarrollar habilidades lógicas de los módulos de corte y confección como un instrumento de progreso para el individuo como para las microempresas de esta actividad económica, los indicadores más relevantes son los siguientes:

TABLA N° 80MATRIZ DE IMPACTO EDUCATIVO - CULTURAL

Indicadores	1	2	3	4	5
- Desarrollo de destrezas, habilidades y pensamiento				x	
- Diseño curricular basado en competencias, con el enfoque de capacitación					x
- Acceso a la capacitación industrial y artesanal					x
- Mejoramiento continuo de procesos de aprendizaje en el área de las confecciones de prendas de vestir				x	
Total	0	0	0	8	10

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: la autora

$$\text{Nivel de impacto educativo cultural} = \frac{\Sigma}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto educativo cultural} = \frac{18}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto educativo cultural} = 4.5$$

Análisis

La calificación cuantitativa de este impacto es de 4.5 que significa impacto positivo “alto”. Que significa un aporte a la integración de conocimientos y destrezas prácticas en el área de las confecciones industriales; los indicadores de la matriz son los más significativos al analizar este impacto. El impacto educativo cultural tendrá que ver con la estructura holística del proyecto en relación a la capacitación ocupacional.

a) Desarrollo de destrezas, habilidades y pensamiento

Este indicador tiene un nivel de impacto de 4, con la capacitación se obtiene una lógica de mejoramiento de las destrezas, habilidades de soluciones analíticas y prácticas en el área de confección, proporcionando a los participantes o beneficiarios de los cursos de capacitación soluciones prácticas a los problemas comunes que generalmente tienen los pequeños artesanos en las confecciones de prendas de vestir.

b) Diseño curricular basado en competencias, con el enfoque de capacitación

Este indicador tiene un nivel de impacto de 5, los cursos que desarrollara el centro de capacitación se fundamentara en los diseños curriculares basado en competencias como un proceso esencial para la caracterización de los cursos de capacitación dirigidos a la satisfacción de la demanda que tiene el sector del talento humano calificado, para integrarse a los diferentes procesos de la confección industrial de prendas de vestir.

c) Acceso a la capacitación industrial y artesanal

Este indicador tiene un nivel de impacto de 5, con la implementación del centro de capacitación en la parroquia Miguel Egas, sus pobladores tendrán la oportunidad de tener acceso a cursos de capacitación en el área de confecciones industriales, artesanales de acuerdo a los requerimientos esenciales formativos de forma que se mejore el mercado de oferta laboral en esta actividad económica en la parroquia.

d) Mejoramiento continuo de procesos de aprendizaje en el área de las confecciones de prendas de vestir

Este indicador tiene un nivel de impacto de 4, los diseños curriculares de los cursos de capacitación se caracterizan por la proyección de un mejoramiento continuo en los métodos y procesos de aprendizaje que posibilite a los capacitados a un proceso de interrelación de los aprendizajes en relación al mejoramiento de la calidad y la productividad.

7.4 IMPACTO COMERCIAL O DE MERCADEO

Los indicadores propuestos en este componente describen las relaciones de mercado que podrán tener con relación a la operatividad de la organización de capacitación integral. Esta validación es una de las más importantes para el desarrollo económico, social y cultural de este sector económico.

TABLA N° 81 MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL O DE MERCADO

Indicadores	1	2	3	4	5
- Demanda de sus servicios			X		
- Mercado meta fijo				x	
- Precios de los cursos de capacitación acorde a la oferta y demanda			X		
- Canales de marketing apropiados para el desarrollo de capacitación ocupacional			X		
Total	0	0	9	4	0

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: la autora

$$\text{Nivel de impacto comercial o de mercado} = \frac{\Sigma}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto comercial o de mercado} = \frac{13}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto comercial o de mercado} = 3.25$$

Análisis

El valor cuantitativo de este impacto es de 3.25 que significa impacto positivo “medio” Este impacto es altamente positivo y de validación para la implementación del centro de capacitación integral ya que ofertará servicios de talleres ocupacionales de mejor calidad por las características de la atención al cliente, sus precios razonables lo que causa un impacto positivo en el desarrollo del sector de las confecciones textiles en la parroquia Miguel Egas.

a) Demanda de sus servicios

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3, debido a que en la parroquia Miguel Egas no se localiza un centro de capacitación de confecciones por lo que según los resultados del estudio de mercado se establece una demanda significativa de los cursos de capacitación en esta actividad económica.

