

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA

INDOAMÉRICA

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS

SOCIO PRODUCTIVOS

TEMA:

“LA CAPACIDAD ORGANIZATIVA DE LAS PERSONAS DE LA TERCERA EDAD DE LA COMUNIDAD GUAYAMA SAN PEDRO, PARROQUIA ZUMBAHUA, CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI Y SU RELACIÓN CON SUS INGRESOS ECONÓMICOS”

Trabajo de investigación previo a la obtención del Grado de Magíster en Gestión de Proyectos Socio Productivos.

Autora:

Abg. Durán Terán María Fernanda

Tutor:

Ing. Jacqueline Peñaherrera

AMBATO - ECUADOR

2017

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, María Fernanda Durán Terán, declaro ser autora del Proyecto de Tesis titulado “La capacidad organizativa de las personas de la tercera edad de la comunidad Guayama San Pedro, Parroquia Zumbahua, Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi y su relación con sus ingresos económicos”, como requisito para optar al grado de Master en Gestión de Proyectos Socioprodutivos, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 03 del mes de Octubre de 2017, firmo conforme:

Autor: María Fernanda Durán Terán

Firma:

Número de Cédula: 0503582405

Dirección: Ficoa Limones y Mandarinas

Correo Electrónico: maferduranteran@gmail.com

Teléfono: 0987391927

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS

CERTIFICACION

En mi calidad de Directora del Trabajo de Investigación sobre el tema: “LA CAPACIDAD ORGANIZATIVA DE LAS PERSONAS DE LA TERCERA EDAD DE LA COMUNIDAD GUAYAMA SAN PEDRO, PARROQUIA ZUMBAHUA, CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI Y SU RELACIÓN CON SUS INGRESOS ECONÓMICOS”; presentado por la maestrante Duran Terán María Fernanda, **CERTIFICO**, que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal respectivo que el Centro de Posgrado de la Universidad Indoamérica designe, para su correspondiente estudio y aprobación.

Ambato, Octubre del 2017

.....

Ing. Jaqueline Peñaherrera

CI

DIRECTORA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto de tesis, como requerimiento previo para la obtención del título en la Maestría de Gestión de Proyectos Socio productivos, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

.....

María Fernanda Durán Terán

CI: 0503582405

Autora

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL REVISOR

Los miembros del Tribunal Aprueban el Trabajo de Investigación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por el Centro de Estudios de Posgrado de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para Títulos de Grado del Programa de Maestría en Gestión de Proyectos Socioproductivos.

Ambato, Octubre del 2017

Para constancia firman:

.....

Presidente
Ing. Mauricio Quiroga

.....

Vocal Examinador
Ing. Leonardo Cuenca

.....

Vocal Director
Ing. Jaqueline Peñaherrera

DEDICATORIA

A mi esposo Sebastián, a mi hija Ariana Raphaela, a mi familia por su gran comprensión y apoyo incondicional quienes me alientan y dan fuerzas en todo momento.

María Fernanda

AGRADECIMIENTO

Al Ing. Saul Lara y a la Universidad Tecnológica Indoamerica por la oportunidad que me dieron para prepararme académicamente y hoy en día graduarme de Magister al abrirme las puertas del saber.

A mi Tutora Ing. Jaqueline Peñaherrera quien con su sapiencia y tolerancia supo guiar su trabajo desde el inicio hasta su culminación

María Fernanda

ÍNDICE GENERAL

Tabla de contenido

Portada	i
CERTIFICACION	iii
DECLARACION DE AUTENTICIDAD	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL REVISOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
EXECUTIVE SUMMARY	xviii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
EL PROBLEMA	3
Tema	3
Líneas de Investigación	3
Planteamiento del Problema	4
Contextualización	4
Análisis Crítico	11
Prognosis	11
Formulación del Problema	12
Delimitación de la investigación	12
Justificación	12
Objetivos	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos	13
CAPÍTULO II	14
MARCO TEÓRICO	14
Antecedentes Investigativos	14
Fundamentaciones	16

Fundamentación Filosófica	16
Fundamentación Legal	16
Categorías fundamentales	18
Fundamentación Teórica	21
Hipótesis	43
Señalamiento de Variables	43
CAPÍTULO III	44
METODOLOGÍA	44
Enfoque de la Investigación	44
Modalidad de la Investigación	45
De Campo	45
Bibliográfica Documental	46
Tipo o Nivel de investigación	46
Asociación de Variables	46
Población	47
Muestra	47
Operacionalización de variables	49
CAPÍTULO IV	51
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	51
Verificación de la hipótesis	65
CAPÍTULO V	69
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
Conclusiones	69
Recomendaciones	70
CAPÍTULO VI	71
PROPUESTA	71
Tema	71
Justificación	72
Objetivos	73
Objetivo General	73

Objetivos Específicos	73
Factibilidad	73
Organizacional	73
Cultural	74
Modelo Operativo	74
Estudio de mercado	75
Estudio de la demanda (Turistas Nacionales)	105
Estudio técnico	127
Estudio Financiero	139
Glosario y Abreviaturas	160
Bibliografía	162
Anexos	165

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Naturaleza del puesto	23
Tabla N° 2: Metas	25
Tabla N° 3: Etapas de desarrollo de grupos	31
Tabla N° 4: Necesidades básicas	41
Tabla N° 5: Población	47
Tabla N° 6: Operacionalización (variable independiente)	49
Tabla N° 7: Operacionalización (variable dependiente)	50
Tabla N° 8: Tipo de artesanías	51
Tabla N° 9: Capacidad organizativa	52
Tabla N° 10: Calificación (capacidad organizativa)	55
Tabla N° 11: Capacidad de ejecutar proyectos.....	56
Tabla N° 12: Tejidos y artesanías.....	57
Tabla N° 13: Horas de trabajo	58
Tabla N° 14: Materia prima.....	59
Tabla N° 15: Producción mensual.....	60
Tabla N° 16: Ingresos económicos.....	61
Tabla N° 17: Porcentaje de ganancia.....	62
Tabla N° 18: Fuentes de ingreso	63
Tabla N° 19: Nivel de instrucción.....	64
Tabla N° 20: Distribución Chi cuadrado	67
Tabla N° 21: Frecuencias observadas.....	67
Tabla N° 22: Frecuencias esperadas.....	68
Tabla N° 23: Tabla de contingencia	68
Tabla N° 24: Población de la provincia de Cotopaxi	76
Tabla N° 25: Clasificación de parroquias del cantón Pujilí	76
Tabla N° 26: Número de turistas Parque Nacional Cotopaxi.....	78
Tabla N° 27: Número de turistas Reserva Ecológica los Ilinizas.....	78
Tabla N° 28: Número de turistas Área Nacional de recreación el Boliche	78
Tabla N° 29: Total turistas	78
Tabla N° 30: Preferencia de Compra.....	81

Tabla N° 31: Frecuencia de visita	83
Tabla N° 32: Frecuencia de compra	84
Tabla N° 33: Factores de influencia en la compra	85
Tabla N° 34: Expectativas de compra	86
Tabla N° 35: Experiencia en la compra de shikras.....	87
Tabla N° 36: Cantidad de compra	88
Tabla N° 37: Influencia de compra	89
Tabla N° 38: Decisión de compra	90
Tabla N° 39: Lugares para la comercialización	91
Tabla N° 40: Precio promedio.....	92
Tabla N° 41: Ingreso económico.....	93
Tabla N° 42: Frecuencia de visita a Ecuador	94
Tabla N° 43: Frecuencia de compra (turista extranjero)	95
Tabla N° 44: Incentivo de compra (turista extranjero).....	96
Tabla N° 45: Preferencia de compra (turista extranjero).....	97
Tabla N° 46: Expectativa de compra (turista extranjero).....	98
Tabla N° 47: Experiencia de compra (turista extranjero).....	99
Tabla N° 48: Frecuencia de compra (turista extranjero)	100
Tabla N° 49: Decisión de compra (turista extranjero).....	101
Tabla N° 50: Decisión de compra shikra artesanal (turista extranjero).....	102
Tabla N° 51: Lugar de comercialización (turista extranjero).....	103
Tabla N° 52: Nivel de ingresos (turista extranjero).....	104
Tabla N° 53: Pregunta para obtener la demanda	105
Tabla N° 54: Demanda en personas	105
Tabla N° 55: Proyección de la demanda en personas.....	106
Tabla N° 56: Proyección de la demanda en personas.....	107
Tabla N° 57: Demanda en productos (Turistas nacionales).....	108
Tabla N° 58: Proyección de la demanda en productos (Turistas nacionales)	108
Tabla N° 59: Oferta en personas (Turistas nacionales)	109
Tabla N° 60: Proyección de la oferta en personas (Turistas nacionales)	110
Tabla N° 61: Oferta en productos (Turistas nacionales)	112
Tabla N° 62: Proyección oferta en productos (Turistas nacionales)	112

Tabla N° 63: DPI en personas (Turistas nacionales).....	113
Tabla N° 64: DPI en productos (Turistas nacionales)	114
Tabla N° 65: Demanda en personas (Turistas extranjeros)	116
Tabla N° 66: Proyección demanda en personas (Turistas extranjeros).....	116
Tabla N° 67: Demanda en productos (Turistas extranjeros)	119
Tabla N° 68: Proyección demanda en productos (Turistas extranjeros)	119
Tabla N° 69: Oferta en personas (Turistas extranjeros)	120
Tabla N° 70: Proyección oferta en personas (Turistas extranjeros).....	120
Tabla N° 70: Oferta en productos (Turistas extranjeros)	123
Tabla N° 72: Proyección oferta en productos (Turistas extranjeros)	123
Tabla N° 73: DPI en personas (Turistas extranjeros).....	124
Tabla N° 74: DPI en productos (Turistas extranjeros)	124
Tabla N° 75: Pregunta para obtener el precio	125
Tabla N° 76: Proyección del precio.....	125
Tabla N° 77: Proceso de producción.....	129
Tabla N° 78: Ritmo de producción.....	132
Tabla N° 79: Maquinaria.....	133
Tabla N° 80: Equipo de computo	133
Tabla N° 81: Muebles y enseres	133
Tabla N° 82: Servicio básicos	134
Tabla N° 77: Descripción de personas	134
Tabla N° 84: Inversión inicial	139
Tabla N° 85: Capital de trabajo.....	141
Tabla N° 86: Forma de financiamiento	142
Tabla N° 87: Costos de producción.....	142
Tabla N° 88: Proyección de costos de producción.....	144
Tabla N° 89: Costos administrativos	145
Tabla N° 90: Proyección costos administrativos.....	146
Tabla N° 91: Costos de ventas.....	146
Tabla N° 92: Proyección costos de venta.....	147
Tabla N° 93: Determinación de ingresos.....	147
Tabla N° 94: Flujo de caja.....	149

Tabla N° 95: Estado de resultados proyectado.....	151
Tabla N° 96: Punto de equilibrio.....	152
Tabla N° 97: TMAR.....	154
Tabla N° 98: Evaluación financiera	155
Tabla N° 99: TIR.....	156
Tabla N° 100: Costo beneficio	157
Tabla N° 101: Indicador de rentabilidad	159

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Árbol de problemas	10
Gráfico N° 2: Categorías fundamentales	18
Gráfico N° 3: Constelación de ideas (variable independiente)	19
Gráfico N° 4: Constelación de ideas (variable dependiente)	20
Gráfico N° 5: Capacidades organizativas	27
Gráfico N° 6: Modelo de eficacia colectiva	32
Gráfico N° 7: Creatividad e innovación	35
Gráfico N° 8: Tipo de artesanía	51
Gráfico N° 9: Capacidad organizativa	52
Gráfico N° 10: Calificación (capacidad organizativa)	55
Gráfico N° 11: Capacidad de ejecutar proyectos	56
Gráfico N° 12: Tejidos y artesanías	57
Gráfico N° 13: Horas de trabajo	58
Gráfico N° 14: Materia prima	59
Gráfico N° 15: Producción mensual	60
Gráfico N° 16: Ingresos económicos	61
Gráfico N° 17: Porcentaje de ganancia	62
Gráfico N° 18: Fuentes de ingreso	63
Gráfico N° 19: Nivel de instrucción	64
Gráfico N° 20: Modelo Operativo	74
Gráfico N° 21: Parroquias del cantón Pujilí	77
Gráfico N° 22: Preferencia de compra	81
Gráfico N° 23: Frecuencia de visita	83
Gráfico N° 22: Frecuencia de compra	84
Gráfico N° 25: Factores de influencia en la compra	85
Gráfico N° 26: Expectativa de compra	86
Gráfico N° 27: Experiencia de compra de shikra	87
Gráfico N° 28: Cantidad de compra	88
Gráfico N° 29: Influencia de compra	89
Gráfico N° 30: Decisión de compra	90

Gráfico N° 31: Lugares de comercialización	91
Gráfico N° 32: Precio promedio	92
Gráfico N° 33: Ingreso económico	93
Gráfico N° 34: Frecuencia de visita a Ecuador	94
Gráfico N° 35: Frecuencia de compra (turista extranjero).....	95
Gráfico N° 36: Incentivo de compra (turista extranjero)	96
Gráfico N° 37: Preferencia de compra (turista extranjero)	97
Gráfico N° 38: Expectativa de compra (turista extranjero)	98
Gráfico N° 39: Experiencia de compra (turista extranjero)	99
Gráfico N° 40: Experiencia de compra (turista extranjero)	100
Gráfico N° 41: Decisión de compra (turista extranjero)	101
Gráfico N° 42: Decisión de compra shikra artesanal (turista extranjero)	102
Gráfico N° 43: Lugar de comercialización (turista extranjero)	103
Gráfico N° 44: Niveles de ingresos (turista extranjero).....	104
Gráfico N° 45: Proyección demanda en personas (Turistas nacionales)	106
Gráfico N° 46: Proyección demanda en productos (Turistas nacionales).....	108
Gráfico N° 47: Proyección oferta en personas (Turistas nacionales)	110
Gráfico N° 48: Proyección oferta en productos (Turistas nacionales).....	112
Gráfico N° 49: DPI en personas (Turistas nacionales)	114
Gráfico N° 50: DPI en productos (Turistas nacionales).....	115
Gráfico N° 51: Proyección demanda en personas (Turistas extranjeros)	117
Gráfico N° 51: Proyección demanda en personas (Turistas extranjeros)	119
Gráfico N° 53: Proyección oferta en personas (Turistas extranjeros)	121
Gráfico N° 54: Proyección oferta en productos (Turistas extranjeros).....	123
Gráfico N° 55: DPI en personas (Turistas extranjeros)	124
Gráfico N° 56: DPI en productos (Turistas extranjeros).....	125
Gráfico N° 57: Proyección del precio	126
Gráfico N° 58: Micro localización.....	128
Gráfico N° 59: Estudio de tiempos	130
Gráfico N° 60: Descripción de instalaciones	133
Gráfico N° 61: Punto de equilibrio	153

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIOPRODUCTIVOS

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “LA CAPACIDAD ORGANIZATIVA DE LAS PERSONAS DE LA TERCERA EDAD DE LA COMUNIDAD GUAYAMA SAN PEDRO, PARROQUIA ZUMBAHUA, CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI Y SU RELACIÓN CON SUS INGRESOS ECONÓMICOS”

AUTORA: María Fernanda Durán Terán

TUTORA: Ing. Jaqueline Peñaherrera

La presente investigación denominada “La capacidad organizativa de las personas de la tercera edad de la comunidad Guayama San Pedro, Parroquia Zumbahua, Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi y su relación con sus ingresos económicos”, ha sido metodológicamente desarrollada bajo la modalidad de proyecto productivo. Realizado un diagnóstico situacional se pudo determinar que la Parroquia de Zumbahua tiene una ubicación privilegiada en la provincia de Cotopaxi ya que atrae un turismo altamente rentable y beneficioso para esta comunidad sin fuentes laborales estables, el segundo capítulo denominado marco teórico muestra al lector los aspectos más relevantes que se deben considerar para realizar un proyecto de esta naturaleza, el capítulo de la metodología permite procesar y analizar toda la información obtenida de igual forma el capítulo de análisis e interpretación de resultados esta vez al verificar la hipótesis, el capítulo quinto nos describe de una forma sencilla y practica las principales conclusiones y recomendaciones que se deben tener en cuenta a la hora de ejecutar el proyecto y por último el sexto capítulo donde se demuestra la factibilidad del proyecto utilizando indicadores financieros tales como el VAN, TIR, etc. Aquí se resume los principales impactos derivados de la ejecución del proyecto.

DESCRIPTORES: Capacidad organizativa, ingresos económicos, turismo, VAN, TIR

INDOAMÉRICA TECHNOLOGICAL UNIVERSITY
POSTGRADUATE CENTER
MASTERS IN PROJECT MANAGEMENT PRODUCTIVE MEMBER

EXECUTIVE SUMMARY

TOPIC: “ORGANIZATIONAL CAPACITY OF ELDERLY PEOPLE IN THE COMMUNITY OF GUAYAMA SAN PEDRO, ZUMBAHUA PARISH, PUJILÍ CANTON, PROVINCE OF COTOPAXI AND ITS RELATION WITH THEIR ECONOMIC INCOME”.

AUTORA: María Fernanda Durán Terán

TUTORA: Ing. Jaqueline Peñaherrera

This research, entitled "Organizational capacity of elderly people in the community of Guayama San Pedro, Zumbahua Parish, Canton Pujilí, Province of Cotopaxi and its relation with their economic income", has been methodologically developed under the modality of productive project.

After a situational diagnosis, it was possible to determine that the Parish of Zumbahua has a privileged location in the province of Cotopaxi, since it attracts a highly profitable and beneficial tourism for this community without stable labor sources, the second chapter called theoretical framework shows the reader the most relevant to be considered for carrying out a project of this nature, the chapter of the methodology allows to process and analyze all the information obtained in the same way the chapter of analysis and interpretation of results this time when verifying the hypothesis, the fifth chapter describes us a simple and practical form the main conclusions and recommendations that must be taken into account when executing the project and finally the sixth chapter demonstrating the feasibility of the project using financial indicators such as NPV, IRR, etc. It summarizes the main impacts of project implementation.

INTRODUCCIÓN

La capacidad organizativa se basa en la habilidad del talento humano y los involucrados en los proyectos en analizar cómo crear ventaja competitiva en función de los recursos y materia prima que tienen en gran cantidad, además, crear beneficios y estrategias para la preservación a largo plazo del patrimonio natural y cultural de los pueblos, la revalorización de sus tradiciones y costumbres (incluyendo la lengua), el involucramiento de las comunidades en el proceso y el incremento de conciencia del turista de que con su viaje pueden colaborar de mejor manera al desarrollo local.

Por lo expuesto anteriormente, se ha realizado la investigación, la misma que está dividida en los siguientes capítulos.

Capítulo I El Problema: Se contextualiza el problema en función de la realidad, justificando el alcance; el análisis crítico desde el punto de vista de la comunidad, el pronóstico de lo que puede pasar si no se soluciona el problema, interrogantes de la investigación que son las preguntas claves que requieren una respuesta, delimitación de la investigación y finalmente los objetivo general y específicos.

Capítulo II Marco Teórico: Resumir antecedentes de investigaciones similares, luego se analiza el fundamentos filosóficos y legales, además se diseña las categorías fundamentales de las variables conforme a la problemática para finalmente poder plantear la hipótesis de investigación.

Capítulo III Metodología: Presenta el enfoque, la modalidad y los tipos de la investigación, la población y la muestra que se van a utilizar en el trabajo investigativo, las matrices de operacionalización de las variables independiente y dependiente, la recolección y procesamiento de la información.

Capítulo IV Análisis e Interpretación de Resultados Se muestra el análisis de los datos recopilados con la encuesta, los resultados se presentan se discute, a partir de

éstos se realiza una interpretación con el estadígrafo necesario según los instrumentos utilizados para verificar la hipótesis.

Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones: Se conclusiones en función de los objetivos iniciales y las recomendaciones conforme a cada conclusión.

Capítulo VI Propuesta: Donde se mide de abajo hacia arriba una estrategia con la implementación de un sistema empresarial de producción de Shicras conforme los integrantes adulto – mayor, analizando desde un punto de vista investigativo el estudio de mercado, técnico y financiero concluyendo que la mejor opción de alinear la estrategia de organización parte desde un proyecto de factibilidad acorde al plan de acción inicial, recordando que lo que se mide se controla, la realidad desde una perspectiva de proyecto de implementación para la solución del problema.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Tema

“La capacidad organizativa de las personas de la tercera edad de la comunidad Guayama San Pedro, Parroquia Zumbahua, Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi y su relación con sus ingresos económicos”.

Líneas de Investigación

Empresarialidad y Productividad

“La línea de investigación está enfocada a la parte de Empresarialidad y productividad orientada en parte al estudio de la capacidad de emprendimiento o empresarialidad de la región, así como su entorno jurídico-empresarial; es decir, de repotenciación y/o creación de nuevos negocios o industrias que ingresan al mercado con un componente de innovación. Por otro lado, el estudio de las empresas existentes en un mercado, en una región, se enmarcará en la productividad de este tipo de empresas, los factores que condicionan su productividad, la gestión de calidad de las mismas, y que hacen que estas empresas crezcan y sobrevivan a los mercados. En este ámbito es de interés estudiar aspectos como exportaciones, diversificación de la producción y afines”.

Análisis

La presente investigación ha sido desarrollada bajo la modalidad de proyecto productivo al diagnosticar se pudo determinar que tiene una ubicación privilegiada

ya que se encuentran todos los elementos necesarios para atraer un turismo altamente rentable y beneficioso desarrollo organizacional para que se incrementen fuentes de desarrollo turístico empleo y traiga beneficios a la comunidad en especial a un grupo vulnerable que es los adultos mayores.

Planteamiento del Problema

Contextualización

La capacidad organizativa se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales, surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, “mestizas” o afrodescendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales. Está ligado al uso del patrimonio natural y cultural. La falta de ordenamiento y regulación han dado lugar a un turismo masivo y descontrolado que amenaza al patrimonio, generando problemas sociales que han alterado los modos de vida principalmente de las comunidades y en este caso aún más a las personas de la tercera edad. Estas debilidades inciden en la calidad de vida del adulto mayor con una oferta poca diversificada y atención deficiente al turista.

El patrimonio natural y cultural es el conjunto de bienes heredados de los padres y la naturaleza, constituye la memoria de los pueblos y el legado de las nuevas generaciones, lo que marca la diferencia de las sociedades y grupos, dándoles un sentido de identidad.

El vínculo entre el turismo y el patrimonio es directo. El patrimonio tiene un valor de existencia generacional, por lo que no se lo debe considerar como un

simple producto clásico de consumo. El turismo puede ser útil para efectuar y beneficiar obras de conservación patrimonial, con la consecuente generación de empleo. Esto tiene un límite donde se percibe una probabilidad de daño sobre las vertientes del patrimonio y su entorno. Patrimonio y turismo se pueden nutrir mutuamente de manera sana si no se ignora la cosmovisión local.

El turismo en áreas patrimoniales debe considerar como elementos fundamentales los aspectos sociales, económicos, culturales y ambientales, así como la corresponsabilidad entre los actores locales y los turistas. Es necesario concebir un modelo de turismo basado en la valorización del patrimonio como generador de valor agregado para las poblaciones locales, afirmando la necesidad de revertir el modelo de consumismo por un modelo de desarrollo social, con identidad, económico y ambientalmente sostenible.

Las comunidades Pueblos y Nacionalidades proyectan la capacidad organizativa como una actividad económica de gran envergadura, para dinamizar económica, turística, social, ambiental y culturalmente al País. Considera que una de las mayores amenazas para el desarrollo de esta actividad, está en los poderes económicos y políticos que promueven el modelo privado discriminatorio, con sus permanentes pretensiones de desaparición de todo lo que sea comunitario: organización, institución, producción, territorio y patrimonio natural y cultural.

En estos últimos años, la capacidad organizativa de las comunidades se ha ido incrementando en diferentes partes del país a través de una adecuada utilización de los recursos naturales y culturales tendientes a eliminar la pobreza de las comunidades, evitar la migración a las grandes ciudades y generar fuentes de empleo.

En la provincia de Cotopaxi existe una gran cantidad de comunidades indígenas en Zumbahua están conformadas por las comunidades Michacalá, Guantopolo, Tigua Chimbacuchu, Rumichaca, Yanatoro, Talatac, Yanallpa, Sarausha, Chami y La Cocha y Ponce, cada sector tiene sus propias estructuras dirigenciales

conformadas generalmente por el Presidente, Vicepresidente, Secretaria, tesorera, síndico y vocales y ellos a su vez, forman parte integrante de las Asambleas Comunales en las cuales se podría desarrollar capacidad organizativa con las personas que no tienen ingresos económicos como los adultos mayores, pero lamentablemente muchas de ellas desconocen cómo llevarlo a cabo por la presencia de diferentes inconvenientes de orden cultural organizativo.

Este es el caso de la Comunidad de Zumbahua perteneciente al Cantón Pujilí de la Provincia de Cotopaxi que cuenta con el 99% de población indígena campesina dedicada a tareas agrícolas, donde se presentan varias dificultades entre las que se puede mencionar falta de conocimiento de los habitantes de la comunidad sobre proyectos emprendedores de turismo que contribuyan a mantener la sostenibilidad socio- económica y ambiental. A continuación, se presenta el cuadro de la población general clasificado en las personas de la tercera edad, jubilados, activos entre otros.

DESCRIPCION	NUMERO DE PERSONAS
JUBILADOS	69
ACTIVOS	98
PASIVOS	634
TOTAL	801

Fuente: INEN

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Como se puede observar de los 801 habitantes adultos mayores el 9% son jubilados, el 12% son activos es decir, tienen ingresos económicos por diversas actividades laborales, mientras que el 79% son pasivos es decir no cuentan con ingresos económicos por actividades laborales, lo que permite discutir que la población adulto mayor son denigrados y un poco rechazados por su edad y condición, adicionalmente a esto, otro de los problemas que afecta directamente a este sector es la centralización en la comunidad de Quilotoa que cuenta con atractivos turísticos muy reconocidos a nivel nacional e internacional, lo cual

sumado a una eficiente organización las ha llevado al posicionamiento en el mercado turístico.

Estos problemas son notorios y se evidencian fácilmente en la comunidad el desinterés en el conocimiento y valoración de los comuneros con relación al potencial turístico que poseen entre los que se puede mencionar la Cueva del Inca, el Cóndor Matzi, Feria de Zumbahua, Pintores de Tigua, Valle de Altura, Complejo Verde Cocha, Agua Termal Chicho, Vertiente Termal Cashapata, Cordillera Yurak Yuxsi, Vertiente Mineral Santo Rummy, Iglesia Matzi, Niñito Santo Rummy, Vertiente Termal Anchi, Taller JataloKucho, Arcos Ventana, Cerro Artiza, Agua Termal Yana Yaku, Bosque Nublado, Cascada Laurel, Molino de Piedra, Centro Artístico “DON BOSCO”, etc., donde se puede observar la siembra, la cosecha y producción de diferentes alimentos, conocer elementos del idioma quichua considerado como segundo idioma del Ecuador, para lo cual es imprescindible desarrollar destrezas de aprendizaje de elaboración de artesanías como la shigra de cabuya , dichos atractivos van a ser aprovechados en la actividad turística que les brindaría la oportunidad de crecimiento social, cultural y económico.

Si estos inconvenientes continúan presentándose, la comunidad de Zumbahua no logrará incursionar en la capacidad organizativa de la comunidad, perdiendo fuentes de trabajo local para las personas que van formando parte del grupo de adultos mayores del sector que se verán en la necesidad de migrar en busca de ingresos económicos que sustentan a sus familias. Consecuentemente, esta migración provocará la pérdida de costumbres y tradiciones ancestrales y toda la riqueza natural y cultural que poseen quedará relegada.

Constituye una importante fuente de trabajo e ingreso para la población de un país su inversión supone la creación de más puestos de trabajo que en otros sectores de la economía. Además de generar empleo y distribuir el ingreso, el desarrollo del turismo contribuye a la descentralización de la actividad económica en el territorio y al fortalecimiento del desarrollo económico local puesto que en un país existen

diversas zonas y lugares con atractivos turísticos destacados. (Manual del Marco Conceptual del Turismo en el Perú, PromPerú, Lima, 2000)

Al tratarse de un sector económico que para su funcionamiento necesita del concurso de muchos otros sectores engloba múltiples actores, estructuras institucionales, procesos de producción y actividades. Además, cuenta con un marco institucional y legal propio; tanto en instituciones públicas y privadas, locales, nacionales e internacionales, sumados a una serie de instrumentos jurídicos que lo regulan, promueven y velan por su desarrollo.

La capacidad organizativa en las comunidades es una actividad económica que vincula a los lugares y países (mercados emisores y mercados receptores) creando así corrientes o flujos turísticos. El turismo como fenómeno económico va más allá de las cifras globales generalmente citadas sobre el número de turistas como se ha establecido el turismo es un fenómeno mundial que genera relaciones e intercambios de diversa índole, estimulando el encuentro entre personas de diferentes características sociales, culturales y económicas. Esas interrelaciones ocurren en ámbitos tan diversos como; lo económico, social, cultural, ambiental, espiritual y político, generando efectos que interesan e interpelan a todos los actores que participan en la industria turística y en particular a las sociedades o comunidades receptoras.

Como fenómeno social el turismo implica la generación de nuevas fuentes de empleo y competencias técnicas para el recurso humano, pero también irrumpe en los modos de vida, en las instituciones y relaciones sociales originales de las poblaciones anfitrionas, trastocando los equilibrios y la cohesión preexistentes. En cuanto al turismo como fenómeno cultural comprende no solamente un amplio abanico de actividades artísticas, servicios culturales y atractivos de esparcimiento y recreación. Su desarrollo en todos los países del planeta ha llevado a una multitud de comunidades locales a perder y alterar sus valores culturales o a reemplazarlos por otros ajenos a sus usos y costumbres tradicionales.

Árbol de problemas

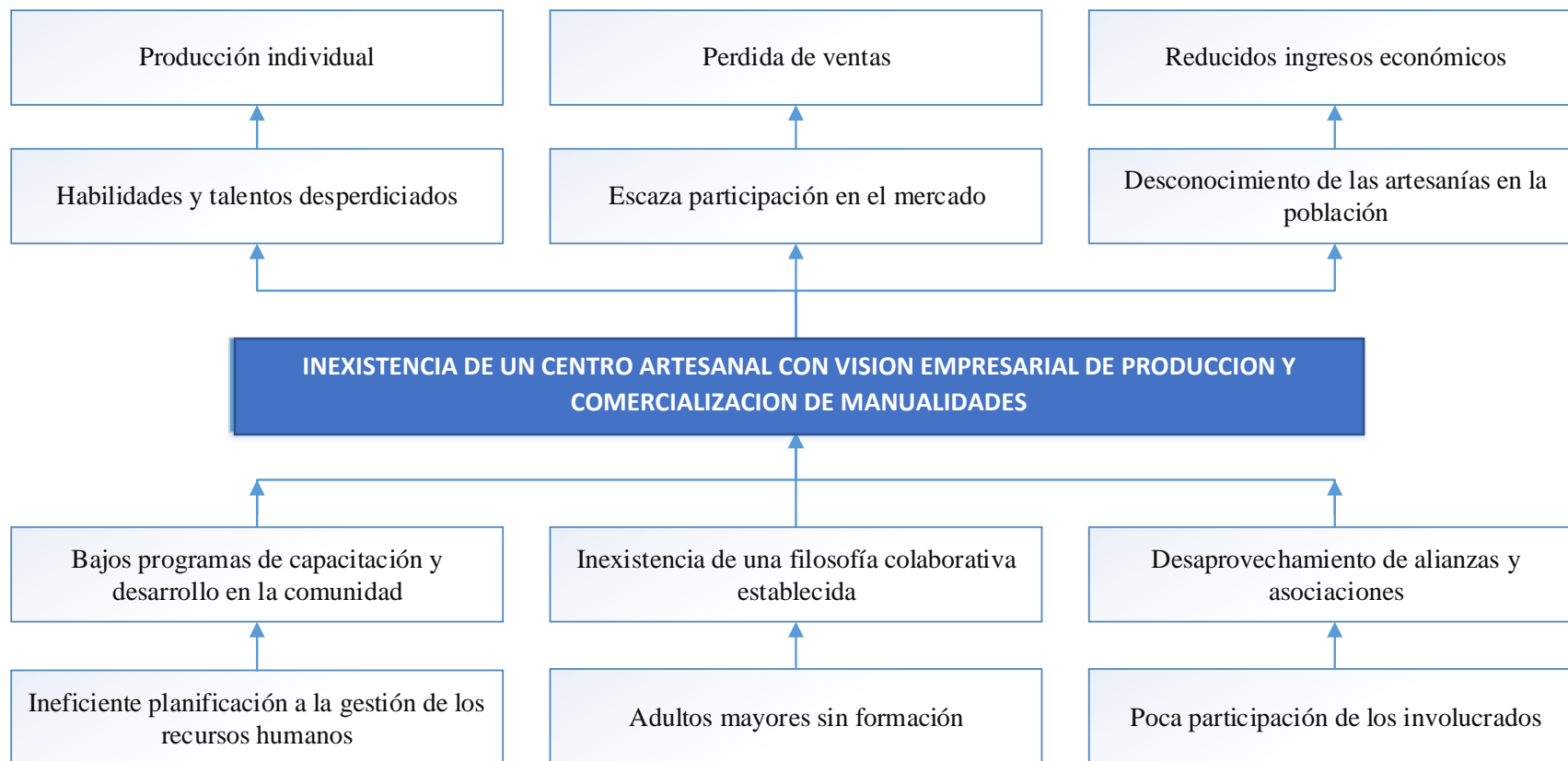


Gráfico N° 1: Árbol de problemas

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Duran, F. (2017)

Análisis Crítico

Dentro de la comunidad en los últimos años se ha identificado una problemática la cual radica en la falta de un centro artesanal de producción y comercialización manualidades de las personas de la tercera edad de la comunidad de Guayama, San Pedro, Parroquia Zumbahua por la falta colaborativa de autoridades como directivos de la Junta Parroquial, los cambios políticos de los últimos años sumado a el cambio de gobierno genera la inestabilidad de los actuales responsables de la comunidad a continuación, se describen las posibles causas que motivan la aparición de dicho problema:

La principal causa de la aparición de la problemática radica en poca capacidad organizativa de la comunidad pues no existe una estructura definida que ayude a impulsar proyectos en los cuales se consideren como actores principales a los adultos mayores.

Además, el desinterés por el bienestar de este grupo vulnerable, genera que las personas que integran este grupo sean relegados cerrándoles la puerta para que se sientan productivos en proyectos comunitarios y aporten tanto a la economía de la familia así como también a la economía del país.

Por otro lado, en su gran mayoría esta población a la cual se hacer referencia se encuentra directamente relacionado con la producción y comercialización de tejidos y artesanías propias de esta comunidad, sin embargo, esta producción no es representativa pues su producción se enmarca en el empirismo por lo que los ingresos económicos que se perciben por este concepto son mínimos creando un cierto nivel de dificultad en la economía de estas personas.

Prognosis

Si la Comunidad de Zumbahua no toma medidas de solución para promover una capacidad organizativa e impulsar el desarrollo de proyectos que inmiscuya al

adulto mayor es evidentemente que los ingresos económicos de este grupo vulnerable sean limitados abriendo las puertas a una posible migración de este grupo de personas hacia las principales ciudades y fomentar la mendicidad en lugar de hacerlos entes productivos.

Formulación del Problema

¿Cómo incide la falta de capacidad organizativa en los ingresos económicos de los adultos mayores de la Comunidad de Zumbahua?

Delimitación de la investigación

Campo: Gestión de Proyectos Socioproductivos

Área: Ingresos económicos

Aspecto: El desarrollo de Capacidad Organizativa y su incidencia en la economía de las personas de la tercera edad de la parroquia Zumbahua, cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi.

Delimitación Espacial: parroquia Zumbahua, cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi.

Delimitación Temporal: Año 2016.

Justificación

En el Ecuador se ha comenzado a escuchar el término de Capacidad organizativa, pero es un hecho que no se ha deslindado en la práctica de lo que se conoce como turismo social, en cierta manera la Capacidad Organizativa no solamente busca el esparcimiento, sino que el ser humano aumente sus conocimientos históricos y culturales que contribuyan a que los turistas puedan tener contacto con la naturaleza y recursos culturales del país.

Es importante considerar las características de la Capacidad Organizativa de los otros tipos de organizaciones. Por este motivo se cree conveniente el estudio y la implantación de este proceso de desarrollo organizacional para que se incrementen fuentes de desarrollo turístico empleo y traiga beneficios a la comunidad en especial a un grupo vulnerable que es los adultos mayores.

Objetivos

Objetivo General

Estudiar la relación entre la capacidad organizativa comunitaria y los ingresos de las personas de la tercera edad.

Objetivos Específicos

- Establecer el nivel de la capacidad organizativa entre los habitantes de la comunidad Guayama San Pedro, Parroquia Zumbahua.
- Determinar el nivel de ingresos promedio de los adultos mayores de la comunidad.
- Diseñar un proyecto asociativo que mejore los ingresos de los adultos mayores.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Investigativos

Revisadas las tesis de grado de la biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana se encontraron los siguientes trabajos:

De acuerdo con Chichaiza (2012) en su trabajo de investigación previo a la obtención de posgrado titulado “Estudio de factibilidad para la implementación de turismo comunitario en la comunidad de Culquiloma, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura” concluye:

El presente trabajo de investigación enfoca la problemática de las presiones de las nuevas corrientes turísticas mundiales gestadas en las dos últimas décadas ha provocado la implantación de un creciente número de proyectos de turismo en las comunidades indígenas o rurales, mediante el impulso de agentes externo como ONGs, empresas privadas, instituciones públicas y de cooperación internacional. A pesar de los esfuerzos registrados en materia de evaluación de proyectos en las comunidades indígenas al mercado internacional no data ciertamente de ayer, lo que hoy puede parecer nuevo son la intensificación y la escala de las operaciones en territorios indígenas y zonas aledañas, así como la amplitud de sus impactos, muchos de ellos de carácter irreversible.

Por otro lado, Chango (2012) en su trabajo de investigación previo a la obtención de posgrado titulado “Producto turístico comunitario como una alternativa de

desarrollo endógeno en Atocha del cantón Salcedo en la provincia de Cotopaxi, República del Ecuador” concluye.

La investigación se desarrolló en tres etapas fundamentales, la primera consistente en el análisis teórico sobre el contexto actual del ecoturismo y la Capacidad Organizativa, la segunda en la toma de información en el campo y la tercera en el procesamiento y análisis de la misma para lograr un diagnóstico de los valores de la comunidad y el diseño del producto turístico. A partir de lo realizado se analizó que debido a la disponibilidad de atractivos naturales y culturales de la República del Ecuador el ecoturismo ha sido una de las actividades con mayor auge en los últimos años, surgiendo un proceso de integración de las comunidades en la valoración de áreas para la gestión del ecoturismo como alternativa de conservación y desarrollo socioeconómico endógeno de sus predio o localidades. En el diagnóstico a la comunidad de Atocha se observó la existencia de un paisaje con dos zonas definidas como el páramo y el llano donde se identifica un ecosistema terrestre con gran riqueza biológica y un enorme potencial de vida, atractivos naturales que se combinan con los distintivos valores socioculturales expresados en tradiciones y festividades, una arquitectura discreta y cargada de historia local, y una vida económica basada en las actividades agropecuarias. Situación a partir de la cual se diseñó el producto “Turismo Comunitario de Atocha” con una perspectiva de la demanda que permitirá su introducción en segmentos de mercados nacionales e internacionales, mediante la implementación de estrategias competitivas que parten del aprovechamiento de las oportunidades y la anticipación al impacto de las amenazas del entorno, minimizando debilidades y maximizando fortalezas a través de la puesta en práctica de la estructura del producto y las pautas definidas para su gestión comercial.

Fundamentaciones

Fundamentación Filosófica

Para la ejecución de la presente investigación se trabajó bajo el paradigma crítico-propositivo por las siguientes razones:

Con el empleo de este paradigma se interpreta la realidad del proceso de desarrollo de la Capacidad Organizativa, contribuyendo a la economía de la zona mejorando la calidad de vida de los habitantes, buscando alternativas de producción.

Fundamentación Legal

Constitución de la República del Ecuador

Título Sexto

Capítulo Primero

Inclusión y Equidad

Art. 340.- El sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo.

El sistema se articulará al Plan Nacional de Desarrollo y al sistema nacional descentralizado de planificación participativa; se guiará por los principios de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, interculturalidad, solidaridad y no discriminación; y funcionará bajo los criterios de calidad, eficiencia, eficacia, transparencia, responsabilidad y participación.

El sistema se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, hábitat y vivienda, cultura, comunicación e información, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transporte.

Art. 341.- El Estado generará las condiciones para la protección integral de sus habitantes a lo largo de sus vidas, que aseguren los derechos y principios reconocidos en la Constitución, en particular la igualdad en la diversidad y la no discriminación, y priorizará su acción hacia aquellos grupos que requieran consideración especial por la persistencia de desigualdades, exclusión, discriminación o violencia, o en virtud de su condición etaria, de salud o de discapacidad.

La protección integral funcionará a través de sistemas especializados, de acuerdo con la ley. Los sistemas especializados se guiarán por sus principios específicos y los del sistema nacional de inclusión y equidad social.

El sistema nacional descentralizado de protección integral de la niñez y la adolescencia será el encargado de asegurar el ejercicio de los derechos de niñas, niños y adolescentes. Serán parte del sistema las instituciones públicas, privadas y comunitarias.

Categorías fundamentales

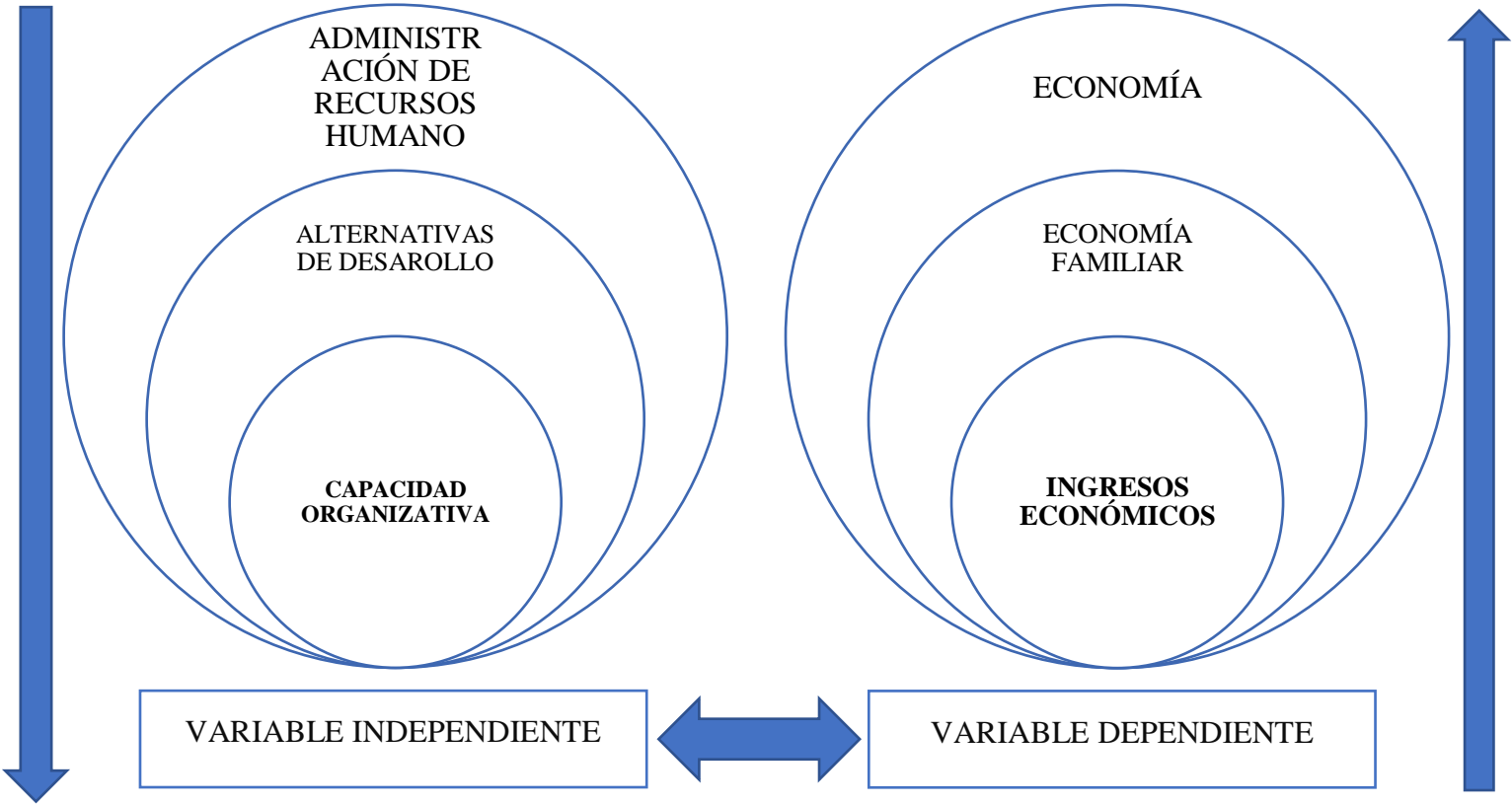


Gráfico N° 2: Categorías fundamentales
Fuente: Investigación bibliográfica
Elaborado por: Duran, F. (2017)

Constelación de ideas

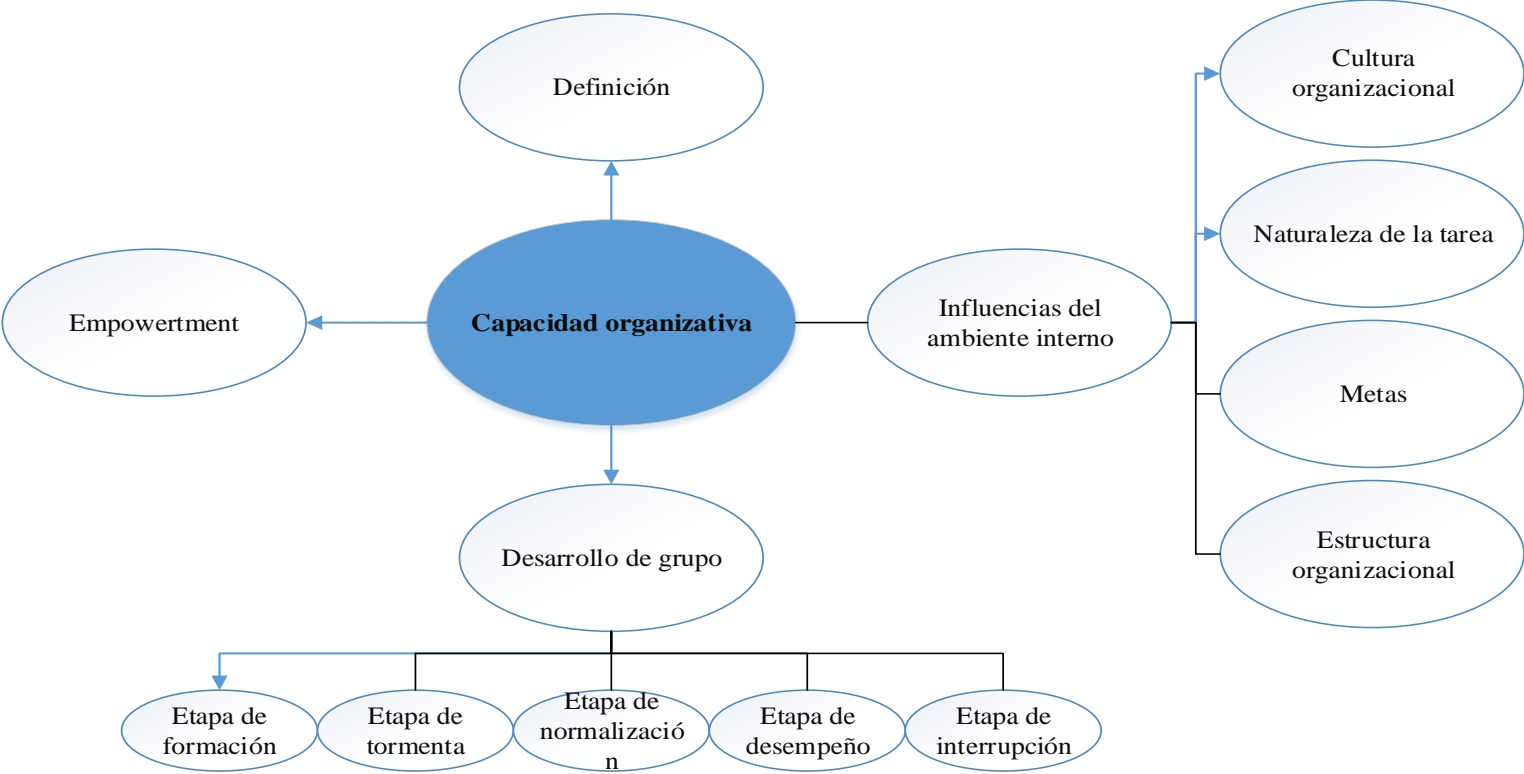


Gráfico N° 3: Constelación de ideas (variable independiente)
Fuente: Investigación bibliográfica
Elaborado por: Duran, F. (2017)

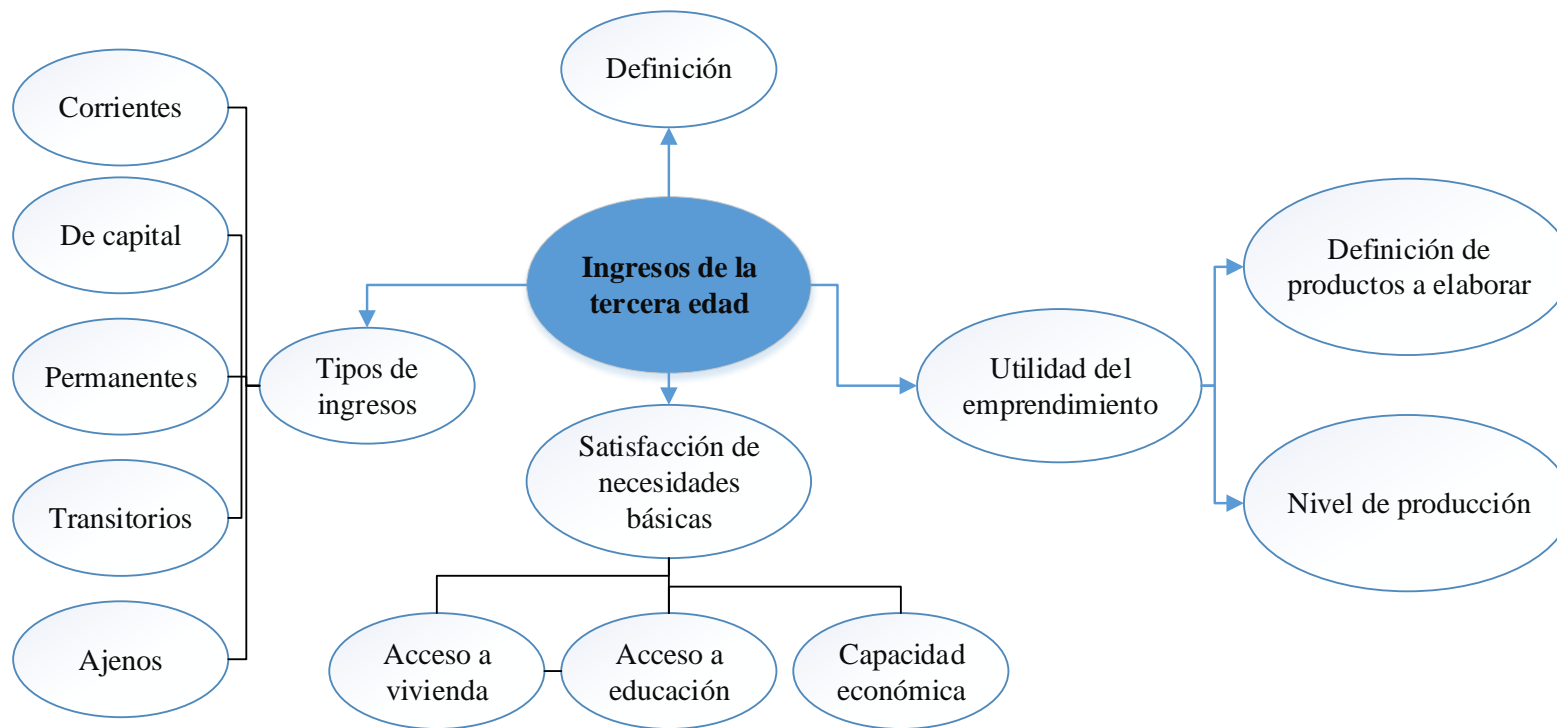


Gráfico N° 4: Constelación de ideas (variable dependiente)

Fuente: Investigación de bibliográfica

Elaborado por: Duran, F. (2017)

Fundamentación Teórica

Administración de recursos humanos

Bajo la perspectiva de Dessler (2011) la administración de recursos humanos es definida como prácticas y políticas necesarias para el manejo de temas vinculados con funciones y responsabilidades gerenciales de tal forma que su fin es educar, reunir, evaluar, retribuir y ofrecer un ambiente sólido de manera que exista un trato ético y justo para todos los trabajadores o involucrados de la empresa u organización.