b) Mercado meta fijo

Este indicador tiene un nivel de impacto de 4, porque la operatividad del centro de capacitación está dirigido específicamente a la población de la parroquia de Miguel Egas así como al personal que actualmente labora en las microempresas industriales localizadas en la misma, lo que fundamenta la implementación del proyecto desde este punto de vista.

c) Precios de los cursos de capacitación acorde a la oferta y demanda

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3, en vista que los precios de los cursos que implementará el centro de capacitación son más bajos que los que oferta el SECAP de Ibarra bajo la modalidad de cursos de corta duración, lo que le permitirá al proyecto posicionarse en el mercado.

d) Canales de marketing apropiados para el desarrollo de capacitación ocupacional

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3, porque el centro de capacitación está dirigido para la capacitación ocupacional en confecciones industriales de prendas de vestir con una formación basada en competencias e integrados los contenidos hacia el mercado de una salida laboral por la integración de sus conocimientos y habilidades específicas en función a solucionar problemas ocupacionales que pueden tener las microempresas de confecciones localizadas en la parroquia Miguel Egas, en otros sitios del cantón Otavalo o provincia de Imbabura

7.6. IMPACTO EMPRESARIAL

La capacitación es una inversión que genera resultados positivos para todas las partes involucradas como es el sector microempresarial considerando que el personal debe adaptarse rápidamente a los constantes cambios en el medio ambiente, con el propósito de que las microempresas puedan competir y mantenerse en el mercado globalizado

La capacitación proporcionara conocimientos en aspectos técnicos encaminados a desarrollar habilidades y modificar actitudes del personal de todos los niveles de las microempresas de confecciones textiles para que desempeñen mejor su trabajo

La capacitación como un proceso continuo de vital importancia para las microempresas para lograr la calidad de sus productos a través de su gente. Para tener personal productivo es indispensable brindarles capacitación si esta se imparte de manera técnica y continua se generaran los siguientes impactos.

TABLA N° 82MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

Indicadores	1	2	3	4	5
- Desarrollo microempresarial				X	
- Generación de empleo				X	
- Aplicación de estrategias empresariales.			x		

- Cultura microempresarial				X	
Total	0	0	3	12	0

Fuente: Investigación Directa Elaboración: La autora

$$\text{Nivel de impacto empresarial} = \frac{\Sigma}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto empresarial} = \frac{15}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto empresarial} = 3.75$$

Análisis

El impacto empresarial es de 3.75 puntos que equivale a impacto positivo medio, considerando los indicadores de desarrollo microempresarial, generación de empleo y sobre todo de emprendimiento.

a) Desarrollo microempresarial

Este indicador tiene un nivel de impacto de 4, porque con la capacitación en confección de prendas de vestir, los participantes incrementaran sus conocimientos para en lo posterior crear su propio emprendimiento o mejorar las capacidades de desarrollo de las microempresas donde presten sus servicios.

b) Generación de empleo

Este indicador tiene un nivel de impacto de 4, debido a que con los cursos de capacitación se promueve al talento humano con competencias prácticas para insertarse en puestos ocupacionales de las microempresas de confecciones industriales en general.

c) Aplicación de estrategias empresariales.

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3, porque la capacitación es una herramienta clave para el fomento a la generación de valor agregado, de nuevas formas de producción que hagan posible una mejor comercialización de las prendas de vestir confeccionadas por las microempresas de la parroquia.

d) Cultura microempresarial

Este indicador tiene un nivel de impacto de 4, debido a que en los diseños curriculares de los cursos de capacitación se vinculará como eje transversal competencias que tienen relación con la cultura microempresarial, con la finalidad que las personas capacitadas interactúen en los diferentes puestos de trabajo de las microempresas.

7.7. IMPACTO GENERAL

TABLA Nº 83 NIVEL DE IMPACTO

NIVEL DE IMPACTO	1	2	3	4	5
Económico			x		
Social				x	
Educativo – cultural				x	
Comercial o mercadeo			x		
Empresarial			x		
Total	0	0	9	8	0

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

Nivel de impacto del proyecto = $17 / 5 = 3.4$ impacto positivo medio.

Al medir los impactos positivos que genera el proyecto con la matriz general, se establece que tendrá un impacto positivo medio lo que sustenta la creación y funcionamiento del centro de capacitación desde este punto de vista.