Por otro lado, de acuerdo a lo establecido por Ivancevich (2012) “la administración de recursos humanos constituye la administración eficaz de los individuos dentro del puesto de trabajo además examina que puede o debe hacerse para que los empleados sean más productivos y estén más satisfechos dentro del puesto de trabajo” (p. 1).

En cuanto se refiere a la planificación de los recursos humanos, Dolan et. al. (2011) establecen la siguiente definición:

Buscan determinar, por una parte, las necesidades, ya sea cualitativas como cuantitativas de los trabajadores de la empresa teniendo en cuenta tanto los objetivos como las estrategias establecidas por la empresa para un determinado periodo de tiempo. Además, también busca identificar si la disponibilidad del recurso humano se ajusta al momento que aparecen dichas necesidades.

Finalmente, dentro de la administración de recursos humanos también se enmarca el manejo eficiente de los trabajadores y los recursos disponibles para conseguir los objetivos organizacionales establecidos. Los involucrados que participan directamente en la administración de recursos humanos trabajan o se manejan por intermedio de un sistema integrado mismo que según Wayne y Noe (2012) que se encuentra estructurado por 5 áreas funcionales que se relacionan con la gestión del recurso humano de forma eficaz, a continuación, se enuncia estas 5 áreas funcionales:

- Proceso empleo
- Desarrollo de recursos humanos
- Compensación y beneficios
- Seguridad social y salud
- Relaciones laborales y con empleados

Bajo estas características, la administración del capital humano constituye un eje fundamental en la consecución de las metas establecidas pues constituye una tarea que se enfoca en medir la relación de causa y efecto entre los diferentes programas y políticas del recurso humano en el resultado final del análisis financiero de la empresa.

Influencias del ambiente interno

En este apartado se analizan tanto las características como los factores que se encuentran inmiscuidos dentro de la empresa u organización entre las cuales se destacan las siguientes: metas, estrategias, naturaleza de la tarea, cultura de la organización, grupos de trabajo, estilo y experiencia del líder (Ivancevich, 2012).

Cultura Organizacional

La cultura organizacional integra el sistema de significados que comparten los miembros de la empresa u organización y que las distinguen de otras. La esencia de la cultura de una empresa se enmarca en la manera de hacer negocios en la forma en que trata a sus clientes empleados en el grado de autonomía y libertad que gozan tanto los departamentos como las oficinas y por la lealtad que tiene los trabajadores hacia la empresa (Ivancevich, 2012).

Es importante señalar que la cultura que se maneje internamente dentro de la empresa repercute directamente en el comportamiento expectativas y productividad de cada uno de los empleados que forman parte de la organización. Finalmente podría decirse que la cultura constituye una referencia para los trabajadores acerca

de los diferentes criterios de desempeño en el puesto de trabajo por ejemplo la puntualidad, preocupación por la calidad y servicio a los diferentes clientes.

De acuerdo con Pfistrs como se cito en Olivares (2013) establece una definición sobre cultura organizacional como “un patrón de supuestos desarrollados para hacer frente a sus problemas de adaptación interna y externa que se representa en un sistema de valores compartidos que definen las actitudes, normas y comportamientos que sirven de guía para los empleados” (p. 73).

Naturaleza de la Tarea

Para (Ivancevich, 2012) “la naturaleza de la tarea constituye la correspondencia exacta entre la tarea designada (trabajo) y la capacidad de respuesta del trabajador que ejecuta la tarea establecida”

Dentro de la naturaleza de la tarea se pueden destacar aspectos importantes que atraen o alejan a los trabajadores entre las cuales se destacan las siguientes:

Tabla N° 1: Naturaleza del puesto

Aspectos importantes	Descripción
Grado de conocimiento y capacidad de aplicar la tecnología de la información	En la actualidad son muchas las ventajas que ofrece la tecnología, es por ello la necesidad del empleado en capacitarse y aprovechar este recurso de forma eficaz pues se espera que los trabajadores planeen, decidan y resuelvan problemas a través de base de datos, programas de cómputo y otras fuentes tecnológicas que brinden información que den una rápida capacidad de respuesta ante problemas que pudieran presentarse en determinado momento.
Grado de Empowerment	Delegar el poder o la autoridad para tomar decisiones de real importancia para la empresa. De hecho, un trabajador facultado puede terminar su trabajo ya que posee la información conocimientos y el poder.
Grado de Esfuerzo Físico necesario	es muy importante tomar en consideración este factor pues no es lo mismo trabajar en el campo que hacerlo

	en una oficina ya que la primera demanda mayor esfuerzo físico y es allí en donde se toma en consideración lo expuesto por IBM quienes aseguran que “trabajar con la mente es mejor para sanar los problemas de productividad que trabajar con el lomo”.
Grado de comodidad del ambiente	los individuos por lo general prefieren laborar en un ambiente seguro y agradable pues no es lo mismo el trabajo en un ambiente de un minero con el ambiente de un cajero de un banco.
Tiempos de trabajo	algunos puestos requieren periodos breves de esfuerzo intenso otros requieren largas horas de un trabajo menos pesado en ciertos puestos, como los de armado de autos el trabajo es continuo; en otros como la operación de las casetas de peaje el trabajo es intermitente.
Trato con personas	En la mayoría de trabajos siempre va a ver la interacción entre diferentes personas.
Identidad de la tarea	La identidad de la tarea consiste en que tan complejo es un trabajo
Variedad de la tarea	La cantidad de libertad y responsabilidad que tenga una persona en el trabajo determina el grado de autonomía de su puesto.

Fuente: Adaptado de Ivancevich, J. (2012) “Administración de Recursos Humanos”, México, D.F, McGrawHill, p.51.

Elaborado por: Duran, F. (2017)

Metas

Básicamente se podría decir que las metas se enfocan en establecer referencia a la razón de la existencia de la empresa y estas sin duda alguna varían entre departamentos. Es probable que todos los departamentos tengan metas de satisfacción laboral, supervivencia y adaptación al cambio; sin embargo, las diferencias radican en la importancia que conceden a las metas quienes toman las decisiones y en la mayoría de los casos estas decisiones son tomadas por la cabeza visible de la empresa u organización que es el gerente (Ivancevich, 2012).

Tabla N° 2: Metas

Nivel	Selección y ubicación de empleados	Remuneración (pagos y prestaciones)	Evaluación	Desarrollo
Estrategia (largo plazo)	<p>Especificar las características de las personas que se requieren para manejar la empresa a largo plazo.</p> <p>Examinar las tendencias de la fuerza laboral.</p> <p>Analizar los flujos de inmigración del extranjero</p>	<p>Establecer un programa remunerativo competitivo.</p> <p>Vincular la remuneración de acuerdo a las metas estratégicas.</p>	<p>Determinar el nivel y tipo de desempeño para el crecimiento de la organización.</p> <p>Establecer criterios imparciales de desempeño.</p> <p>Vincular la evaluación con la consecución de objetivos</p>	<p>Planear las experiencias de desarrollo del personal.</p> <p>Planear programas de desarrollo flexibles que se adapten a los cambios.</p>
Gerencial (mediano plazo)	<p>Validar longitudinalmente los criterios de selección.</p> <p>Trazar el plan de marketing de reclutamiento.</p>	<p>Proponer planes progresivos de remuneración de 5 años.</p>	<p>Validar los sistemas que relacionan las condiciones actuales con las necesidades futuras.</p>	<p>Establecer un programa general de desarrollo administrativo.</p> <p>Incentivar al desarrollo organizacional.</p>

	Formular un método para establecer un fondo de trabajadores.		Aplicar un sistema de evaluación anual o más frecuente	Incitar el desarrollo personal.
Operativo	Elaborar planes de integración personal. Realizar planes de dotación de personal. Controlar a diario el desempeño de los trabajadores.	Gerenciar el programa de sueldos y salarios.	Establecer sistemas de evaluación cotidiana del desempeño.	Capacitar constantemente a los trabajadores por las habilidades de su trabajo. Capacitar de forma frecuente en cuanto a las habilidades del puesto. Capacitar permanentemente en cuanto se refiere al manejo del internet.

Fuente: Adaptado de Ivancevich, J. (2012) “Administración de Recursos Humanos”, México, D.F, McGrawHill, p.53.

Elaborado por: Duran, F. (2017)

Capacidad

Como capacidades operativas y administrativas se consideran las formas en que los recursos interactúan, están integrados, organizados y se complementan en rutinas organizativas, compuestas por acciones secuenciales, estrechamente coordinadas sin necesidad de una especial dirección o comunicación verbal (Cardona, 2012).

Las capacidades organizativas también se denominan competencias distintivas o esenciales o Core Competences, según el término usado por Hamel y Prahalad (1990), las cuales se distinguen porque son fundamentales para el logro de los resultados y la efectividad de las estrategias de la firma. Según los autores, esto ocurre cuando se hacen una contribución desproporcionada al valor final del cliente o a la eficiencia con la que se entrega y cuando se proporciona una base para entrar en nuevos mercados.

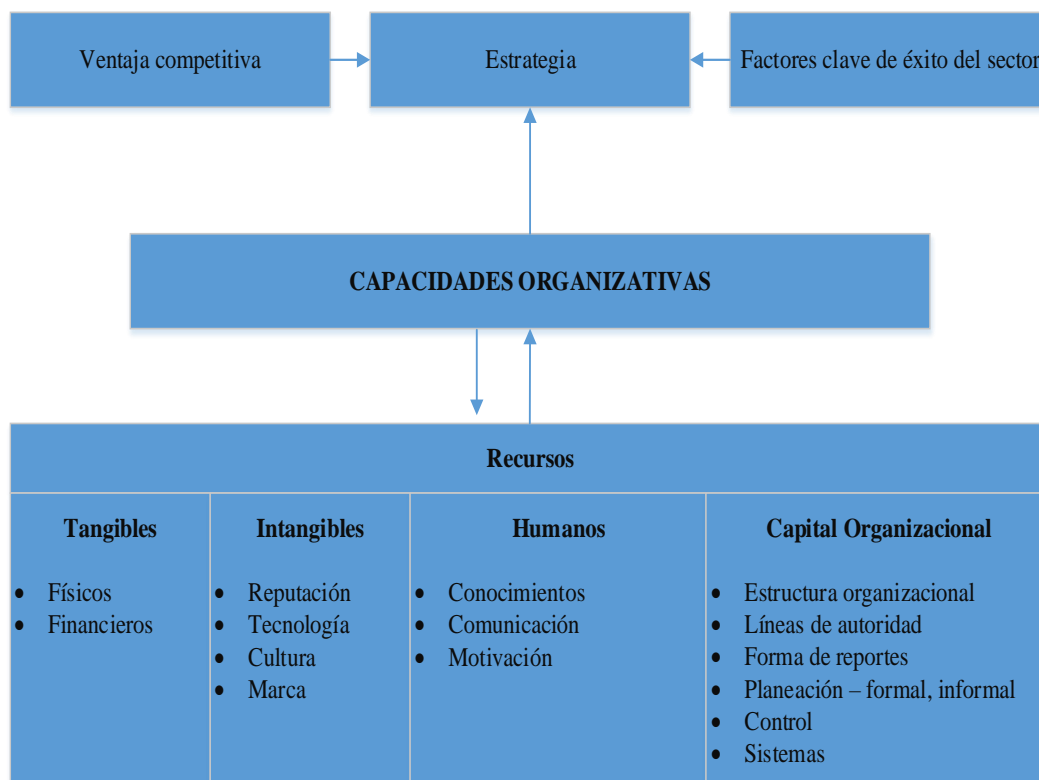


Gráfico N° 5: Capacidades organizativas

Fuente: Adaptado de Grant, R. (2006) “Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones”, Madrid.

Elaborado por: Durán, F. (2017)

La estructura organizacional en la que se apoya la empresa para lograr las ventajas competitivas debe ser de carácter orgánico-contingente, es decir, flexible, para ofrecer productos que se ajusten a los requerimientos de los ambientes dinámicos, con estructuras horizontales, altamente participativas y con una comunicación abierta y clara que motive la creatividad y la innovación continuas; contraria a una de carácter mecánico, caracterizada por estructura rígida, jerarquizada, altamente rutinaria y poco participativa (Harrison, 1987).

La importancia de los recursos se acentúa cuando están integrados de una manera flexible y eficiente para aventajar a la competencia; por consiguiente, disponer de recursos únicos y especiales, que sean difíciles de observar, de imitar y de ser adquiridos, son los criterios que deben tener los recursos y capacidades para lograr potencial de beneficios y que amplían a continuación (Cardona, 2012).

Los aspectos relacionados con el fortalecimiento de las organizaciones vienen alcanzando una creciente importancia en la agenda de los actores del desarrollo debido, principalmente, a una preocupación por la sostenibilidad de las intervenciones de desarrollo. El fortalecimiento organizacional resulta, entonces, ser un enfoque y una herramienta de gestión para saber cómo proyectar un incremento de la efectividad en la acción de las organizaciones (Agencias de Desarrollo Local ADEL, 2014).

Los procesos de fortalecimiento requieren identificar en las organizaciones los diferentes niveles de desarrollo de las capacidades en sus diversas áreas con el fin de tener una comprensión más profunda y amplia a través de la cual se puedan establecer los acuerdos internos necesarios para introducir las medidas de cambio que permitan optimizar el desempeño de las organizaciones (ADEL, 2014).

La capacidad organizacional hace referencia a la habilidad de una organización para utilizar sus recursos en la realización de sus actividades. De esta forma evaluar la capacidad organizacional implica evaluar todos los recursos y procesos que las

organizaciones, despliegan, para cumplir con el objetivo general planteado o con su mandato misional (ADEL, 2014).

Evaluar la capacidad organizacional, implica evaluar los recursos con los que las empresas cuentan y los procesos que desarrollan para dar cumplimiento al propósito por el cual fueron creadas. Nueve son los componentes que se analizan a la hora de evaluar la capacidad organizacional resumiéndose en las siguientes: Servicios, nivel asociativo, estructura organizacional, recursos humanos, recursos físicos, gestión financiera, direccionamiento estratégico, redes, alianzas y procesos; y, finalmente, el componente sobre beneficiarios (ADEL, 2014).

La fortaleza competitiva de las organizaciones industriales descansa sobre las capacidades organizacionales, estas surgen de la interacción entre la estructura física y las habilidades humanas y las clasifica en tres categorías según el tipo de conocimiento en el que están basadas y la forma en que surgen: técnicas, funcionales y gerenciales. Dentro de las capacidades gerenciales la capacidad de gobernabilidad se define como aquellas habilidades aprendidas por la alta gerencia que permiten establecer una estructura de gobierno y lograr unas condiciones de gobernabilidad para orientar, administrar e integrar las actividades de las unidades operativas, monitorear su desempeño y tomar las decisiones críticas sobre asignación de recursos que aseguren la supervivencia de la organización (Dávila, 2012).

Helfat y Peteraf (2003) definen una capacidad como la habilidad de una organización para ejecutar un conjunto coordinado de tareas mediante el uso de recursos, con el propósito de alcanzar un resultado. Una capacidad representa una habilidad de orden superior que permite a una organización combinar y asignar los recursos disponibles en una forma específica, e interconectarlos de tal forma que la organización no solo supera de manera destacada sus presiones y tareas presentes, sino que construye un potencial específico para enfrentar los futuros retos (Hamel y Prahalad, 1994).

Según (Dávila, 2012) considera a la capacidad organizativa como “la habilidad de una organización para ejecutar un conjunto coordinado de tareas mediante el uso de recursos con el fin de alcanzar un resultado” (p. 15).

(Cardona , 2012) define a las capacidades organizativas como “competencias distintivas o esenciales y se distinguen porque son importantes para la consecución de los resultados y la efectividad de las estrategias que emplea o aplica la empresa” p.128.

(Arango Serna, 2012) define a la capacidad organizativa como “el conjunto de recursos y habilidades de la empresa que tiene un impacto estratégico en la misma es decir que de alguna u otra forman apoyan en la consecución de objetivos organizacionales” (p. 8).

Equipos y facultamiento en la toma de decisiones (EMPOWERMENT)

Una definición general establece que las personas involucradas dentro de una organización deben estar motivados para trabajar conjuntamente además de ello debe percibir al grupo como una unidad de personas que interactúan u se relacionan entre si además existen diferentes formas de interacción en donde van a existir coincidencias y desacuerdos entre los miembros que forman parte del grupo de trabajo (Chiavenato, 2009).

De acuerdo con Chiavenato se pueden identificar dos tipos de grupos formales e informales en donde los grupos formales constituyen aquellas personas que estimulan ciertos comportamientos o actitudes que incentivan a un trabajo conjunto para lograr las metas preestablecidas por la empresa. Por otro lado, los grupos informales representan aquellas personas que nacen de forma esporádica como resultado de la relación entre personas de una misma empresa. Además de ello surgen como respuesta a las necesidades del entorno social.

Dentro de cada uno de estos grupos se identifican subgrupos teniendo dentro del grupo formal (grupos de mando, grupos de tarea y grupos temporales con plazos definidos) mientras que dentro de los grupos informales se pueden identificar subgrupos (grupos de amistad y coaliciones) (Chiavenato, 2010).

Etapas de desarrollo de un grupo.

Tabla N° 3: Etapas de desarrollo de grupos

Etapa de Formación	<p>Constituye el inicio para la construcción de un grupo dentro de esta etapa se identifican dos fases:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas que ingresan (asignación de un trabajo) • Formación (propósitos, estructura y liderazgo de grupo)
Etapa de la Tormenta	<p>Constituye aquella que nace por diferentes conflictos que se presentan dentro del grupo una vez que se haya superado esta etapa nace el liderazgo en el cual se establecen acuerdos y consensos en cuanto a la dirección del grupo.</p>
Etapa de normalización	<p>Dentro de esta etapa se identifica un sentimiento fuerte de identidad de grupo y camaradería entre los involucrados, esta fase llega a su culminación a partir que la estructura del grupo esté totalmente consolidada y puedan asimilar de forma común las expectativas de comportamiento de cada uno de los miembros.</p>
Etapa de desempeño	<p>Surge cuando la estructura del grupo es totalmente aceptada y funcional pues se enmarca en el desempeño de la tarea que un trabajador deberá realizar en el tiempo establecido.</p>

Etapa de Interrupción	En esta etapa el grupo se alista para la desbanda, es decir que para cada miembro del grupo regrese a sus actividades normales en otras áreas.
-----------------------	--

Fuente: Adaptado de (Chiavenato, INNOVACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN TENDENCIAS Y ESTRATÉGIAS LOS NUEVOS PARADIGMAS, 2010)

Elaborado por: Duran, F. (2017)

Modelo de eficacia colectiva

De acuerdo a (L. McShane & Von Glinow, 2005) el núcleo central de la eficacia colectiva se enfoca en 4 aspectos fundamentales o también llamados procesos: normas, funciones, cohesión y desarrollo.

A continuación, bajo la perspectiva del autor se estructura un modelo de eficacia colectiva identificando el entorno empresarial, diseño del equipo, procesos colectivos y eficacia colectiva.

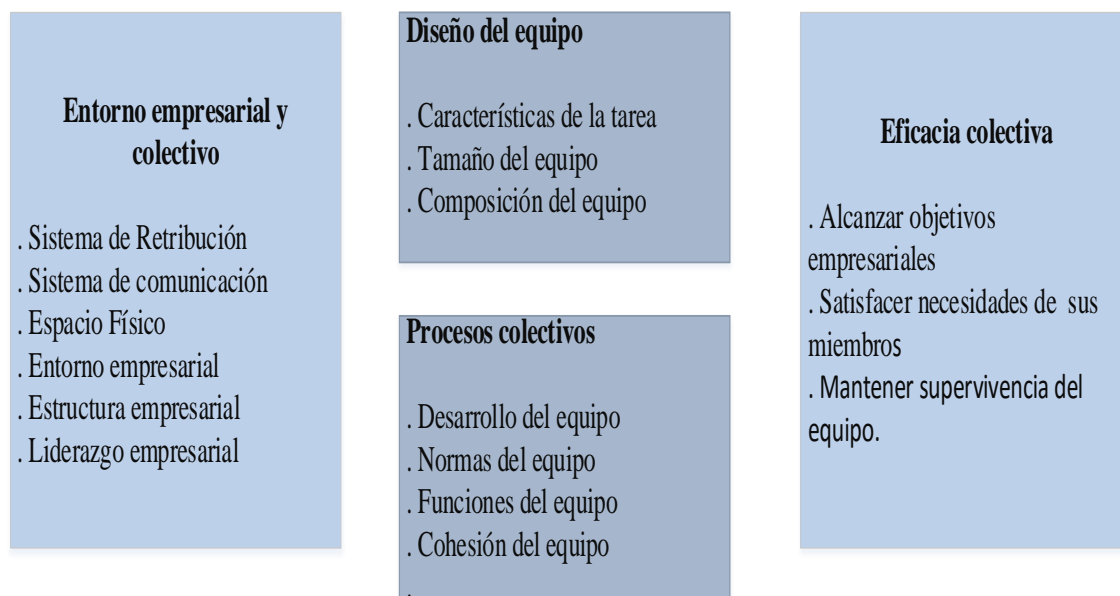


Gráfico N° 6: Modelo de eficacia colectiva

Fuente: Adaptado de (L. McShane & Von Glinow, 2005) p.51

Elaborado por: Duran, F. (2017)

Como se puede observar en el gráfico N° 6, dentro del entorno empresarial se puede identificar al sistema de retribución, sistema de comunicación, espacio físico, entorno empresarial, estructura empresarial y liderazgo empresarial, mientras que

en el diseño del equipo se identifican las características de las tareas, tamaño del equipo y composición del equipo por otro lado dentro de los procesos colectivos se encuentran inmersos en desarrollo, normas, funciones y cohesión del equipo para finalmente tener en la eficacia colectiva el alcance de los objetivos empresariales la satisfacción de sus necesidades y la mantención de la supervivencia del equipo.

Motivaciones ante la fijación de objetivos

La fijación de objetivos mejora los objetivos de dos formas: primero motivando a los trabajadores a lograr el éxito y segundo estableciendo una aclaración sobre la percepción de las funciones de manera que los trabajadores sepan hacia dónde dirigir sus esfuerzos.

La fijación de objetivos no significa simplemente decirles o manifestarles a los trabajadores “que den lo mejor de si” si no bajo la perspectiva de (L. McShane & Von Glinow, 2005) fija seis condiciones concretas para la determinación de objetivos, a continuación, se describe cada una de ellos:

1. Establecer un objetivo concreto
2. Establecer objetivos que sean relevantes para el puesto de trabajo del individuo y estén dentro de su control.
3. Fijar objetivos con los que los empleados experimenten autorrealización al conseguirlos.
4. Asegurarse de que los trabajadores se encuentren comprometidos con los objetivos establecidos.
5. Permitir que los trabajadores sean participes directos en la fijación de objetivos.
6. Proporcionar una retroalimentación relevante para fijar los objetivos.

La importancia de los equipos

Los equipos no son los individuos son los que se han convertido en los bloques necesarios para construir bases sólidas de las empresas. Una razón importante es que, en las condiciones adecuadas los equipos tienden a ser mejores que los individuos aislados para tomar decisiones. También es más probable que descubran mayores problemas o también mayores oportunidades. Crean sinergia sumando sus conocimientos para formar otras alternativas y con frecuencia son mejores que los individuos para elegir las mejores alternativas porque la revisión de la decisión final se realiza en consenso con personas que cuentan con perspectivas diferentes (L. McShane & Von Glinow, 2005).

Otra razón muy importante para la importancia de los equipos es que las personas que trabajan juntas cuentan con mayor conocimiento para ponernos a disposición de los clientes. Finalmente, un tercer beneficio de los equipos es que puedan realizar tareas más emprendedoras que las personas que se encuentran aisladas (L. McShane & Von Glinow, 2005).

Creatividad e innovación

Bajo la perspectiva de (Chiavenato, 2010) la creatividad y la innovación permiten que la organización vaya en perfecta sintonía con un mundo de negocios en constante transformación y repleto de novedades en su transcurrir diario (Chiavenato, 2010).

Cabe destacar que la creatividad se enmarca en la generación de nuevas ideas mientras que la innovación se enmarca en la aplicación práctica de conceptos para crear otra unidad de negocio un nuevo proceso producto o servicio (Chiavenato, 2010)

A partir de ello y tomando como referencia lo expuesto por el autor en el gráfico N° 7, se describe la creatividad e innovación conjuntamente con sus consecuencias.

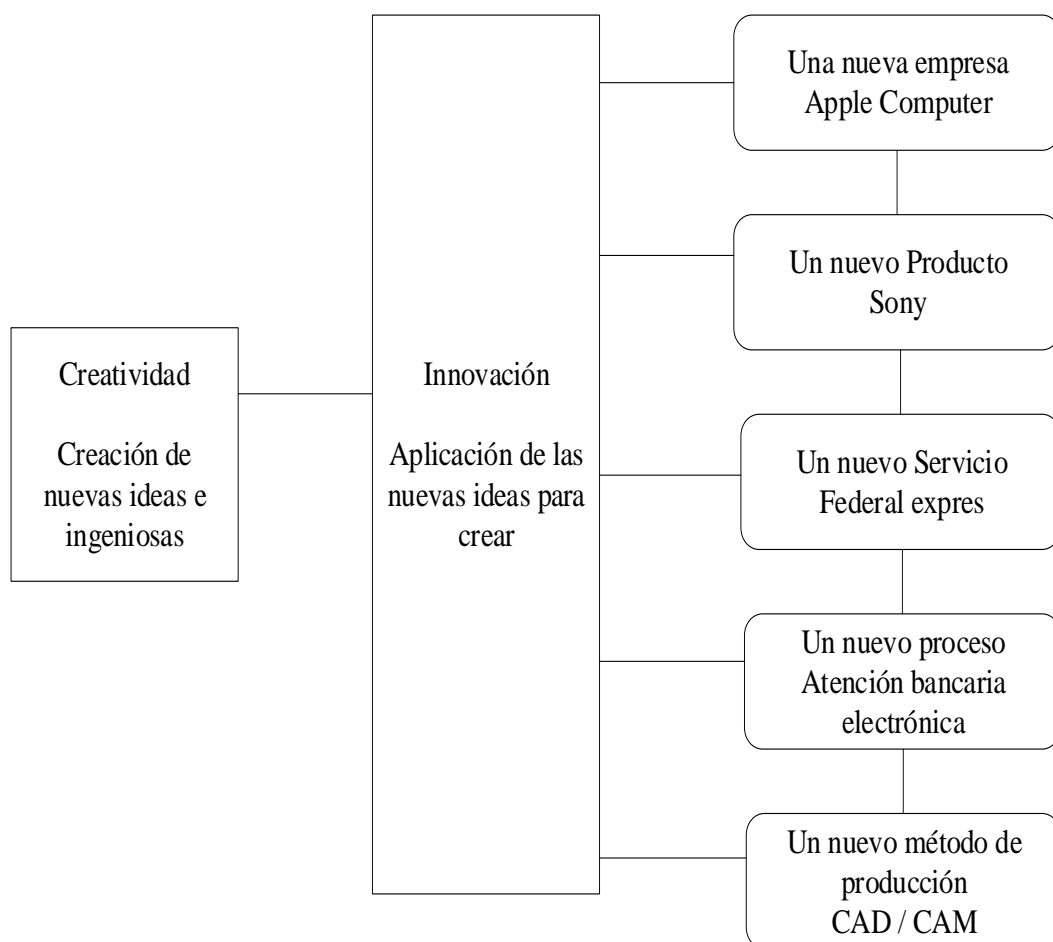


Gráfico N° 7: Creatividad e innovación

Fuente: Adaptado de Chiavenato, I. (2010) “Innovaciones de la Administración tendencias y estrategias los nuevos paradigmas”, p.301

Elaborado por: Duran, F. (2017)

La creatividad está siempre presente detrás de todo proceso innovador. La creatividad, la imaginación y la innovación deben estar presentes en todas las personas, áreas y niveles de la empresa, de forma que se pueda aprovechar la totalidad de los cerebros inmiscuidos y no solo una mínima parte de aquellos que los conforman.

Alternativas de desarrollo

Los sentidos usuales de la palabra desarrollo apuntan a los avances y progresos en el campo económico y social. En ese sentido, la Real Academia Española presenta

al desarrollo como una acepción económica entendida como la “evolución progresiva de una economía hacia mejores niveles de vida”, mientras que, cuando se lo refiere a las personas, se lo define como progreso, bienestar, modernización, crecimiento económico, social, cultural o político (Gudynas, 2014).

En las ciencias sociales y la política, el desarrollo alude a un amplio abanico de asuntos académicos y prácticos; el sentido convencional del desarrollo, y en particular la llamada “economía del desarrollo”, se popularizó inmediatamente después de la Segunda Guerra Mundial.

Economía

Bajo la perspectiva de Pilco y Lasluisa (2011) la economía puede ser descrita como “la administración prudente y ordenada de bienes propios o ajenos, que representan actividades de una colectividad humana en lo que concierne a la producción y demanda; bajo la denominación de oferta y demanda” (p. 51).

Economía Familiar

Dentro del concepto de economía familiar se puede hacer hincapié al cambio de un producto o servicio, por dinero mismo que es destinado directamente para sustento o apoyo de la familia de manera que se pueda cubrir con ciertos requerimientos de algún miembro del núcleo familiar.

Por otro lado, la rentabilidad económica hace referencia directa al rendimiento que experimentan los activos de una empresa u organización durante un periodo determinado de tiempo.

De acuerdo con Castro (2013) la rentabilidad económica puede ser conceptualizado como “un indicador básico que ayuda a calificar la eficiencia en la gestión de una empresa, ya que es ciertamente la conducta de los activos, con autonomía de su financiación, el que determina de forma global que una empresa

sea o no rentable hablando en términos monetarios” (p. 65). Sin embargo, el desconocimiento de la forma como hayan sido financiados los activos permite a la parte administrativa establecer la causa de la no rentabilidad enmarcándose en la actividad económica de la empresa o a su vez en la política de financiamiento que aplica la misma.

Ingreso económico

En términos generales los ingresos económicos constituyen o se les atribuyen a todos los ingresos de dinero que recibe un individuo, una familia o una empresa por la venta de un producto o por la prestación de un servicio. Bajo este preámbulo Vintimilla (2013) define al ingreso económico como:

Son entradas de dinero o valores que lo representan: normalmente su origen proviene de la venta de bienes o servicios durante un periodo de tiempo establecido. Además, representa el total de dinero que recibe una persona ya sea natural o jurídica resultante de todas las fuentes de ingresos con las que cuenta (p. 36).

En términos económicos, los ingresos constituyen uno de los elementos más importantes con los que un individuo o una empresa puede trabajar. A partir de ello Borja (2015) realza el siguiente epígrafe:

Los ingresos representan las ganancias en su totalidad que ingresan al conjunto total del presupuesto de una institución, sea esta privada o pública, grupal o individual. Finalmente, los ingresos pueden ser representados en términos monetarios como no monetarios que pueden acumularse y generar cierto tipo de ganancia durante un tiempo determinado (p. 40)

Por otro lado, los ingresos pueden actuar como base para una inversión futura y experimentar un posible crecimiento de la empresa dentro del sector en el cual se desenvuelve mejorando las condiciones de vida de los involucrados y aumentando la dinámica productiva. Se genera así un flujo de elementos (que pueden ser o no dinero) que movimiento y dinamismo.

De acuerdo a Gerencie como se citó en Borja (2015) se pueden identificar ingresos operacionales e ingresos no operacionales, mismos que son descritos a continuación:

Ingresos Operacionales: son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa. Por lo general, toda empresa está dedicada a uno o más actividades económicas principales, y los ingresos originados en estas actividades son considerados ingresos operacionales.

Ingresos No Operacionales: son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal. (p. 41)

Clasificación de los ingresos

Ingresos Ordinarios: Los ingresos ordinarios son aquellos que se obtienen de forma habitual y frecuente; por ejemplo, el salario de un trabajador que se ocupa en un trabajo estable, o las ventas de una empresa a un cliente que compra periódicamente o de forma habitual.

Ingresos extraordinarios: son aquellos que provienen de acontecimientos especiales; por ejemplo, un negocio inesperado por parte de una persona o una emisión de bonos por parte de un gobierno. (p. 42)

A partir de ello dentro de los ingresos ordinarios se pueden identificar aquellos ingresos que se obtienen de forma habitual y previsible, por ejemplo, se pueden citar entre ellos a los salarios percibidos o a los ingresos por concepto de venta de bienes o servicios, mientras que los ingresos extraordinarios pueden ser percibidos a través de un hecho especial por ejemplo un regalo de índole monetario, un negocio inesperado o temporal.

Fuentes de ingreso

Sueldo

Según Jiménez (2013) define al término sueldo como “aquel que está destinado para contribuir al trabajo desarrollado por el personal administrativo de una empresa u organización”.

Salario

Por otro lado, el mismo autor Jiménez (2013) conceptualiza la palabra salario como “aquel que se encuentra destinado para contribuir al trabajo desarrollado por el personal operativo de una empresa u organización”.

Tipos de ingresos

Ingresos Corrientes

De acuerdo con el Consejo Nacional de Amortización Contable (CONAC) (2014) los ingresos corrientes corresponden a:

Recursos de los entes públicos que no suponen una contraprestación efectiva y provienen de impuestos (ingresos tributarios), venta de bienes y servicios a precios no de mercado o de mercado en el caso de las entidades empresariales, rentas de la propiedad, productos, derechos y aprovechamientos corrientes, así como las transferencias, asignaciones y donativos recibidos para financiar gastos corrientes. (p. 7)

Ingresos de Capital

Por otro lado, el Consejo Nacional de Amortización Contable (CONAC) (2014) establece que los ingresos de capital son:

Aquellos ingresos de los entes públicos provenientes básicamente de la disminución de activos no financieros, autofinanciamiento derivado del incremento de la depreciación y amortización acumulada, transferencias recibidas para financiar gastos de capital y de la recuperación de inversiones financieras realizadas con fines de política para aplicar a gastos de capital. (p. 9)

Ingreso permanente

De acuerdo con Rodríguez como se citó en Yánez (2015), conceptualiza al ingreso permanente como, “Ingreso que persistirá en el futuro; se interpreta como duradero o consolidado”.

Los ingresos permanentes son aquellos que persistirán a largo plazo por la constante demanda de productos y/o servicios producidos por un ofertante.

Ingreso transitorio

Por otro lado, Rodríguez como se citó en Yáñez (2015) define a los ingresos transitorios como “un ingreso eventual, o que se estima no persistirá en el futuro”. Es decir, el ingreso transitorio puede ser catalogado como aquel ingreso que se da en ciertas temporadas como navidad, inicio de clases, entre otros, o que son de una sola temporada como la producción de ciertos frutos.

Ingresos ajenos

De acuerdo con Yáñez (2015) define a los ingresos ajenos como “aquellos cuya procedencia es externa o ajena misma que se encuentra constituida por fondos originarios del exterior de la empresa”. Por lo tanto, la financiación ajena es aquella en la que el titular de los fondos prestados es ajeno a la empresa y por lo tanto hay que devolvérselos.

Necesidades básicas

De acuerdo con Diéguez (2013) “Las necesidades básicas se agruparon en cuatro áreas que son: Calidad de la vivienda y servicios básicos sanitarios adecuados, Educación básica, Capacidad económica de los hogares para costear sus necesidades básicas de consumo y salud” (p. 5).

Dentro de las necesidades básicas que la población demanda se puede identificar las siguientes:

- Acceso a una vivienda que asegure un estándar mínimo de habitabilidad para el hogar
- Acceso a servicios básicos que aseguren un nivel sanitario adecuado
- Acceso a educación básica
- Capacidad económica para alcanzar niveles mínimos de consumo

Tabla N° 4: Necesidades básicas

Necesidades Básicas	Dimensiones	Variables censales
Acceso a vivienda	a) Calidad de la vivienda	Materiales de construcción utilizados en piso, paredes y techo
	b) Hacinamiento	Número de personas en el hogar
		Número de cuartos de la vivienda
Acceso a servicios sanitarios	a) Disponibilidad de agua potable	Fuente de abastecimiento de agua en la vivienda
	b) Tipo de sistema de eliminación de excretas	Disponibilidad de servicio sanitario
		Sistema de eliminación de excretas
Acceso a educación	Asistencia de los niños en edad escolar a un establecimiento educativo	Edad de los miembros del hogar
		Asistencia a un establecimiento educativo
Capacidad económica	Probabilidad de insuficiencia de ingresos del hogar	Edad de los miembros del hogar
		Último nivel educativo aprobado
		Número de personas en el hogar
		Condición de actividad

Fuente: Adaptado de Feres, J. y Mancero, X. (2014) “El método de las necesidades básicas insatisfechas”

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Calidad de la Vivienda

Para que una vivienda cumpla con un nivel mínimo de habitabilidad, debe ofrecer a las personas protección contra diversos factores ambientales -aislamiento del medio natural-, privacidad y comodidad para llevar a cabo ciertas actividades biológicas y sociales -aislamiento del medio social-, y no generar sentimientos de privación relativa en sus habitantes. (Feres & Mancero, 2015)

Condiciones Sanitarias

El análisis de las condiciones sanitarias de una vivienda suele llevarse a cabo a través de dos indicadores; a saber, la disponibilidad de agua potable y el acceso a servicios sanitarios para el desecho de excretas. (Feres & Mancero, 2015)

Educación

La educación constituye un requerimiento mínimo para que las personas puedan incorporarse adecuadamente a la vida productiva y social. Junto con la familia, la escuela es el agente socializador más importante, “al punto que las deficiencias que se experimenten en cualquiera de estos ámbitos, particularmente en edades tempranas, tendrán consecuencias negativas que repercutirán en las capacidades de aprendizaje de los individuos y en su incorporación a la vida activa” (CEPAL PNUD. 1989). En base a esto, puede decirse que la falta de educación representa una severa limitación para poder escapar de la pobreza, y puede generar un círculo de perpetuación de la misma. (Feres & Mancero, 2015)

Capacidad económica

La capacidad económica de los hogares se ha estimado según la metodología de la Comisión Económica para la América Latina y el Caribe, CEPAL. El coeficiente corresponde a la sumatoria de tres condiciones económicas del perceptor (variables discretas), a saber: condición del ocupado, jubilado o pensionado que no trabaja y las demás, así como los años de educación aprobados en el sistema de enseñanza, y

Tasa de dependencia económica, que no es más que el número de ocupados respecto a los desempleados, más la población no económicamente activa que conforma el hogar. (Diéguez, 2013)

Utilidad del emprendimiento

Emprendimiento

Para Jaramillo (2011) el término emprendimiento puede ser definido como:

La capacidad de los seres humanos para salir adelante de manera novedosa y con ideas renovadas. Ser emprendedor requiere de habilidades no sólo a nivel individual, sino también colectivo. Una de las razones por las cuales este término se ha vuelto importante en la última década es el resurgimiento de la manera como se han manejado las situaciones económicas y cómo éstas han sido superadas con nuevas ideas. (p. 2)

Costos de Producción

Según Aguirre (2014) los costos de producción “Es la sumatoria de los costos de la materia prima, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación incurridos durante un periodo. Al hablar de costo de producción, se considera únicamente los costos de un período dado, sin definir aún si los productos fueron terminados o no”.

Costo de producción = Materia prima + Mano de obra directa + Costos indirectos de fabricación

Hipótesis

La capacidad organizativa incide en los ingresos económicos de los adultos mayores de la Comunidad de Zumbahua.

Señalamiento de Variables

Variable Independiente: Capacidad organizativa.

Variable Dependiente: Ingresos de la tercera edad.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la Investigación

De conformidad con el paradigma crítico propositivo seleccionado en la fundamentación filosófica en el presente trabajo investigativo correspondió seleccionar y se aplicó el enfoque cuali-cuantitativo por las siguientes razones:

Según Hernández (2003: p.5), menciona que el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población.

Según información presentada por Hernández y otros (2003: 4-6), indica que el enfoque cualitativo, tiene su origen con Max Weber, quien reconoció que la medición y descripción de variables sociales deben considerar los significados subjetivos y el entendimiento del contexto donde ocurre un fenómeno.

Autores muy reconocidos como Ramírez y Barragán (2010) argumentan sobre el enfoque al decir que:

Primero descubre y afina las preguntas de investigación; no necesariamente se prueban hipótesis, frecuentemente se basa en métodos de recolección de datos (descripciones y observaciones) sin medir numéricamente. En este enfoque, las preguntas y las hipótesis, cuando existen, surgen como parte del proceso de

investigación y es flexible; su propósito consiste en “reconstruir” la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social que hemos definido previamente. Generalmente lo llamamos “holístico” porque se presume de considerar el “todo” y no se reduce al estudio de sus partes o elementos que lo conforman.

A decir de algunos autores este enfoque también se guía por temas o aspectos importantes en la investigación, en vez de establecer preguntas de investigación y de plantear hipótesis antes de recolectar los datos, los estudios cualitativos pueden hacer preguntas de investigación, entre o después de la recolección y el análisis de los datos obtenidos, esto sirve para descubrir las preguntas de investigación y para afinarlas y responderlas.

Las bases del enfoque cualitativo permitieron que el análisis que se efectuó en la presente investigación, se lo desarrolle con una orientación y contribuya a comprender el problema.

La orientación dinámica con la que continuó la investigación estuvo apoyada por el principio de cambio que establece que nada se mantiene constante y estático en la Institución, dicha predisposición de cambio permitió hallar y estudiar con profundidad las causales del problema objeto de estudio, a fin de proponer la mejor alternativa de solución que contribuyó a mejorar la situación de la Institución, haciéndola mucho más competitiva.

Modalidad de la Investigación

De Campo

Autores como Ramírez y Barragán (2010), manifiestan que: "El proceso de Investigación" señala que se basa en informaciones obtenidas directamente de la realidad, permitiéndole al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos.

A través de la investigación de campo se logró estar en contacto con la realidad a investigarse, esta modalidad de investigación permitió recolectar y analizar información de todos los hechos y acontecimientos.

Bibliográfica Documental

Autores como Ramírez y Barragán (2010) argumentan sobre la investigación bibliográfica Documental:

Ya que esta indagación permite, entre otras cosas, apoyar la investigación que se desea realizar, evitar emprender investigaciones ya realizadas, tomar conocimiento de experimentos ya hechos para repetirlos cuando sea necesario, continuar investigaciones interrumpidas o incompletas, buscar información sugerente, seleccionar un marco teórico, etc.

El desarrollo de la presente investigación se realizó en la modalidad bibliográfica-documental puesto que se requirió de un análisis a la información sobre el problema objeto de estudio, mediante la utilización de diferentes documentos como libros, revistas, tesis de grado e internet, a través de la lectura científica y la elaboración de resumen que sirvieron esencialmente para conocer las contribuciones científicas del pasado y establecer relaciones con el estado actual del mismo.

Tipo o Nivel de investigación

Asociación de Variables

Se utilizó el alcance de la correlación de variables para medir el grado de relación existente entre variable independiente y variable dependiente.

Población

Para Cuesta y Herrero (2015) la población puede ser definido como “el conjunto de elementos, finito o infinito, definido por una o más características, de las que gozan todos los elementos que lo componen” Bajo esta perspectiva y para fines de la presente investigación, a continuación, se presenta datos importantes de la Comunidad de Guayama San Pedro.

Tabla N° 5: Población

Grupos de edad	Sexo		
	Hombres	Mujeres	Total
De 65 a 69 años	150	159	309
De 70 a 74 años	102	128	230
De 75 a 79 años	61	80	141
De 80 a 84 años	43	43	86
De 85 a 89 años	7	19	26
De 90 a 94 años	3	4	7
De 95 a 99 años	1	1	2
Total	367	434	801

Fuente: Adaptado de INEC (2015) “Fascículo Provincial Cotopaxi – Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador”.

Elaborado por: Durán, F. (2010)

La población a estudiar se encuentra escriturada por 801 personas que representa el total de adultos mayores pertenecientes a la Comunidad de Guayama San Pedro, parroquia Zumbahua, Cantón Pujili, Provincia de Cotopaxi, sin embargo para el presente estudio únicamente se tomará en consideración al 50% de aquella población pues se considera que el 50% restante representan personas pudientes que no necesariamente tendrían la intención de participar del proyecto o a su vez representan también personas enfermas o demasiado mayores.

Muestra

De acuerdo con Ludwing (2014) la muestra puede ser conceptualizado como “un subconjunto de la población, que se obtiene para averiguar las propiedades o características de esta última, por lo que interesa que sea un reflejo de la población, que sea representativa de ella” (p. 2).

Con base a lo estipulado por el autor, y tomando como referencia lo estipulado Enel resumen de la población para la presente investigación se aplicará la siguiente fórmula para seleccionar la muestra:

$$n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$$

En donde:

N = Representa el tamaño de la población

Z = Representa el nivel de confianza (1.96)

P = Representa la probabilidad de éxito (0.50)

Q = Representa la probabilidad de fracaso (0.50)

e = Representa el error muestral (0.05)

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(401)}{1,96^2(0,50)(0,50) + 401(0,05)^2}$$

$$n = \frac{769,2804}{1,96^2(0,50)(0,50) + 0,05^2(801)}$$

$$n = \frac{769,2804}{0,9604 + 2,0025}$$

$$n = \frac{769,2804}{2,9629}$$

$$n = 159,63$$

Una vez aplicada la fórmula correspondiente el resultado es de 160 personas (adultos mayores) de la Comunidad de Guayama San Pedro, parroquia Zumbahua, Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi a quienes se les aplicará una encuesta estructurada a fin de obtener información relevante sobre las variables objeto de estudio y poder estructurar el capítulo de análisis e interpretación de resultados.