7.8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. CONCLUSIONES

- Del diagnóstico situacional se establece que la Parroquia de Miguel Egas se caracteriza por la presencia de microempresas de confecciones textiles, y que existe la necesidad de que el talento humano de estas microempresas se capaciten, para fortalecer sus unidades productivas.
- En el Estudio de Mercado, la oferta de servicios de capacitación está determinado por el SECAP de Ibarra que en sus programaciones anuales ubica algún curso de capacitación para esta parroquia. Del análisis de la demanda se establece que la demanda actual de cursos de capacitación es de 754 módulos para el año 2012. La demanda futura es de 764 módulos de capacitación en la parroquia Miguel Egas. La participación que posiblemente tendría el proyecto en el mercado potencial es de 50 módulos de capacitación que representa el 6% de la demanda insatisfecha.
- Del Estudio Técnico, se determina que el proyecto se localiza en el centro poblado de la parroquia Miguel Egas en vista de que reúne las características óptimas para su funcionamiento. La

infraestructura física que se requiere para la capacidad instalada del proyecto es de 377.82 m². El talento humano necesario es de 4 para los puestos administrativos; la contratación de instructores será por horas académicas.

- En la Evaluación Económica y Financiera del proyecto se determina que el centro de capacitación requiere de una inversión inicial de \$120.200 los resultados financieros de la operatividad económica de la empresa establecen un VAN de \$20.295.74, una TIR de 18.5 % que supera al costo de oportunidad. El PRI es de 4 años, 7 meses y 11 días, el B/C de \$1.17, lo que sustenta el proyecto desde el punto de vista financiero.
- La estructura organizativa del centro de capacitación, y el marco filosófico está de acuerdo al tipo de organización funcional de manera que se sustente en forma consolidada la opción de ofertar los servicios establecidos como producto del estudio de mercado y la ingeniería del proyecto.
- Del análisis de los impactos positivos que puede generar el proyecto en el entorno: económico, social, educativo cultural, comercial o mercadeo y empresarial se determina que los impactos tienen una valoración de nivel “medio”.

2. RECOMENDACIONES

- Implementar el centro de capacitación debido a las características socioeconómicas de la parroquia Miguel Egas, considerando que la capacitación es una herramienta que promueve el mejoramiento de las capacidades microempresariales y emprendimientos.

- Aplicar las estrategias de marketing propuestas para conseguir ventajas competitivas en base a las decisiones del mix de los servicios de capacitación y satisfacer en forma óptima las necesidades de capacitación de las microempresas textiles del sector.
- Considerar la decisión de microlocalización establecida en el proyecto ya que este sector ofrece factores de localización adecuados para este tipo de actividad económica. Para la estructuración de los servicios se aplicara los procesos diagramados ya que permitirán ajustarse a las normativas técnicas como una estrategia mediante la cual el centro espera conseguir una ventaja sobre sus competidores indirectos.
- Establecer las políticas de fijación de precios con la finalidad de minimizar los costos, maximizar las utilidades y tener precios competitivos, lo que repercutirá en conseguir los flujos netos de efectivo establecidos en el proyecto y ajustarse a los indicadores financieros obtenidos en el mismo.
- Aplicar la estructura organizativa propuesta, de manera que el centro cumpla con los requisitos legales para su funcionamiento, tomando en cuenta la cultura organizacional.
- Cumplir con los requerimientos que exige el Ministerio de Relaciones Laborales así como el Gobierno Municipal de Otavalo para su funcionamiento en forma legal de acuerdo a la naturaleza de la actividad del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- ALFORD, A., & GIRÓN, A. (2008). *Integración Financiera*. Canada: Adventure.
- Anzola, S. (2013). *Administración de pequeñas empresas*. México: Mc Graw Hill.
- ARBOLEDA, G. (2003). *Proyectos, formulación, evaluación y control*. Quito: Plublicaciones S.A.
- Bernal, C. (2008). *Introducción a la administración*. México: Pearson.
- Cascante, C. (2009). *Calidad e innovación formativa*. Barcelona.
- Chiavenato, A. (2008). *Administración de recursos humanos*. México : Mc Graw Hill.
- CUCKER, A. (2009). *Fundamentos de la Administración*. Bogotá: Norma.
- Dalf, R. (2010). *Introducción a la administración*. México: Mc Graw Hill.
- Duane, P. (2009). *Psicología industrial*. México: Mc Graw Hill.
- FRIEND, G., & ZEHLE, S. (2008). *Como diseñar un plan de negocios*. Quito: El Comercio S.A.
- Jesús Collahuazos C. (2005). *Manual de Evaluación de Proyectos*. Perú: San Marcos.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principios de marketing*. España: Pearson.
- MIRANDA, J. J. (2006). *Gestión de proyectos. Identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social, ambiental*. Adventure.
- Pinto, R. (2008). *Planeación estratégica de capacitación*. México: Mc Graw Hill.
- Siliceo, A. (2009). *Capacitación y desarrollo de personal*. México: Limusa.