Operacionalización de variables

Tabla N° 6: Operacionalización (variable independiente)

Conceptualizaciones	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas/Instrumentos
Habilidad de una organización para ejecutar un conjunto coordinado de tareas mediante el uso de recursos, con el propósito de alcanzar un resultado.	Habilidades Recursos	Organizaciones dentro de la comunidad Tipos de artesanías Nivel de conocimientos	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué tipo de artesanías se produce en la comunidad? 2. ¿Conoce que es capacidad organizativa? 3. ¿Cómo califica la capacidad organizativa de la comunidad? 4. ¿Considera que la comunidad está en la capacidad de ejecutar un proyecto en donde se encuentre inmerso la capacidad organizativa? 5. ¿Considera usted que los tejidos y artesanías del sector constituyen una atracción turística? 	Cuestionario/Encuesta

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Tabla N° 7: Operacionalización (variable dependiente)

Conceptualizaciones	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas/Instrumentos
“Los Ingresos Económicos son entradas de dinero o valores que lo representan: se originan en la venta de bienes o servicios durante un periodo de tiempo determinado”	Utilidad del emprendimiento Fuentes de ingreso familiar	Número de horas Nivel de costos de producción Cantidad de unidades producidas Porcentaje de ganancia por unidad vendida Otros ingresos	6. ¿Cuántas horas dedica usted a realizar artesanías o tejidos? 7. ¿Cómo considera los costos y gastos de los materiales (materia prima) para la elaboración de artesanías y tejidos? 8. ¿Cuántas unidades (tejidos) usted produce al mes? 9. ¿Cómo considera sus ingresos económicos? 10. ¿Qué porcentaje cree usted que gana por producto? 11. ¿Cuenta usted con otras fuentes de ingresos?	Cuestionario/Encuesta

Elaborado por: Durán, F. (2017)

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1. ¿Qué tipo de artesanías se produce en la comunidad?

Tabla N° 8: Tipo de artesanías

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Artesanías en tejidos	122	76%
Artesanías en cuero	8	5%
Artesanías en cerámica	30	19%
Total	160	100%

Fuente: Investigación de campo (encuesta)

Elaborado por: Durán, F. (2017)

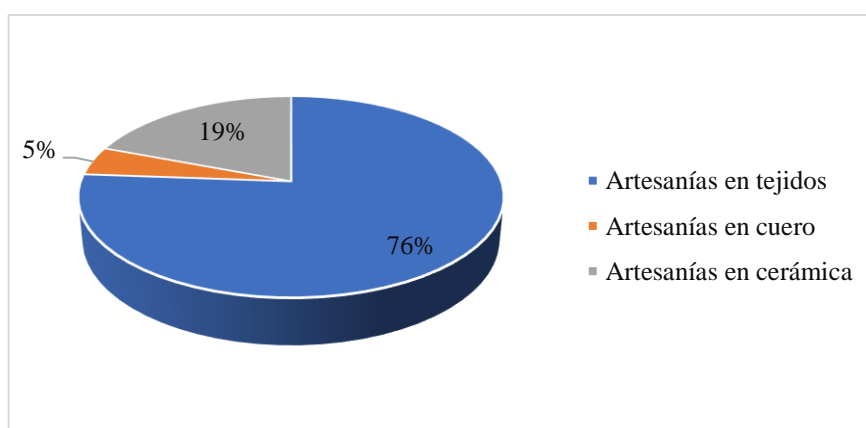


Gráfico N° 8: Tipo de artesanía

Fuente: Tabla N° 8

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 76% de la muestra seleccionada indica que las artesanías que la comunidad produce son artesanías en tejidos, mientras que el 19% considera que la producción se enfoca en artesanías en cerámica y finalmente el 5% indica que la producción de la comunidad se enfoca en artesanías de cuero.

Bajo estas características, con los datos obtenidos a través de la investigación de campo efectuada se puede indicar que la producción mayoritaria se centra en las artesanías en tejidos.

2. ¿Pertenece a algún tipo de organización?

Tabla N° 9: Organizaciones

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	6%
No	150	94%
Total	160	100%

Fuente: Investigación de campo (encuesta)

Elaborado por: Durán, F. (2017)

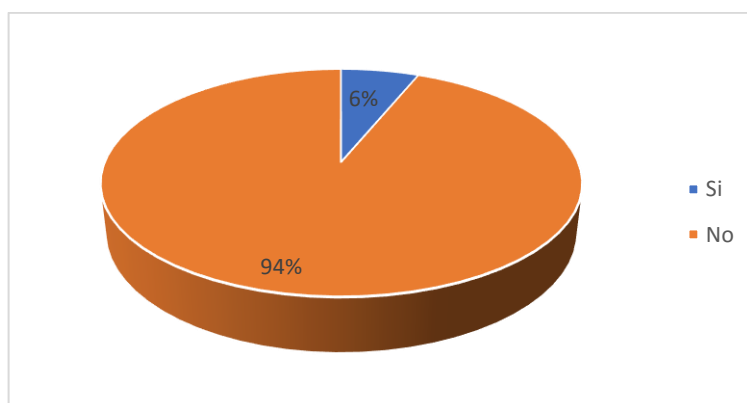


Gráfico N° 9: Organizaciones

Fuente: Tabla N° 9

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 94% de la muestra seleccionada indica que no pertenecen a un tipo de organización, mientras que el 6% pertenecen a organizaciones dentro de la Comunidad.

Bajo estas características, con los datos obtenidos a través de la investigación de campo efectuada se puede indicar que los habitantes de dicho sector en su mayoría no pertenecen a una organización.

3. ¿Tiene taller de artesanías?

Tabla N° 10: Taller de Artesanías

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	2%
No	157	98%
Total	160	100%

Fuente: Investigación de campo (encuesta)

Elaborado por: Durán, F. (2017)

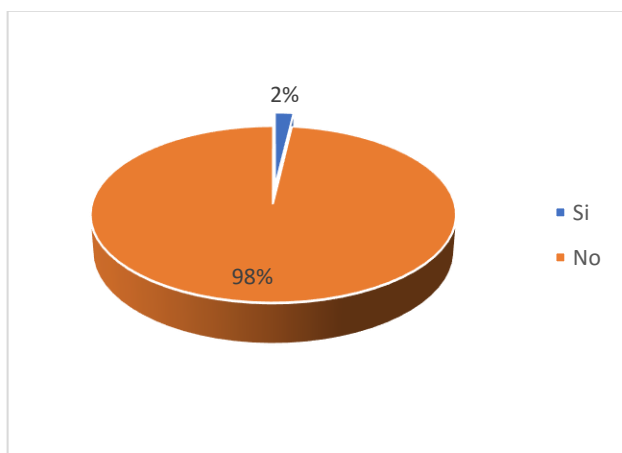


Gráfico N° 10: Taller de artesanías

Fuente: Tabla N° 10

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 98% de la muestra seleccionada indica que no poseen un taller de artesanías, mientras que el 2% indica poseer un taller adecuado para la fabricación de artesanías.

Bajo estas características, con los datos obtenidos a través de la investigación de campo efectuada se puede indicar que los habitantes no poseen los medios adecuados para la producción de artesanías.

4. ¿Qué tipo de organización es a la que pertenece?

Tabla N° 11: Organizaciones

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Gremiales	18	11%
Educativas	2	1%
Económicas	0	0%
Religiosas	50	31%
Ningunas	90	56%
Total	160	100%

Fuente: Investigación de campo (encuesta)

Elaborado por: Durán, F. (2017)

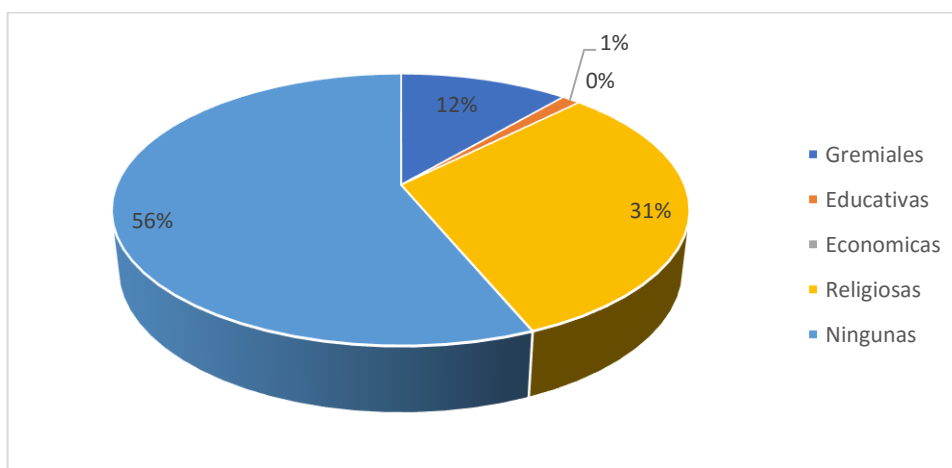


Gráfico N° 11: Organizaciones

Fuente: Tabla N° 11

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 56% de la muestra seleccionada indica no pertenece a ninguna organización, el 31% pertenece a una religiosa, el 11% a organizaciones gremiales, y el 1% a una organización educativa.

Bajo estas características, con los datos obtenidos a través de la investigación de campo efectuada se puede indicar en su mayoría los habitantes no pertenecen a una organización más aun a una de producción o desarrollo comunitario.

5. ¿Cómo califica la capacidad organizativa de la comunidad?

Tabla N° 10: Calificación (capacidad organizativa)

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	3	2%
Muy bueno	10	6%
Bueno	35	22%
Malo	40	25%
Regular	72	45%
Total	160	100%

Fuente: Investigación de campo (encuesta)

Elaborado por: Durán, F. (2017)

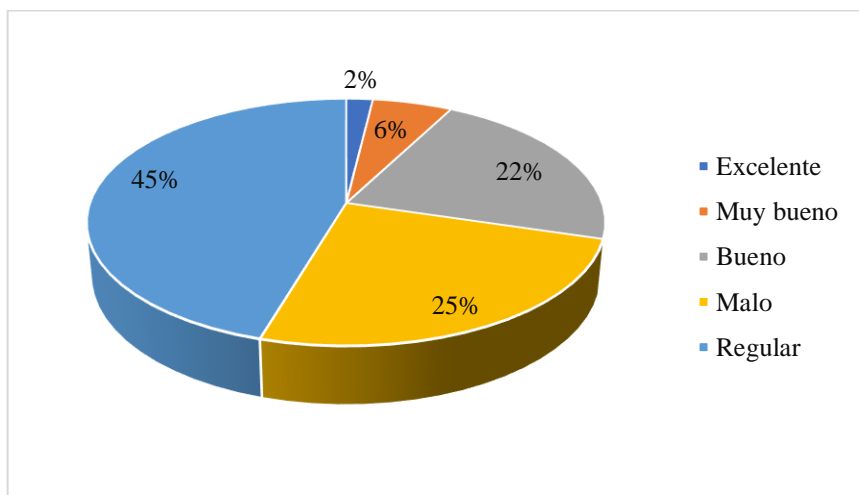


Gráfico N° 10: Calificación (capacidad organizativa)

Fuente: Tabla N° 12

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 45% asegura que la capacidad organizativa de la comunidad es regular, el 25% asegura que la capacidad organizativa de la comunidad es mala, el 22% asegura que la capacidad organizativa de la comunidad es buena.

Bajo estas consideraciones, se puede deducir que la capacidad organizativa de la comunidad se encuentra en un rango de bueno y regular, lo que significa una debilidad para la comunidad en estudio.

6. ¿Considera que la comunidad está en la capacidad de ejecutar un proyecto en donde se encuentre inmerso la capacidad organizativa?

Tabla N° 11: Capacidad de ejecutar proyectos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	122	76%
No	38	24%
Total	160	100%

Fuente: Investigación de campo (encuesta)

Elaborado por: Durán, F. (2017)

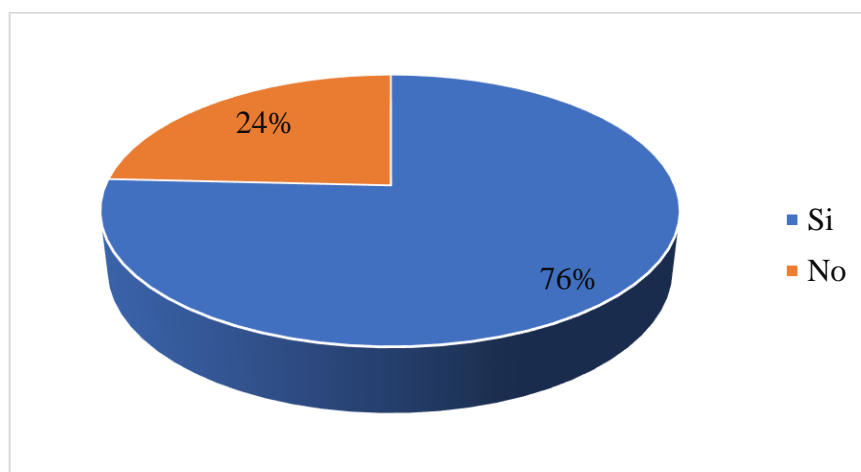


Gráfico N° 11: Capacidad de ejecutar proyectos

Fuente: Tabla N° 13

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 76% asegura que la comunidad está en la capacidad de ejecutar un proyecto donde se encuentre inmerso la capacidad organizativa, mientras que el 24% considera que la comunidad no está en la capacidad para ejecutar ningún tipo de proyecto.

Bajo estas consideraciones, se puede deducir que en su gran mayoría la población perteneciente a la comunidad en estudio considera que la comunidad está en la capacidad de ejecutar cualquier tipo de proyecto con el trabajo conjunto entre sus pobladores y específicamente con la población considerada como adultos mayores.

7 ¿Considera usted que los tejidos y artesanías del sector constituyen una atracción turística?

Tabla N° 12: Tejidos y artesanías

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	160	100%
No	0	0%
Total	160	100%

Fuente: Investigación de campo (encuesta)

Elaborado por: Durán, F. (2017)

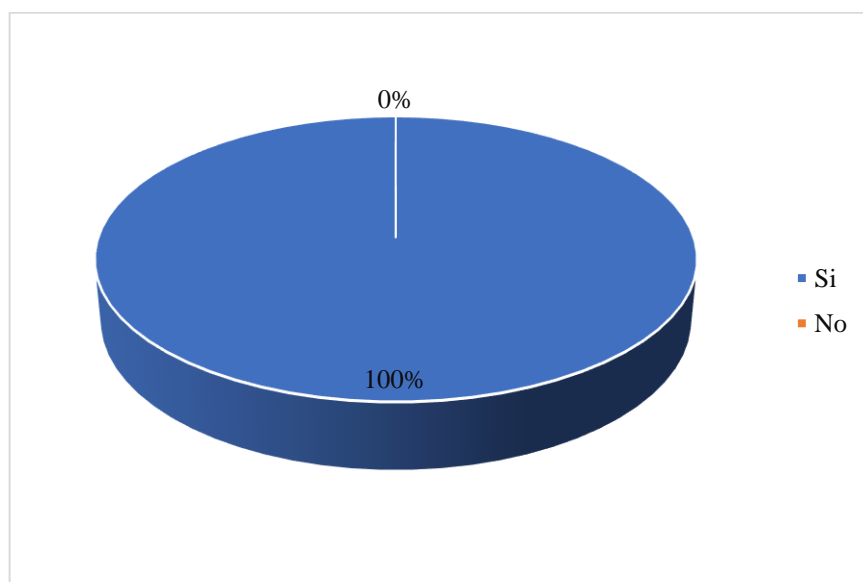


Gráfico N° 12: Tejidos y artesanías

Fuente: Tabla N° 14

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, en su totalidad aseguran que tanto las artesanías como los tejidos constituyen una atracción para los diferentes turistas que visitan frecuente la comunidad en estudio.

Bajo estas consideraciones, se puede deducir que bajo el criterio de las personas encuestadas tanto los tejidos como las artesanías son consideradas como atractivos, mismo que deben ser explotados de mejor manera para tener mejores réditos económicos.

8. ¿En promedio cuántas horas al día considera usted que dedica a realizar artesanías o tejidos?

Tabla N° 13: Horas de trabajo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
2 horas	75	47%
4 horas	51	32%
6 horas	35	22%
8 horas	0	0%
Total	160	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Durán, F. (2017)

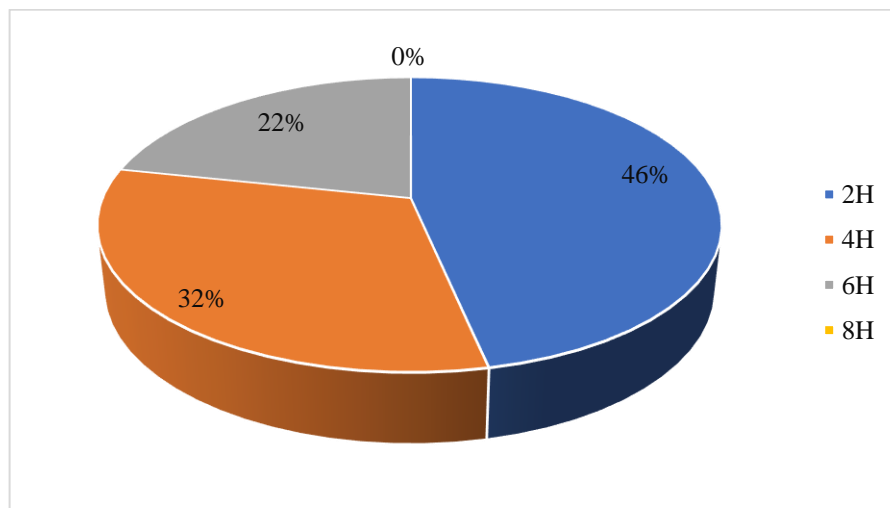


Gráfico N° 13: Horas de trabajo

Fuente: Tabla N° 15

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 47% de los encuestados respondió que destina para la actividad en cuestión dos horas al día, el 32% aseguran que dedican a esta actividad cuatro horas al día, el 22% aseguran que destinan a esta actividad 6 horas al día.

Bajo esta consideración se puede indicar que la mayoría de personas únicamente destinan dos horas de su tiempo a esta actividad, por lo que este resultado evidencia el poco tiempo que es destinado para esta actividad.

9. ¿Según su criterio los costos y gastos de los materiales (materia prima) que utiliza para la elaboración de artesanías y tejidos se encuentran en un nivel?

Tabla N° 14: Materia prima

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Alto	93	58%
Medio	40	25%
Bajo	27	17%
Total	160	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Durán, F. (2017)

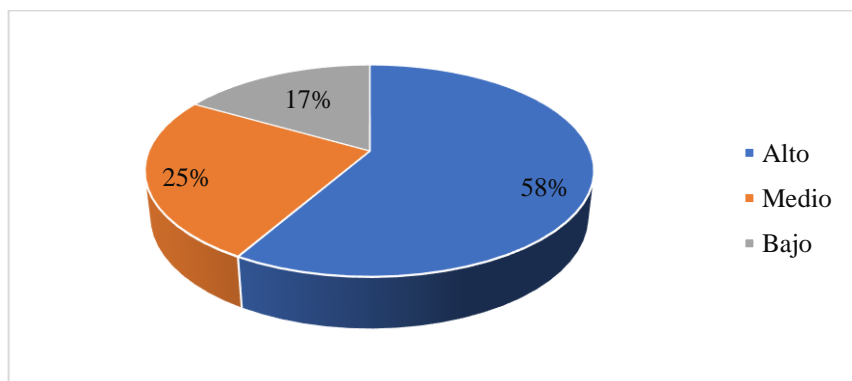


Gráfico N° 14: Materia prima

Fuente: Tabla N° 16

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de personas encuestadas, el 58% manifiesta que los costos y gastos para la elaboración de tejidos y artesanías se encuentran en un nivel alto; mientras que el 25% asegura que este rubro se encuentra en un nivel medio y el 17% restante considera que estos costos se encuentran en un nivel bajo.

Una vez realizado la investigación de campo correspondiente se puede visualizar claramente que la mayoría de las personas encuestadas consideran que los costos y gastos en cuento a la materia prima y materiales para la elaboración tanto de tejidos como artesanías se encuentran en un nivel alto, esto se puede deber a que la negociación con proveedores no es la adecuada para que estos obtengan materia prima a precios justos y competitivos y no afecte el aspecto económico de la persona.

10. ¿Cuántas unidades (tejidos) usted produce al mes?

Tabla N° 15: Producción mensual

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Entre 1 a 5	37	23%
Entre 6 a 10	75	47%
Entre 11 a 15	35	22%
Entre 16 a 20	13	8%
Más de 20	0	0%
Total	160	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Durán, F. (2017)

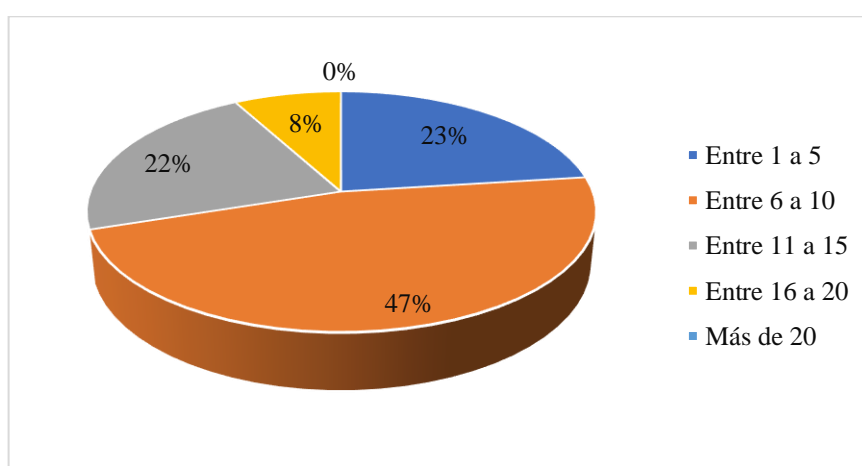


Gráfico N° 15: Producción mensual

Fuente: Tabla N° 17

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 47% manifiesta que produce al mes entre 6 a 10 tejidos, el 23% manifiesta que produce al mes entre 1 a 5 tejidos, el 22% manifiesta que produce al mes entre 11 a 15 tejidos y el 8% restante manifiesta que produce al mes entre 16 a 20 tejidos.

Bajo esta consideración y además por enmarcarse esta actividad en el ámbito artesanal la producción es relativamente baja por lo que más adelante en la propuesta se propone desarrollar un plan de negocios para crear una asociación que busque incrementar el nivel de ingresos de los adultos mayores.

11. ¿Los ingresos económicos que usted percibe por concepto de la producción y comercialización de tejidos se enmarca en un nivel?

Tabla N° 16: Ingresos económicos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	146	91%
Medio	9	6%
Alto	5	3%
Total	160	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Durán, F. (2017)

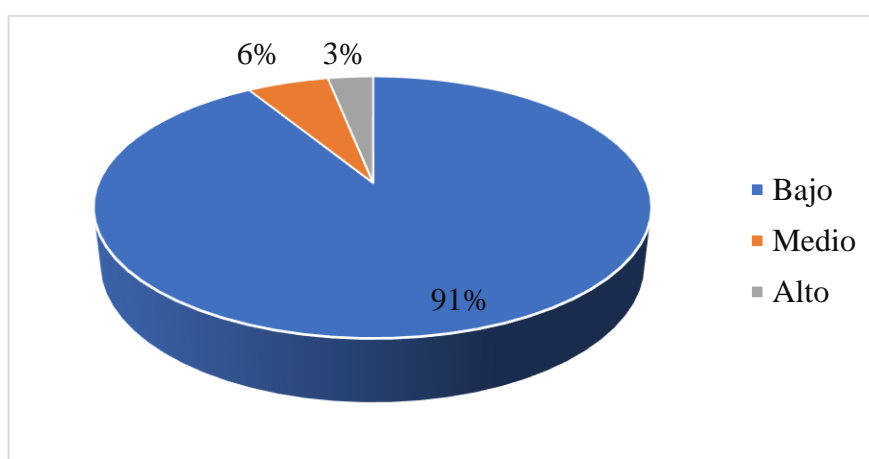


Gráfico N° 16: Ingresos económicos

Fuente: Tabla N° 18

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de personas encuestados, el 91% considera que sus ingresos por concepto de la producción y comercialización de tejidos está en un nivel bajo, el 6% considera que su ingreso por este concepto se encuentra en un nivel medio y el 3% restante califica sus ingresos económicos por este concepto con un nivel alto.

Una vez efectuada la investigación de campo y bajo el criterio de las personas encuestadas se puede concluir que los ingresos económicos que estas personas perciben por la producción y comercialización de tejidos se enmarcan en un nivel bajo pues en ocasiones los márgenes de ganancias son mínimos y en otras estos rubros no llagan a cubrir los costos de producción en los que se incurre.

12. ¿En términos generales, qué porcentaje considera usted que gana por producto?

Tabla N° 17: Porcentaje de ganancia

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Menos del 50%	160	100%
Más del 50%	0	0%
Más de doble	0	0%
Total	160	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Durán, F. (2017)

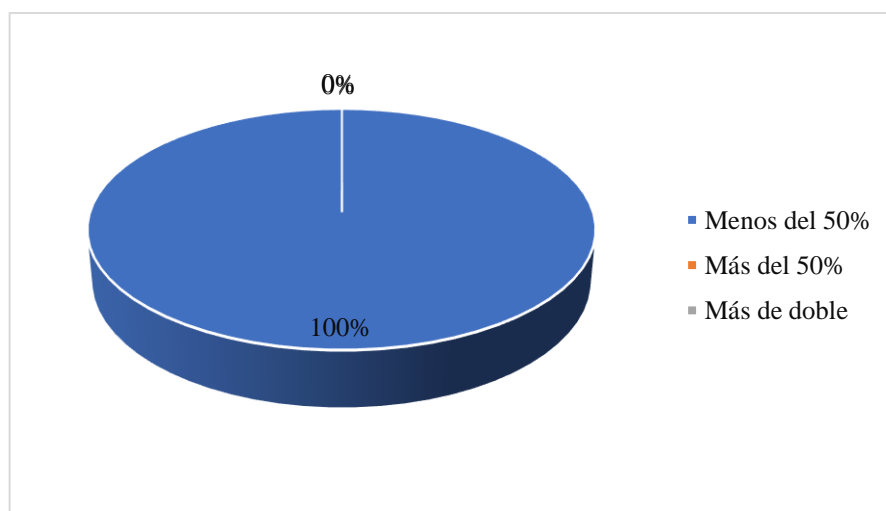


Gráfico N° 17: Porcentaje de ganancia

Fuente: Tabla N° 19

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de los encuestados, en su totalidad los participantes, consideran que los márgenes de su ganancia no sobrepasan al 50%, pues todos consideran que la utilidad que perciben es mínima.