LINCOGRAFIA

- www.monografias.com/trabajos12/organ/organ.shtml
- www.google.com.ec

ANEXOS

ANEXOS Nº 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Objetivo de la encuesta es con la finalidad de medir el grado de aceptación para la creación de un centro de capacitación técnico artesanal en la parroquia de Miguel Egas.

Por favor marque con una x la respuesta.

1. ¿Le gustaría que en su parroquia exista un centro de capacitación?

SI () NO ()

2. ¿Le gustaría a usted capacitarse en el área artesanal?

SI () NO ()

3. ¿De qué forma le gustaría capacitarse?

- Permanentemente ()
- Ocasionalmente ()
- Nunca ()

4. ¿En qué área se ha capacitado?

- Corte y confección ()
- Atención al cliente ()
- Administración ()
- Contabilidad ()

- Ventas ()
- Producción ()
- Ninguno ()

5. ¿A qué actividad artesanal se dedica?

- Lana ()
- Mullo ()
- Corte y confección ()

6. ¿En su lugar de residencia existe alguna institución que se dedique a la capacitación técnico artesanal?

SI () NO ()

7. ¿Cuánto tiempo se ha dedicado a su actividad artesanal?

- De 1 a 5 años ()
- 6 a 10 años ()
- mas años ()

8. ¿Cree usted que capacitarse en el área artesanal mejoraría su nivel económico?

SI () NO ()

9. ¿Qué días estaría usted dispuesto a recibir la capacitación?

- Lunes a Viernes ()
- Sábados y Domingos ()

10. ¿La actividad artesanal a la que se dedica es?

- Propio ()
- Familiar ()
- Particular ()

ANEXOS Nº 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES DEL SERVICIO DE CAPACITACIÓN TÉCNICO ARTESANAL DE LA PARROQUIA DE MIGUEL EGAS

OBJETIVOS: La presente encuesta tiene como finalidad de analizar la demanda de adquisición del servicio de capacitación técnico artesanal.

1. ¿Considera que la capacitación es importante para usted?

SI () NO ()

2. ¿Por qué es importante la capacitación para usted?

Adquirir conocimientos ()

Actualización ()

Aplicar mi propio negocio ()

3. ¿Lo que más valora en un curso de capacitación es?

Enfoque práctico ()

La disposición de aulas y equipos ()

4. ¿Qué institución le ha brindado cursos de capacitación?

SECAP ()

Otras ()

5. ¿Qué factores considera usted para asistir a un centro de capacitación técnico artesanal?

Precio ()

Promoción ()

Servicios ()

Horarios ()

6. ¿Considera necesario que se implemente un centro de capacitación técnico artesanal en la parroquia Miguel Egas?

SI () NO ()

7. Al dar a conocer los atributos que tendrá el centro técnico de capacitación. ¿Qué posibilidades tienen de asistir?

Definitivamente SI ()

Definitivamente NO ()

Probablemente ()

Indeciso ()

8. ¿Qué tipo de cursos de confección le gustaría seguir en el centro de capacitación Técnico artesanal?

Diseño de modas ()

Elaboración de camisas ()

Elaboración de blusas ()

Elaboración de ropa deportiva ()

Elaboración de traje kichwa ()

9. ¿Cuántos módulos (cada módulo dura 3 cursos) estaría en condiciones de seguir al año?

Un módulo ()

Dos módulos ()

Tres módulos ()

10. ¿En qué horario le gustaría asistir a estos cursos de capacitación?

09:00 a 11:00 ()

15:00 a 18:00 ()

18:00a 21:00 ()

11. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un curso de capacitación de 40 horas?

\$ 20,00a\$30,00 ()

\$30,00a \$40,00 ()

\$40,00a \$50,00 ()

>\$50,00 ()

12. ¿Por qué medios publicitarios le gustaría que el centro técnico artesanal promocióne sus cursos?

Televisión ()

Radio ()

Internet ()

Prensa escrita ()

DATOS TÉCNICOS

SEXO	OCUPACIÓN	EDAD	INSTRUCCIÓN
Masculino	Empleado público	20 – 30	Primara
Femenino	Empleado privado	31 – 40	Secundaria
	Ama de casa	41 - 50	Superior
	Estudiante	>de 50	