Una vez efectuada la investigación de campo y bajo el criterio de los encuestados se puede concluir que el porcentaje de utilidad es mínimo lo que ha generado en la población objeto de estudio un alto nivel de desmotivación y desinterés en continuar realizando esta actividad y optan por dedicar mayor tiempo a otras actividades como por ejemplo la agricultura y ganadería por citar algunas de ellas.

13. ¿Usted dispone de otras fuentes de ingresos?

Tabla N° 20: Fuentes de ingreso

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura	93	58%
Ganadería	56	35%
Sueldo	0	0%
Salario (jubilados)	3	2%
Otros Ingresos	8	5%
Total	160	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Durán, F. (2017)

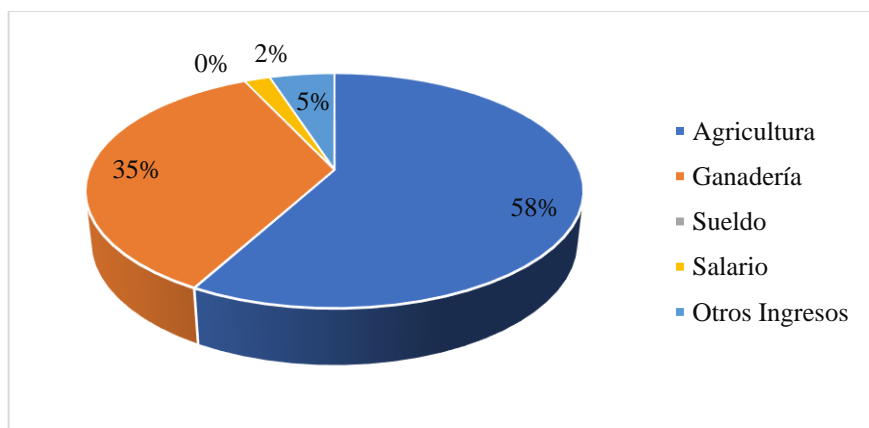


Gráfico N° 18: Fuentes de ingreso

Fuente: Tabla N° 20

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de personas encuestadas, el 58% aseguran que la agricultura representa otra fuente de ingresos para subsistir, el 35% asegura que la ganadería representa otra fuente de ingresos y el 5% aseguran que el salario de jubilados representa otra fuente de ingresos.

Bajo esta consideración se puede concluir que las personas que formaron parte de la encuesta aplicada mencionaron que realizan otras actividades además de la elaboración de tejidos y artesanías pues representan otros ingresos que permiten mantener cierto equilibrio económico para el individuo y para su familia.

14. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Tabla N° 21: Nivel de instrucción

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria incompleta	145	91%
Primaria completa	15	9%
Secundaria incompleta	0	0%
Secundaria completa	0	0%
Total	160	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Durán, F. (2017)

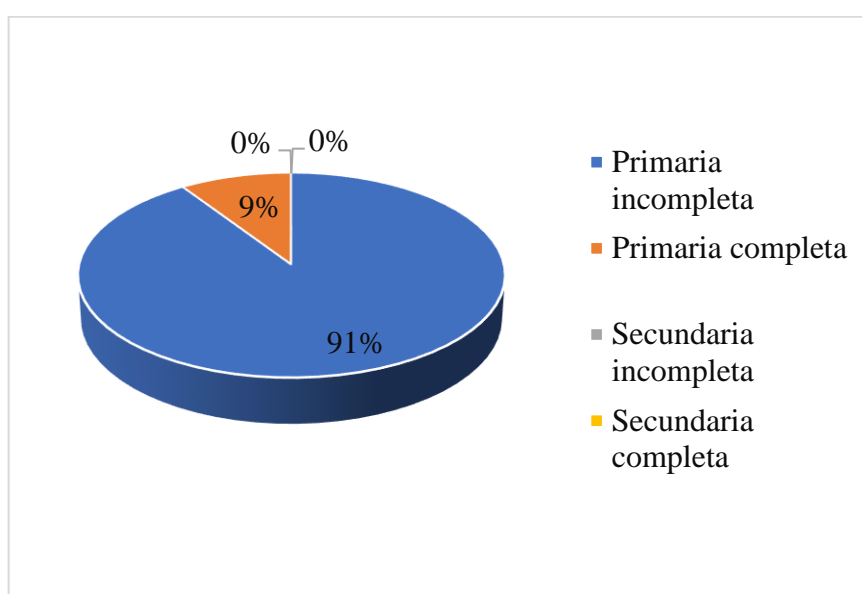


Gráfico N° 21: Nivel de instrucción

Fuente: Tabla N° 21

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de personas encuestadas, el 91% manifiesta no haber terminado la primaria, mientras que el 9% manifiesta haber terminado por completo la primaria.

Bajo estas características, se puede concluir de forma general que este grupo de personas (tercera edad) en su gran mayoría su instrucción recae en primaria incompleta lo que dificulta en cierta manera la comprensión y su adaptabilidad a ciertos tipos de proyectos.

Verificación de la hipótesis

Para la verificación de la hipótesis de la presente investigación, se va a utilizar el método estadístico del Chi-Cuadrado, el mismo que permite analizar las variables cuantitativas, para lo cual se tomó en consideración las siguientes preguntas:

- ¿Conoce que es la capacidad organizativa?
- ¿Los ingresos económicos que usted percibe por concepto de la producción y comercialización de tejidos se enmarca en un nivel?

Análisis del Chi cuadrado

Para realizar la comprobación de la hipótesis se siguieron los siguientes pasos:

1. Planteamiento de la Hipótesis

a) Modelo lógico

Variable Independiente: Capacidad organizativa

Variable Dependiente: Ingresos económicos

Hipótesis nula

Ho = La capacidad organizativa incide en los ingresos económicos de los adultos mayores de la Comunidad de Guayama San Pedro.

Hipótesis alternativa

H1 = La capacidad organizativa **SI** incide en los ingresos económicos de los adultos mayores de la Comunidad de Guayama San Pedro.

b) Modelo Matemático

$$H_0 = X_1 = X_2$$

$$H_1 = X_1 \neq X_2$$

c) Modelo estadístico

En donde Chi – Cuadrado es X^2

Z= Sumatoria

O= Frecuencia Observada

E= Frecuencia Esperada

$$x^2 = \sum_{t=1}^k \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

2. Cálculo de grados de libertad

$$gl = (f-1) (c-1)$$

$$gl = (2-1) (3-1)$$

$$gl = 1 * 2$$

$$gl = 2$$

Distribución del Chi Cuadrado

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado,
grados de Libertad

Tabla N° 18: Distribución Chi cuadrado

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Valor crítico para X^2

- Se encontró el grado de libertad correspondiente: $gl = 2$
- El valor tabulado de Xt^2 con 2 grados de libertad y un nivel de significación de 0,05 es de 5,9915.

Datos obtenidos de la investigación

Frecuencia observada

Las frecuencias observadas se presentan las dos preguntas de las encuestas con referentes a cada una de las variables.

Tabla N° 19: Frecuencias observadas

Recuento		¿Los ingresos económicos que usted percibe por concepto de la producción y comercialización de tejidos se enmarca en un nivel?			
		Bajo	Medio	Alto	Total
¿Conoce que es la capacidad organizativa?	Si	46	0	0	46
	No	100	9	5	114
	Total	146	9	5	160

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Frecuencias esperadas

Tabla N° 20: Frecuencias esperadas

Recuento		¿Los ingresos económicos que usted percibe por concepto de la producción y comercialización de tejidos se enmarca en un nivel?			
		Bajo	Medio	Alto	Total
¿Conoce que es la capacidad organizativa?	Si	42,0	2,6	1,4	46,0
	No	104,0	6,4	3,6	114,0
	Total	146,0	9,0	5,0	260

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Tabla de contingencia

Tabla N° 21: Tabla de contingencia

	O	E	(O-E)	(O-E) ²	(O-E) ² /E
Si/Bajo	46	42	4	16	0,38
Si/Medio	0	2,6	-2,6	6,76	2,60
Si/Alto	0	1,4	-1,4	1,96	1,40
No/Bajo	100	104	-4	16	0,15
No/Medio	9	6,4	2,6	6,76	1,06
No/Alto	5	3,6	1,4	1,96	0,54
					6,14

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Decisión

Dado que el Chi cuadrado calculado 6,14 es mayor que el Chi cuadrado tabulado 5,9915 a 2 grado de libertad y una tolerancia máxima de error del 0.05 a un nivel de confianza del 95%, por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula y se queda con la hipótesis alterna, es decir que “La capacidad organizativa **SI** incide en los ingresos económicos de los adultos mayores de la Comunidad de Zumbahua”.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Una vez concluida con la primera parte de la investigación en donde se realizó un estudio teórico y luego una investigación de campo en el lugar donde ocurre el fenómeno problemático se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- En cuanto se refiere al nivel de capacidad organizativa de la comunidad se pudo determinar a través de la información procedente de la Tabla N° 9 que los involucrados directos en el estudio (personas de la tercera edad) califican este aspecto como regular 45%, malo 25%, bueno 22%, muy bueno 6%, lo que permite establecer que este factor analizado representa una debilidad para la comunidad en estudio lo que impide de cierta manera la ejecución de ciertos proyectos en donde involucre a personas de la tercera edad.
- De acuerdo con la investigación de campo efectuada se pudo determinar que la mayor parte de artesanías procedentes de esta comunidad son artesanías de tejido, las mismas que son producidas y comercializadas en este lugar de forma empírica y por los cuales los adultos mayores reciben ingresos económicos bajos 91%, medio 6%, alto 3%, pues consideran que el porcentaje de ganancia representa menos del 50% y los costos de la materia prima para la elaboración de dichas artesanías son altos. Bajo este escenario existe mucha complicación para este grupo de personas en el ámbito económico, sin embargo, para tratar en lo posible de hacer menos complicada esta situación cuentan con otras fuentes de ingresos entre las

que más se destaca son actividades relacionadas con la agricultura y la ganadería.

- Se puede determinar que existe relación entre la variable independiente (capacidad organizativa) y la variable dependiente (ingresos económicos) pues se pudo comprobar la hipótesis planteada a través de los datos recabados durante el estudio de campo, en donde se estableció que “la capacidad organizativa SI incide en los ingresos económicos de los adultos mayores de la comunidad Guayama San Pedro, Parroquia de Zumbahua”.

Recomendaciones

- Formar una asociación entre todos los adultos mayores interesados en incrementar sus niveles de ingresos económicos y mejorar su calidad de vida con base a un proceso de producción preestablecido y la conformación de una marca representativa de la comunidad Guayama San Pedro de la Parroquia Zumbahua.
- Diseñar un proyecto de producción y comercialización de shikras apoyado con un estudio de mercado, identificando el mercado objetivo, además la ejecución de un estudio técnico buscando la localización óptima de la planta conjuntamente con el reconocimiento de los procesos productivos para finalmente realizar un estudio financiero donde se determine la viabilidad económica de dicho proyecto.
- Trabajar más en la capacidad organizativa de la comunidad a fin de formar una estructura sólida que permita impulsar el desarrollo de esta zona con base al diseño y aplicación de diferentes proyectos carácter social y ayudar a la población involucrada.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Tema

Proyecto para la producción y comercialización de shikras para incrementar los ingresos económicos de los adultos mayores.

Ubicación:

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Pujilí

Parroquia: Zumbahua

Comunidad: Guayama San Pedro.

Beneficiarios:

- Adultos mayores de la localidad
- Clientes
- Comunidad en general

Tiempo de ejecución

- Fecha de inicio: septiembre 2017
- Fecha final: septiembre 2022

Responsable:

- Investigadora (María Fernanda Durán)
- Tutor
- Comunidad Guayama San Pedro

Justificación

La presente propuesta tiene como finalidad diseñar un plan de inversión para la producción y comercialización de shikras en la comunidad Guayama San Pedro de la parroquia Zumbahua, a fin de incrementar los ingresos económicos de los adultos mayores de esta zona quienes serán los involucrados directos en el presente estudio.

Los principales beneficiarios con el desarrollo de la presente propuesta serán los adultos mayores de esta importante zona del país y la comunidad en general pues por intermedio de la producción y posterior comercialización del producto en mención se aspira que los ingresos económicos de esta clase vulnerable aumente y de esta manera ayude a mejorar su calidad de vida, además conjuntamente con el desarrollo se fomentara ciertas actividades de fortalecimiento para el proyecto por ejemplo diseños innovadores y llamativos hacia la vista del turista tanto nacional como internacional.

Sin duda alguna el presente estudio es muy importante para el desarrollo productivo de la comunidad pues fomentara la producción de calidad a través procesos y tiempos establecidos en donde el trabajo en equipo constituya la mayor fortaleza de los adultos mayores.

El desarrollo correcto de esta propuesta, no solo se logrará fortalecer la producción de calidad y diseño de las shikras, sino también el compromiso de los comerciantes minoristas, consumidores directos y otros grupos que ayuden con la consecución de los objetivos planteados por la asociación.

La presente propuesta tendrá un impacto positivo, porque a través de la aplicación correcta del proyecto para la producción y posterior comercialización del producto en mención la marca se ira posicionando poco a poco en el mercado con lo que después de algunos años al hablar de la comunidad de Guayama San Pedro directamente lo asociaremos con la producción de shikras de calidad.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un proyecto para la producción y comercialización de shikras para incrementar los ingresos económicos de los adultos mayores de la Comunidad de Guayama San Pedro.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para saber la viabilidad del proyecto que se pretende ejecutar.
- Presentar un estudio técnico identificando la ubicación ideal del proyecto.
- Realizar un estudio financiero

Factibilidad

Organizacional

El proyecto para la producción y comercialización de shikras, abre grandes oportunidades para la comunidad y en especial para el adulto mayor pues a través de su trabajo muestran al país y al mundo entero que aún son entes productivos y no que por el mero hecho de haber cumplido una cierta edad se sientan excluidos del aspecto productivo.

Cultural

En el aspecto cultural se destaca un importante cambio en el comportamiento de los adultos mayores pues al sentirse útiles para la sociedad aumentarían su autoestima y trabajarían con amor hacia lo que realizan y no simplemente por obtener un rédito económico.

Modelo Operativo

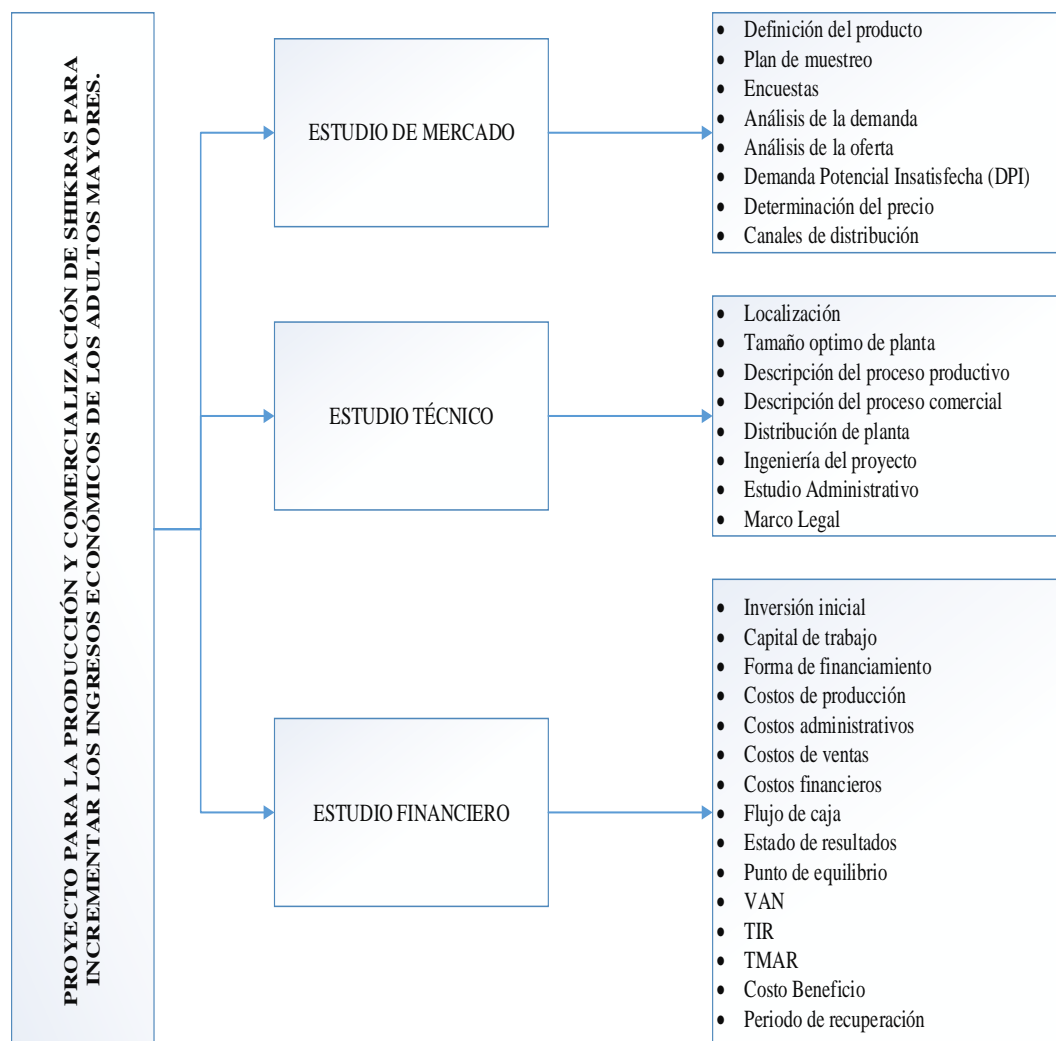


Gráfico N° 19: Modelo Operativo
Elaborado por: Durán, F. (2017)

Estudio de mercado

El mercado es el lugar o el área en el cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un sistema de precios y por tanto la cantidad promedio de productos que se vaya a comercializar. (Arboleda, 2013) Los mercados se clasifican según su grado de amplitud en este caso se estudia en qué tipo de mercado se comercializa artesanías que ayuden a desarrollar el grupo vulnerables según la Constitución del Ecuador en este caso “personas adultas y adultos mayores” *Art. 36.-las personas adultos mayores recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos públicos y privado, en especial en los campos de inclusión social y económica, y protección contra la violencia. Se consideran personas adultas mayores que hayan cumplido los sesenta y cinco años de edad.* Volviendo a la clasificación de los mercados según la amplitud la producción en caja en el mercado de competencia perfecta que según (Arboleda, 2013) “se caracteriza por tener un gran número de vendedores y compradores; una tipificación del bien o servicio, es decir, una homogeneidad de la mercancía o servicio; la libertad para seleccionar al producto y la indivisibilidad del producto o del precio”. Por ende, se analizará los elementos fundamentales por los cuales el comprador y el vendedor interactúen de una manera agradable y tranquila con el producto que se pretende interactuar.

Manifiesta (Baca Urbina, 2014) para la realización de un análisis de mercado se necesita reconocer las 4 variables fundamentales que conforman la estructura del contexto donde se quiere realizar el proyecto, estas 4 son: análisis de la **oferta**, análisis de la **demanda**, análisis de los **precios**, y análisis de la **comercialización**. Pero, primeramente, se hablará acerca de la población objeto de estudio, en este caso la parroquia Zumbahua, perteneciente al cantón Pujilí en la provincia de Cotopaxi, recordando (Arboleda, 2013) se analiza la población recopilando información clara de fuentes primarias (encuestas) o fuentes secundarias (estadísticas del gobierno) (p. 93).

Tabla N° 22: Población de la provincia de Cotopaxi

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total
Pangua	11.340	5,70%	10.625	5,00%	21.965
La Maná	21.420	10,80%	20.796	9,90%	42.216
Latacunga	82.301	41,40%	88.188	41,90%	170.489
Pujilí	32.736	16,50%	36.319	17,20%	69.055
Salcedo	27.880	14,00%	30.336	14,40%	58.216
Saquisilí	11.957	6,00%	13.363	6,30%	25.320
Sigchos	10.991	5,50%	10.953	5,20%	21.944
TOTAL	198.625	100%	210.580	100%	409.205

Fuente: Fascículo Provincial Cotopaxi – Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador.

Elaborado por: INEC

Como se puede observar en la anterior tabla, Latacunga representa el 42% de la población con un total de 170.489 habitantes, Pujilí representa el 17% con un total de 69.055 habitantes, Salcedo representa el 14% de la población con un total de 58.216 habitantes, La Maná representa el 10% de la población con un total 42.216 habitantes, Saquisilí representa el 6% de la población con un total de 25.320 habitantes y finalmente Pangua y Sigchos con el 5% de la población.

El cantón Pujilí ubicado en las zonas parámicas más importantes del Ecuador, caracterizado por una riqueza agro-ecológica cuenta con 7 parroquias entre estas Angamarca, Guangaje, La Victoria, Pilalo, Pujilí, Tingo, Zumbahua detallada en la siguiente tabla:

Tabla N° 23: Clasificación de parroquias del cantón Pujilí

Parroquia	Hombres	%	Mujeres	%	Total
Angamarca	2.480	8%	2.769	8%	5.249
Guangaje	3.809	12%	4.217	12%	8.026
La victoria	1.438	4%	1.578	4%	3.016
Pilalo	1.272	4%	1.368	4%	2.640
Pujilí	15.732	48%	17.698	49%	33.430
Tingo	2.081	6%	1.970	5%	4.051
Zumbahua	5.924	18%	6.719	18%	12.643
TOTAL	32.736	100%	36.319	100%	69.055

Fuente: Población por sexo, según provincia, parroquia y cantón de empadronamiento

Elaborado por: INEC

Se puede observar que el cantón Pujilí cuenta con 7 parroquias primero Pujilí representa un 48% de población con un total de 33.430 habitantes, segundo Zumbahua representa un 18% de población con un total de 12.643 tercero Guangaje representa un 12% de la población con un total de 8.026 habitantes, cuarto Angamarca representa un 8% de la población con un total de 5.249 habitantes, quinto Tingo representa el 6% de la población con un total de 4.051 habitantes sexto y séptimo están La victoria y Pilalo con el 4% de la población.

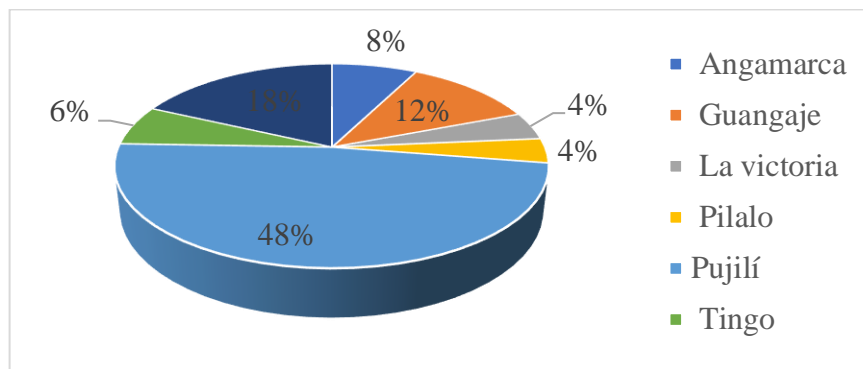


Gráfico N° 20: Parroquias del cantón Pujilí

Fuente: Tabla N°

Elaborado por: Duran, M. (2017)

La parroquia Zumbahua tiene una ubicación privilegiada más aun en la Comunidad de Guayama San Pedro en la provincia de Cotopaxi por ende es una parroquia con un alto número de visitas de turistas nacionales y extranjeros, que a pesar de representar el 18% de todo el cantón Pujilí, funge como uno de los entes principales en el turismo de la provincia, es importante considerar que los miembros de la junta parroquial predicen que en la actualidad la población sobrepasa los 20.000 habitantes. (Salcedo & Sarabia, 2013) el idioma materno es el quichua, especialmente en la población adulta, forzosamente han aprendido a manejar el idioma castellano para la escritura como para la lectura, la famosa feria que caracteriza la visita de turistas naciones e internacionales se realizan los días sábados donde acuden los diferentes comerciantes de las comunidades aledañas, por lo cual muchos turistas viajan un día antes de la feria, las razones y las actividades que más realizan en la parroquia son las caminatas o en bicicletas hacia la laguna Quilotoa.

No se ha logrado conseguir datos exactos del número de turistas que específicamente viajan a la parroquia Zumbahua, por ende, se ha tomado los datos de números de turistas nacionales y extranjeros que visitan el parque nacional de Cotopaxi y la reserva ecológica de los Ilinizas y el Área Nacional de recreación el Boliche demostrada en la siguiente tabla:

Tabla N° 24: Número de turistas Parque Nacional Cotopaxi

Parque Nacional Cotopaxi	2014	2015	Total
Turistas nacionales	121.149	99.668	220.817
Turistas extranjeros	57.504	42.448	99.952

Fuente: INEC

Elaborado por: Duran, M (2017)

Tabla N° 25: Número de turistas Reserva Ecológica los Ilinizas

Reserva Ecológica Los Ilinizas	2014	2015	Total
Turistas nacionales	10.659	14.363	25.022
Turistas extranjeros	3.824	7.250	11.074

Fuente: INEC

Elaborado por: Duran, M (2017)

Tabla N° 26: Número de turistas Área Nacional de recreación el Boliche

Área Nacional de recreación El Boliche	2014	2015	Total
Turistas nacionales	34.534	31.679	66.213
Turistas extranjeros	1.634	3.261	4.895

Fuente: INEC

Elaborado por: Duran, M (2017)

Tabla N° 27: Total turistas

Población de Turistas	2014	2015	%
Turistas nacionales	166.342	145.710	73%
Turistas extranjeros	62.962	52.959	27%
Total Turistas	229.304	198.669	100%

Fuente: INEC

Elaborado por: Duran, M (2017)

Como se puede observar en la tabla N° 29, se determina que hubo mayor visita de turistas en el año 2014 que en el 2015 teniendo un total de 73% de turistas nacionales y un 27% de turistas extranjeros.

Calculo de la muestra

Para Baca (2014) “El muestreo es la selección de una pequeña parte estadísticamente determinada para inferir el valor de una o varias características del conjunto”, en este caso se utilizará el muestreo probabilístico dado que cada uno de los elementos de la muestra tiene la misma probabilidad de ser entrevistado a continuación se plantea la siguiente formula con los datos de los turistas nacionales:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 p Q + N e^2}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra.

Z=Nivel de Confiabilidad 95% $\rightarrow 0.95/2 = 0.4750 \rightarrow Z = 1.96$

P=Probabilidad de ocurrencia 0.5

Q=Probabilidad de ocurrencia $1 - 0.5 = 0.5$

N=Población 145.710

e=Error de muestreo o 0.05 (5%)

Desarrollo de la formula

$$n = \frac{1.96^2 (0.50 * 0.50 * 145.710)}{1.96^2 (0.50 * 0.50) + 145.710 (0.05)^2}$$

$$n = 383$$

Después de aplicar la formula con una probabilidad 50%-50% se calculó que 383 es la selección pequeña estadísticamente determinada para investigar las características de la implementación o mejora de un producto o servicio para el adulto mayor.

Para continuar, se plantea la siguiente formula con los datos de los turistas extranjeros:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 p Q + N e^2}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra.

Z=Nivel de Confiabilidad 95% $\rightarrow 0.95/2 = 0.4750 \rightarrow Z = 1.96$

P=Probabilidad de ocurrencia 0.5

Q=Probabilidad de ocurrencia $1 - 0.5 = 0.5$

N=Población 52.959

e=Error de muestreo o 0.05 (5%)

Desarrollo de la formula

$$n = \frac{1.96^2 (0.50 * 0.50 * 52.959)}{1.96^2 (0.50 * 0.50) + 52.959 (0.05)^2}$$

$$n = 381$$

Después de aplicar la formula con una probabilidad 50%-50% se calculó que 381 es la selección pequeña estadísticamente determinada para investigar las características de la implementación o mejora de un producto o servicio para el adulto mayor.

Antes de elaborar la encuesta se desarrolló una encuesta piloto que confirme que tipo de artesanía es la recomendable producir y con qué aceptación los turistas nacionales acogerán los productos que generalmente comercializan. Como manifiesta (Baca Urbina, 2014) el procedimiento de cuantificación es conveniente para el estudio de productos nuevos y el primer paso es la determinación de la aceptación del producto para ello se encuesta a una muestra piloto de al menos 30 personas; de acuerdo con el teorema de limite central, la distribución de la propiedades de este tamaño de la muestra tiende a una distribución normal, es decir, no está sesgada, que es lo que se busca en una investigación de mercado.

La pregunta que se les hizo fue la siguiente:

De los artículos artesanales que la provincia de Cotopaxi ofrece, ¿Cuál es de su agrado?

Tabla N° 28: Preferencia de Compra

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Shikras (tejidos)	125	32.64%	32.64%
Ollas de barro	102	26.63%	59.27%
Macetas	33	8.62%	67.89%
Cuadros	77	20.10%	87.99%
Figuras del Danzante	46	12.01%	100%
Total	383	100%	

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

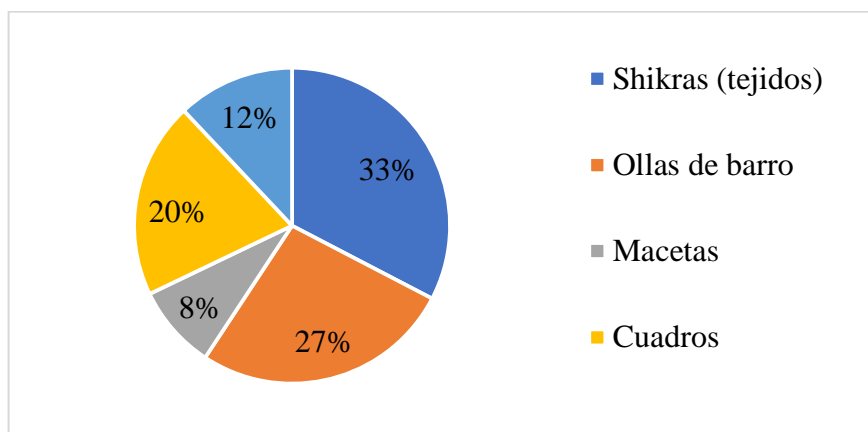


Gráfico N° 21: Preferencia de compra

Fuente: Tabla N°

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 33% indicó que de los artículos que oferta la provincia el que más les llaman la atención corresponde a las Shikras, el 27% corresponde a ollas de barro, el 20% corresponde a cuadros, el 12% corresponde a macetas y el 8% corresponde a figuras del danzante.

Bajo estos antecedentes, se puede concluir que los artículos que más llaman la atención de los turistas corresponden a las shikras pues es una artesanía muy

atractiva para la vista y se lo puede adquirir en muy pocos lugares, dado que los antepasados eran y son maestros/as de estas destrezas o habilidades que sin ayuda de una máquina pueden elaborar materiales, artesanías, productos hechos de una manera natural que ayude a la artesanía ancestral, aprovechando que las cabuyas o chambiras en los páramos existe en gran cantidad. (Montaya & Panduro, 2009) las artesanías pueden caer bajo dos factores elementales, primeramente corresponde a productos utilitarios que, además de incorporar el conocimiento tradicional de las comunidades y procesos de elaboración propios a cada una de ellas, proporciona una herramienta útil para los consumidores de estos productos, dicho de otra manera en esta línea de fabricación se puede citar artesanías como shikras en bolsos, shikras en billeteras.

Análisis de los resultados de la encuesta aplicada a los turistas nacionales

1. ¿Cada que tiempo usted visita el cantón Pujilí de la provincia de Cotopaxi?

Tabla N° 29: Frecuencia de visita

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 vez al año	121	31.59%	31.59%
2 veces al año	206	53.79%	85.38%
3 veces al año	56	14.62%	100.00%
Total	383	100%	

Fuente: Aplicación encuestas del estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M. (2017)

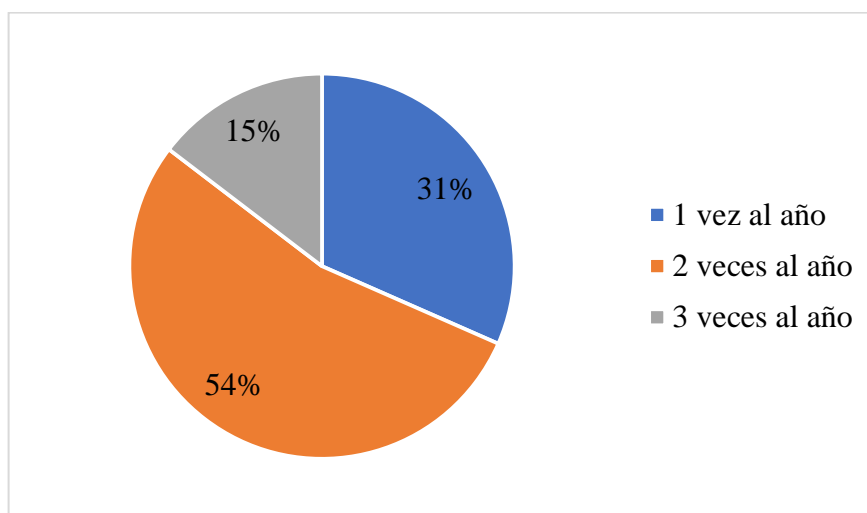


Gráfico N° 22: Frecuencia de visita

Fuente: Tabla N° 31

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de personas encuestadas, el 54% que corresponde a 206 personas manifiestan haber visitado el cantón Pujilí 2 veces al año, el 31% que corresponde a 121 personas manifiestan haber visitado 1 vez al año el cantón Pujilí, finalmente el 15% restante de los visitantes indican que su frecuencia 3 veces al año.

Bajo estas consideraciones se puede determinar que la mayor cantidad de personas encuestadas visitan el cantón Pujilí con una frecuencia de 2 veces al año.

2. Cada vez que usted visita la provincia de Cotopaxi, ¿Compra algún artículo artesanal?

Tabla N° 30: Frecuencia de compra

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	152	39.69%	39.69%
Casi siempre	195	50.91%	90.60%
Casi nunca	10	2.61%	93.21%
Nunca	26	6.79%	100%
Total	383	100%	

Fuente: Aplicación encuestas del estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M. (2017)

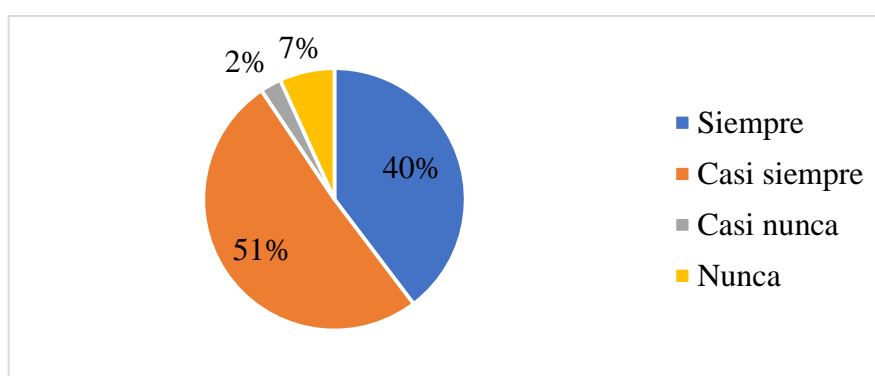


Gráfico N° 23: Frecuencia de compra

Fuente: Tabla N° 32

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de las personas encuestadas, el 51% indicaron que casi siempre que visitaron la provincia de Cotopaxi compraron algún tipo de artesanía, el 40% indicaron que siempre que visitaron la provincia de Cotopaxi compraron algún tipo de artesanía, el 7% indicaron que casi nunca que visitaron la provincia de Cotopaxi compraron algún tipo de artesanía, finalmente el 2% indicaron que durante su visita a la provincia nunca compraron artesanías.

Una vez desarrollado la investigación de campo se puede concluir que en su gran mayoría las personas que visitan la provincia de Cotopaxi durante su estadía adquieren diferentes tipos de artesanías lo cual ayuda al impulso económico de este sector.

3. Al momento de comprar una artesanía, ¿Qué es lo que ínsita a su compra?

Tabla N° 31: Factores de influencia en la compra

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Necesidad	158	41.25%	41.25%
Precio	127	33.16%	74.41%
Moda	33	8.62%	83.03%
Tradicición	65	16.97%	100%
Total	383	100%	

Fuente: Aplicación encuestas del estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M. (2017)

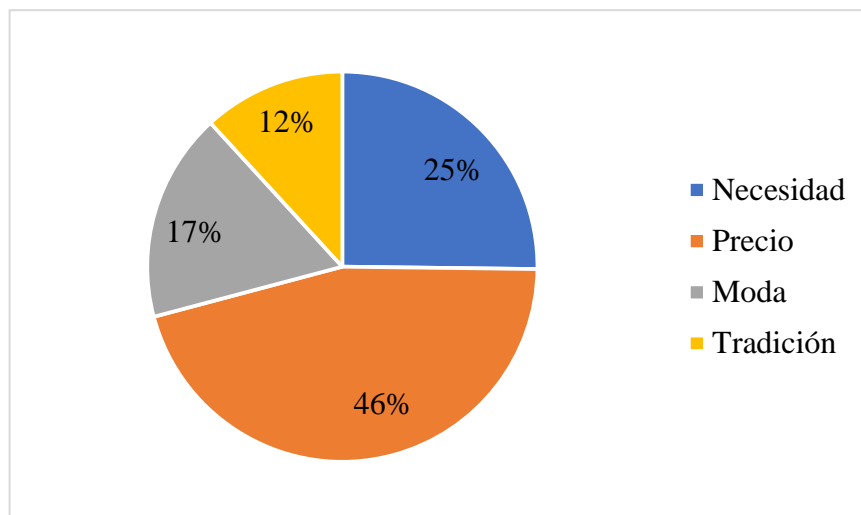


Gráfico N° 24: Factores de influencia en la compra

Fuente: Tabla N° 33

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de personas encuestadas, el 46% indican que la causa que motiva a la compra de las artesanías es el precio, el 25% indica que el factor que incentiva la compra recae en la necesidad, el 17% manifiesta que la compra lo efectúa por la moda y finalmente el 12% indica que compra una artesanía por tradición.

Bajo estos antecedentes se puede identificar que bajo la opinión de las personas encuestadas el factor más relevante para la adquisición de las artesanías en este punto importante del país sin duda alguna es el precio.

4. Al momento de comprar una artesanía de la provincia de Cotopaxi, ¿Qué espera de estas artesanías?

Tabla N° 32: Expectativas de compra

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Calidad	250	65.27%	65.27%
Variedad	25	6.53%	71.80%
Precio	35	9.14%	80.94%
Diseño	73	19.06%	100%
Total	383	100%	

Fuente: Aplicación encuestas del estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M. (2017)

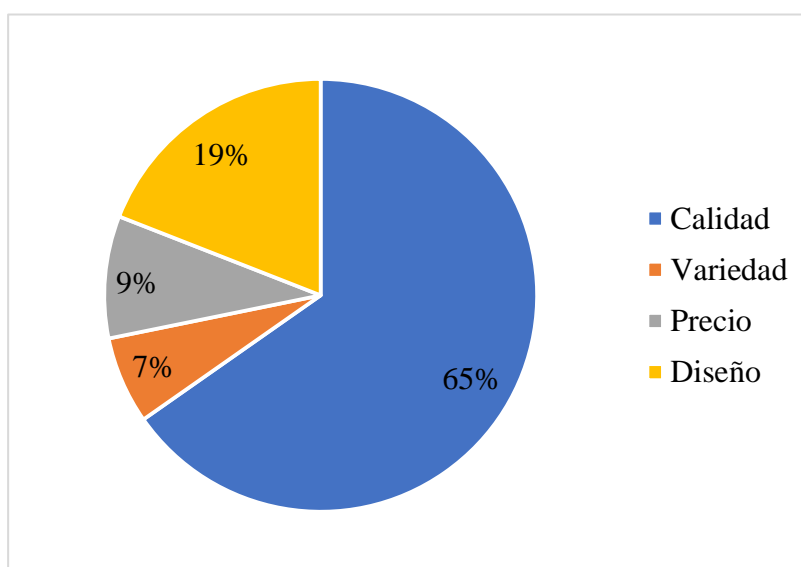


Gráfico N° 25: Expectativa de compra

Fuente: Tabla N° 34

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e Interpretación

Del 100% de personas encuestadas, el 65% determina la calidad en su expectativa de compra, el 19% determina el diseño como una expectativa de compra, el 9% indica el precio como expectativa de compra y el 7% restante se limita a la variedad del producto a adquirir.

De esta manera se puede determinar que bajo la opinión de los encuestados su inclinación hacia la expectativa de compra será la calidad de la shikra.

5. ¿Ha comprado alguna vez shikras de cualquier tipo en la provincia de Cotopaxi?

Tabla N° 33: Experiencia en la compra de shikras

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	274	71.54%	71.54%
No	109	28.46%	100%
Total	383	100%	

Fuente: Aplicación encuestas del estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M. (2017)

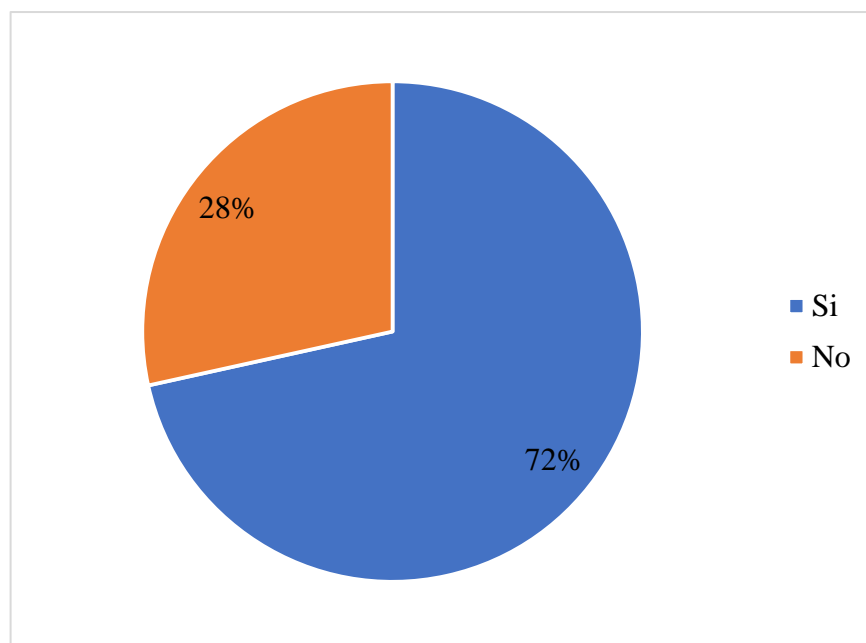


Gráfico N° 26: Experiencia de compra de shikra

Fuente: Tabla N° 35

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 72% indicó a ver comprado Shikras mientras que el 28% restante indicó no haber comprado Shikras.

Con estos antecedentes se puede concluir que en su gran mayoría los turistas que visitan este destino por lo general siempre adquieren este elegante producto conocido como Shikras.

6. ¿En su visita a Cotopaxi cuantas shikras usted compraría?

Tabla N° 34: Cantidad de compra

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 unidad	147	38.38%	38.38%
2 unidades	185	48.30%	86.68%
3 unidades	36	9.40%	96.08%
4 unidades	10	2.61%	98.69%
Más de 4 unidades	5	1.31%	100%
Total	383	100%	

Fuente: Aplicación encuestas del estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M. (2017)

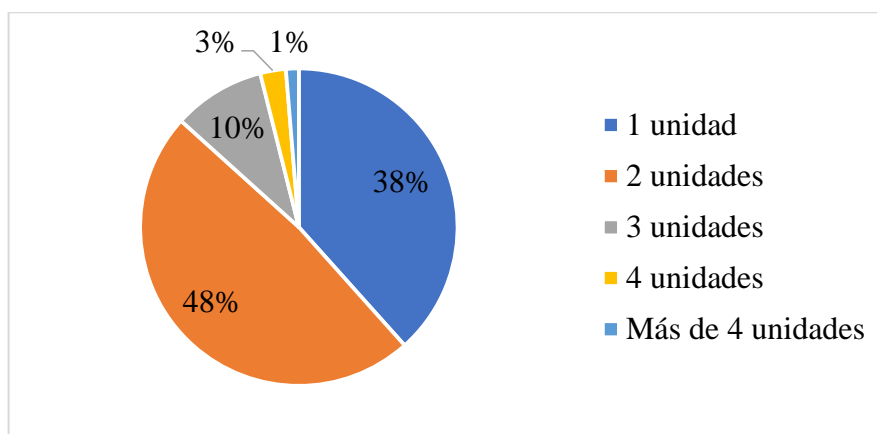


Gráfico N° 27: Cantidad de compra

Fuente: Tabla N° 36

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de personas encuestadas, el 48% indicó que en su visita a la provincia de Cotopaxi compraría 2 Shikras, el 38% compraría 1 Shikra, el 10% indicó que compraría 3 Shikras, el 3% indicó que compraría 4 Shikras, y finalmente el 1% restante indicó que compraría más de 4 Shikras en la visita a Cotopaxi.

De acuerdo con la investigación de campo efectuada se puede determinar que el número de Shikras que son adquiridas por los turistas que visitan esta zona asciende a 2 unidades lo cual se puede tomar como indicador dentro del presente estudio.

7. Al momento de comprar una shikra, ¿Qué influye en su decisión?

Tabla N° 35: Influencia de compra

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Diseño	100	26.11%	26.11%
Modelo	24	6.27%	32.38%
Material	188	49.09%	81.46%
Precio	71	18.54%	100%
Total	383	100%	

Fuente: Aplicación encuestas del estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M. (2017)

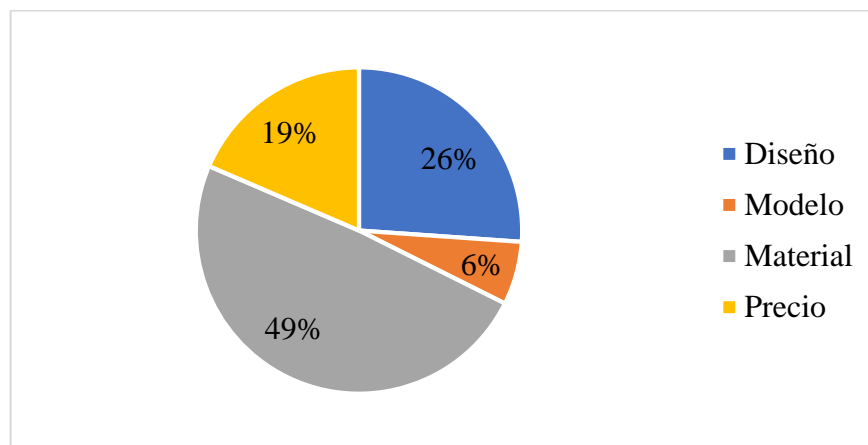


Gráfico N° 28: Influencia de compra

Fuente: Tabla N° 37

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 49% asegura que el factor que influye a su decisión de compra corresponde a la materia con el cual es elaborado el producto, el 26% consideró que el factor que influye en su decisión corresponde al diseño, el 19% considera que el factor que influye en su decisión corresponde al precio y el 6% considera que el factor que influye en su decisión corresponde al modelo.

Bajo estas características, se puede concluir que el factor que más influye al momento de tomar una decisión de compra recae en el material con el cual es elaborado el producto pues de nada sirve un diseño innovador o un producto con bajo precio si el material es deficiente y no tendrá mayor durabilidad.

8. ¿Compraría shikras artesanales realizadas por adultos mayores?

Tabla N° 36: Decisión de compra

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	267	69.71%	69.71%
No	116	30.29%	100%
Total	383	100%	

Fuente: Aplicación encuestas del estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M. (2017)

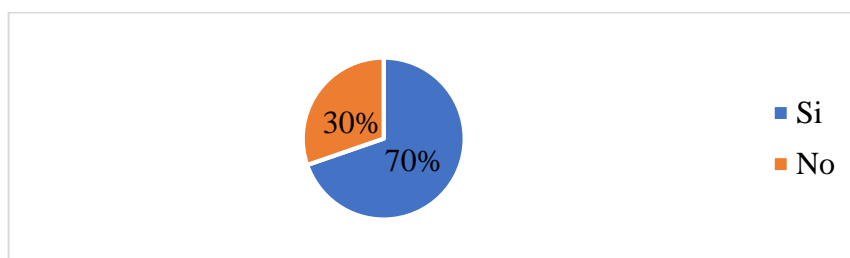


Gráfico N° 29: Decisión de compra

Fuente: Tabla N° 38

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 70% indicó a ver comprado shikras realizadas por adultos mayores mientras que el 30% restante indicó no haber comprado shikras realizadas por adultos mayores.

Como se pudo constatar existe una gran aceptación de consumir un producto con un fin social de ayudar a los adultos mayores en la compra de shikras elaborados por ellos mismos, esto no quiere decir que el producto debe ser de mala calidad, de esta manera demostrar que la habilidad y destreza del adulto mayor genera muy buenos resultados y por ende productos muy bien elaborados, una pequeña parte de los turistas manifiesta que no consumiría estos productos por la misma razón mencionada anteriormente, dicho en otras palabras los turistas asocian la producción de shikras por adultos mayores con la mala calidad del producto final, por ello es importante plantear metodologías que ayuden a la gestión de la calidad con normativas ISO, sin descuidar las desventajas del adulto mayor.

9. ¿Dónde le gustaría que se comercialicen las shikras?

Tabla N° 37: Lugares para la comercialización

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Mercado	34	8.88%	8.88%
Feria	273	71.28%	80.16%
Almacenes	74	19.32%	99.48%
Tienda propia	2	0.52%	100%
Total	383	100%	

Fuente: Aplicación encuestas del estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M. (2017)

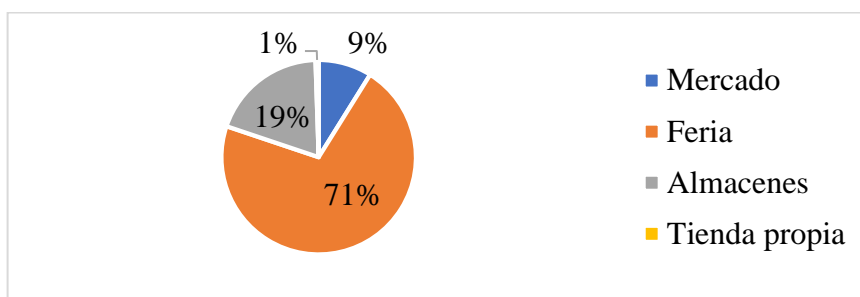


Gráfico N° 30: Lugares de comercialización

Fuente: Tabla N° 39

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 71% espera que el producto se distribuya en ferias, el 19% espera que el producto se distribuya en almacenes, el 9% espera que el producto se distribuya en el mercado y el 1% restante espera que el producto se distribuya en una tienda propia.

La comercialización de la shikra considera la mayoría de turistas nacionales que el mejor lugar para que exista la compra y venta es en ferias, ya sea por los precios bajos, y la calidad, en cambio un porcentaje menor manifiesta en cambio que la compra y venta de shikras debe realizarse en almacenes, mercados, y tiendas propias; estos factores se tomaran en cuenta para definir donde se pondrá énfasis con estrategias de venta, políticas, promociones e incluso los planes de marketing que se diseñaran en función a la cantidad de productos elaborados por los adultos mayores.

10. ¿Cuál es el precio promedio que usted pagaría por una shikra en general?

Tabla N° 38: Precio promedio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
30 dólares	353	92%	92%
35 dólares	30	8%	100%
40 dólares	0	0%	100%
45 dólares	0	0%	100%
Total	383	100%	

Fuente: Aplicación encuestas del estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M. (2017)

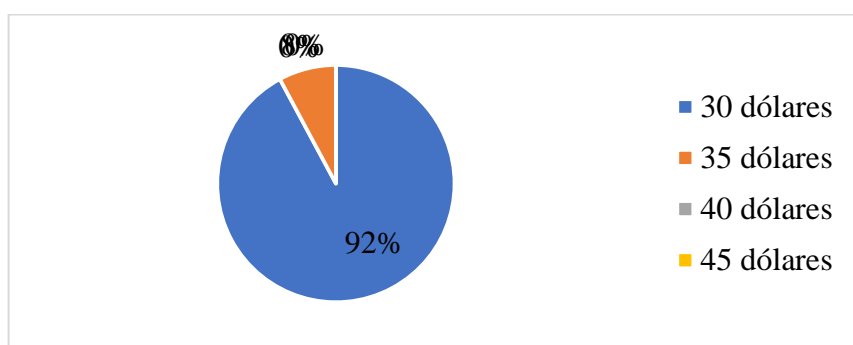


Gráfico N° 31: Precio promedio

Fuente: Tabla N° 40

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 92% espera pagar en precio promedio por el producto que se adquiere, el 8% se espera pagar por el producto que se adquiere, y el 0% restante espera que exista un amplio valor a pagar por el producto.

La mayoría de los turistas está de acuerdo en pagar \$30 por una shikra elaborada por el adulto mayor, cabe recordar que el esfuerzo y la necesidad de explotar al máximo la comercialización de estos productos con los turistas nacionales influirá de gran manera en las estrategias de precio por que el turista Ecuatoriano antes de fijarse en la calidad de un producto se fija primero en el precio de acuerdo a la motivación que presente el producto, mientras que una pequeña parte manifiesta que apoyaría comprando shikras a un precio de \$35, lo interesante es que a ningún turista no le gustó la idea de pagar \$40 ni mucho menos \$45 por el producto.

11. ¿Cuál es su ingreso familiar?

Tabla N° 39: Ingreso económico

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Hasta tres salarios mínimos por mes	273	71.28%	71.28%
Entre tres y seis salarios mínimos por mes	102	26.63%	97.91%
Más de seis salarios mínimos al mes	8	2.09%	100%
Total	383	100%	

Fuente: Aplicación encuestas del estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M. (2017)

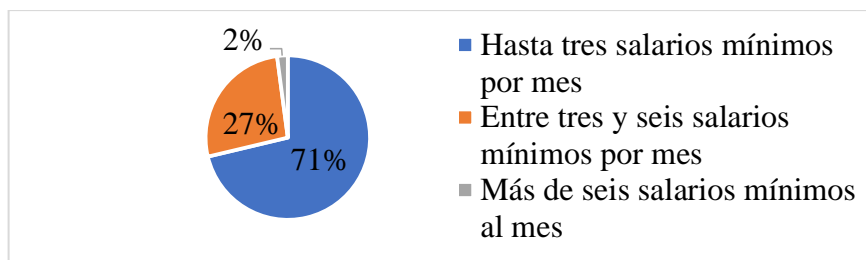


Gráfico N° 32: Ingreso económico

Fuente: Tabla N° 41

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 71% espera que los ingresos sean hasta tres salarios mínimos por mes, el 27% espera que los ingresos sean entre tres y seis salarios mínimos por mes, y el 2% restante espera que los ingresos sean más de seis salarios mínimos al mes.

La mayor parte de turistas gana de \$400 hasta \$1.000 lo que permitirá analizar factores de preferencia de compra, número de acompañantes por paseo, número de integrantes por familia y capacidad de pago, dichos factores serán importantes dado que el turista por más que gane \$ 1.000 y viaje con 6 personas no le va alcanzar a comprar ninguna clase de artesanía general y peor la shikra, existe por otro lado un porcentaje considerable que gana hasta \$2.000 que podrían con mayor frecuencia consumir las shikras.

Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los turistas extranjeros

1. ¿Con que frecuencia visita usted Ecuador, específicamente la provincia de Cotopaxi?

Tabla N° 40: Frecuencia de visita a Ecuador

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 vez al año	9	2.36%	2.36%
2 veces al año	39	10.24%	12.60%
3 veces al año	333	87.40%	100.00%
Total	381	100%	

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

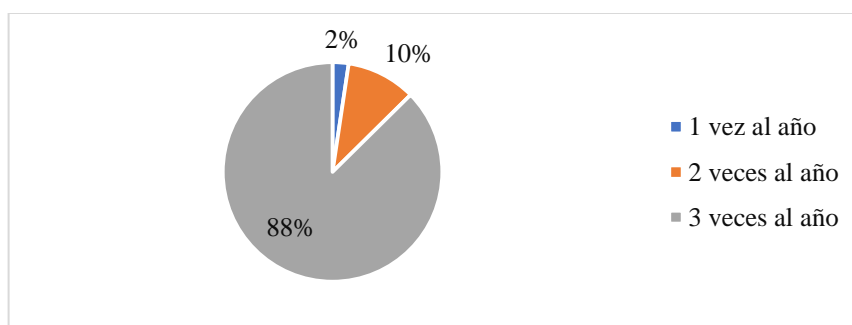


Gráfico N° 33: Frecuencia de visita a Ecuador

Fuente: Tabla N° 42

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de personas encuestadas, el 88% que corresponde a 333 personas manifiestan que visitan 3 veces al año Ecuador y específicamente la provincia de Cotopaxi, el 10% que corresponde a 39 personas manifiestan que visitan 2 veces al año Ecuador y específicamente la provincia de Cotopaxi y el 2% restante manifiestan que visitan 1 vez al año Ecuador y específicamente la provincia de Cotopaxi

Bajo estas consideraciones se puede determinar que la mayor cantidad de personas encuestadas (turistas extranjeros) visitan Ecuador en promedio 3 veces al año cifra muy buena ya que esto ayudaría en gran medida a la comercialización en mayor proporción de las shikras que se vayan elaborando en la comunidad.

2. Cada vez que usted visita la provincia de Cotopaxi, ¿Compra algún artículo artesanal?

Tabla N° 41: Frecuencia de compra (turista extranjero)

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	167	43.83%	43.83%
Casi siempre	177	46.46%	90%
Casi nunca	25	6.56%	97%
Nunca	12	3.15%	100%
Total	381	100%	

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

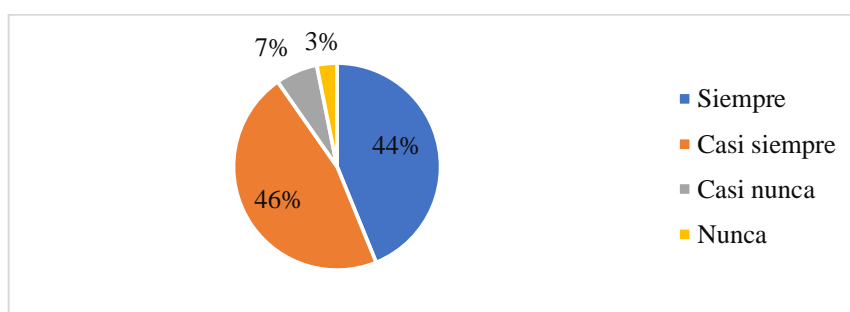


Gráfico N° 34: Frecuencia de compra (turista extranjero)

Fuente: Tabla N° 43

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de las personas encuestadas, el 46% indicaron que casi siempre que visitaron la provincia de Cotopaxi compraron algún tipo de artesanía, el 44% indicaron que siempre que visitaron la provincia de Cotopaxi compraron algún tipo de artesanía, el 7% indicaron que casi nunca que visitaron la provincia de Cotopaxi compraron algún tipo de artesanía, finalmente el 3% restante indicaron que durante su visita a la provincia nunca compraron artesanías.

Una vez desarrollado la investigación de campo se puede concluir que en su gran mayoría las personas que visitan la provincia de Cotopaxi (turistas extranjeros) durante su estadía en la provincia adquieren diferentes tipos de artesanías lo cual ayuda al impulso económico de este sector.

3. Al momento de comprar una artesanía, ¿Qué es lo que insita a su compra?

Tabla N° 42: Incentivo de compra (turista extranjero)

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Necesidad	96	25.20%	25.20%
Precio	174	45.67%	70.87%
Moda	66	17.32%	88.19%
Tradicición	45	11.81%	100%
Total	381	100%	

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

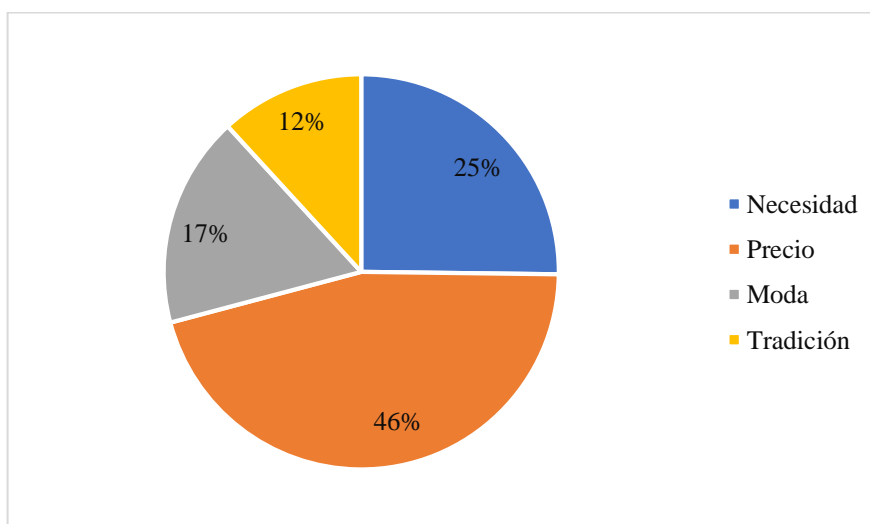


Gráfico N° 35: Incentivo de compra (turista extranjero)

Fuente: Tabla N° 44

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de personas encuestadas, el 46% indican que la causa que motiva a la compra de las artesanías es el precio, el 25% indica que el factor que incentiva la compra recae en la necesidad, el 17% manifiesta que la compra lo efectúa por la moda y finalmente el 12% restante indica que compra una artesanía por tradición.

Bajo estos antecedentes se puede identificar que bajo la opinión de las personas encuestadas (turistas extranjeros) el factor más relevante para la adquisición de las artesanías en este punto importante del país sin duda alguna es el precio.

4. De los artículos artesanales que la provincia de Cotopaxi ofrece, ¿Cuál es de su agrado?

Tabla N° 43: Preferencia de compra (turista extranjero)

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Shikras (tejidos)	189	49.61%	49.61%
Ollas de barro	74	19.42%	69.03%
Macetas	15	3.94%	72.97%
Cuadros	47	12.34%	85.30%
Figuras del Danzante	56	14.70%	100%
Total	381	100%	

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

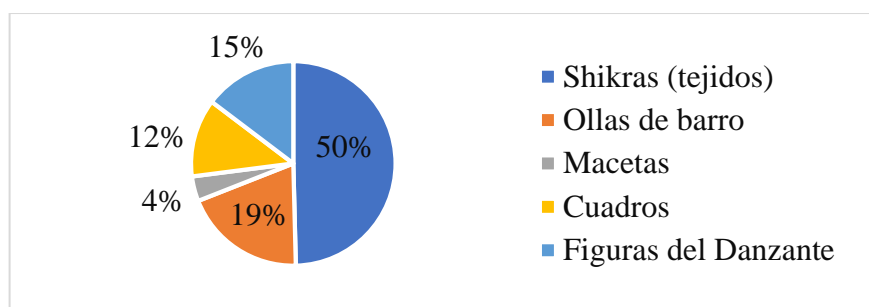


Gráfico N° 36: Preferencia de compra (turista extranjero)

Fuente: Tabla N° 45

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 50% indicó que de los artículos que oferta la provincia el que más les llaman la atención corresponde a las Shikras, el 19% corresponde a ollas de barro, el 15% corresponde a figuras del danzante, el 12% corresponde a cuadros y el 8% restante corresponde a macetas.

Bajo estos antecedentes, se puede concluir que los artículos que más llaman la atención de los turistas extranjeros corresponden a las shikras pues es una artesanía muy atractiva para la vista y se lo puede adquirir en muy pocos lugares, dado que los antepasados eran y son maestros/as de estas destrezas o habilidades que sin ayuda de una máquina pueden elaborar materiales, artesanías, productos hechos de una manera natural que ayude a la artesanía ancestral.

5. Al momento de comprar una artesanía de la provincia de Cotopaxi, ¿Qué espera de estas artesanías?

Tabla N° 44: Expectativa de compra (turista extranjero)

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Calidad	184	48.29%	48.29%
Variedad	53	13.91%	62.20%
Precio	112	29.40%	91.60%
Diseño	32	8.40%	100%
Total	381	100%	

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

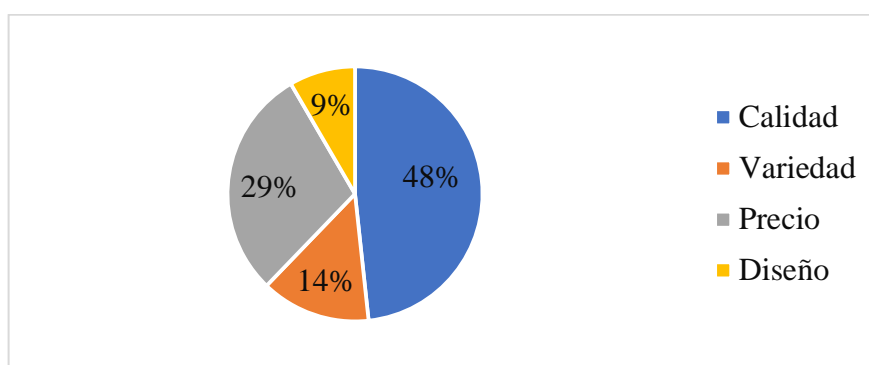


Gráfico N° 37: Expectativa de compra (turista extranjero)

Fuente: Tabla N° 46

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de personas encuestadas, el 48% determina la calidad en su expectativa de compra, el 29% determina el precio como una expectativa de compra, el 14% indica que la variedad toma como referencia para la expectativa de compra y el 9% restante asegura que el diseño influye en su expectativa de compra.

De esta manera se puede determinar que bajo la opinión de los encuestados (turistas extranjeros) su inclinación hacia la expectativa de compra se da a través de la calidad de la shikra que se elabora en esta zona del país.

6. ¿Ha comprado alguna vez shikras de cualquier tipo en la provincia de Cotopaxi?

Tabla N° 45: Experiencia de compra (turista extranjero)

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	267	70.08%	70.08%
No	114	29.92%	100%
Total	381	100%	

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

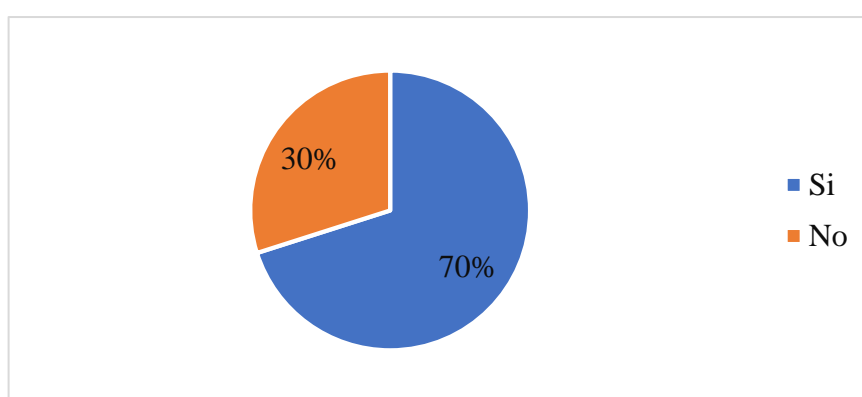


Gráfico N° 38: Experiencia de compra (turista extranjero)

Fuente: Tabla N° 47

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 70% indicó a ver comprado Shikras mientras que el 30% restante indicó no haber comprado Shikras.

Con estos antecedentes se puede concluir que en su gran mayoría los turistas extranjeros que visitan este destino por lo general siempre adquieren este elegante producto conocido como Shikras pues consideran que es muy atractivo y en su lugar de procedencia este tipo de productos no existen, es por ello que aprovechan su visita y adquieren productos que en su país no hay.

7. ¿En su visita a Cotopaxi cuantas shikras usted compraría?

Tabla N° 46: Frecuencia de compra (turista extranjero)

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 unidad	52	13.65%	13.65%
2 unidades	105	27.56%	41.21%
3 unidades	130	34.12%	75.33%
4 unidades	58	15.22%	90.55%
Más de 4 unidades	36	9.45%	100%
Total	381	100%	

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

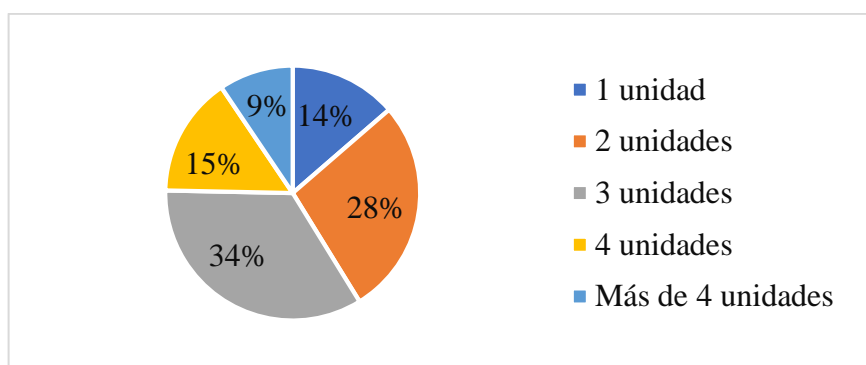


Gráfico N° 39: Experiencia de compra (turista extranjero)

Fuente: Tabla N° 48

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de personas encuestadas, el 34% indicó que en su visita a la provincia de Cotopaxi compraría 3 Shikras, el 28% compraría 2 Shikras, el 15% indicó que compraría 4 Shikras, el 14% indicó que compraría Shikra, y finalmente el 9% restante indicó que compraría más de 4 Shikras en la visita a Cotopaxi.

De acuerdo con la investigación de campo efectuada se puede determinar que el número de Shikras que son adquiridas por los turistas extranjeros que visitan esta zona asciende a 3 unidades lo cual se puede tomar como indicador dentro del presente estudio para saber la cantidad de productos que se necesita producir para satisfacer la demanda.

8. Al momento de comprar una shikra, ¿Qué influye en su decisión?

Tabla N° 47: Decisión de compra (turista extranjero)

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Diseño	125	32.81%	32.81%
Modelo	95	24.93%	57.74%
Material	86	22.57%	80.31%
Precio	75	19.69%	100%
Total	381	100%	

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

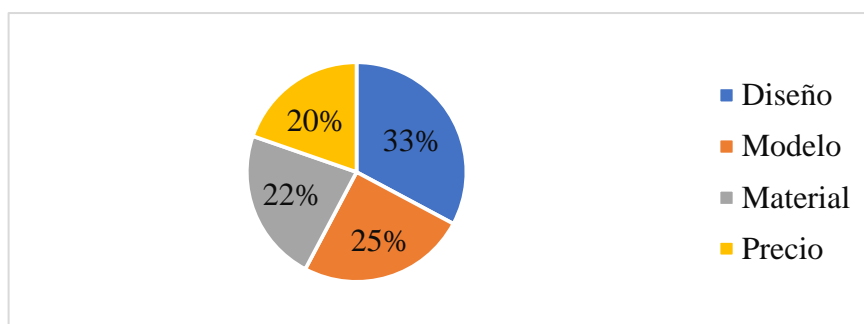


Gráfico N° 40: Decisión de compra (turista extranjero)

Fuente: Tabla N° 49

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 33% asegura que el factor que influye a su decisión de compra corresponde al diseño del producto, el 25% consideró que el factor que influye en su decisión corresponde al modelo del producto, el 22% considera que el factor que influye en su decisión corresponde al material con el cual se encuentra elaborado el producto y el 20% restante considera que el factor que influye en su decisión corresponde al precio.

Bajo estas características, se puede concluir que el factor que más influye en el turista extranjero al momento de tomar una decisión de compra recae en el diseño del producto, factor importantísimo pues dentro del proceso productivo de las shikras la creatividad y la innovación no deben faltar.

9. ¿Compraría shikras artesanales realizadas por adultos mayores?

Tabla N° 48: Decisión de compra shikra artesanal (turista extranjero)

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	304	79.79%	79.79%
No	77	20.21%	100.00%
Total	381	100%	

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

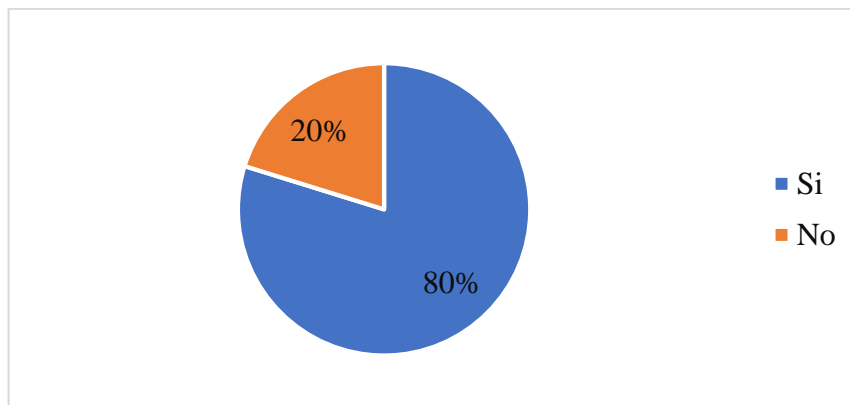


Gráfico N° 41: Decisión de compra shikra artesanal (turista extranjero)

Fuente: Tabla N° 50

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 80% indicó que si compraría shikras realizadas por adultos mayores mientras que el 20% restante indico que no compraría shikras realizadas por adultos mayores.

Como se pudo constatar existe una gran aceptación por parte del turista extranjero en adquirir un producto con un fin social a fin de ayudar a los adultos mayores a mejorar sus ingresos económicos, sin embargo, a pesar de ser un proyecto social este se encuentra respaldado por un producto de calidad acompañado de la creatividad e innovación en sus diseños.

10. ¿Dónde le gustaría que se comercialicen las shikras?

Tabla N° 49: Lugar de comercialización (turista extranjero)

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Mercado	54	14.17%	14.17%
Feria	198	51.97%	66.14%
Almacenes	124	32.55%	98.69%
Tienda propia	5	1.31%	100%
Total	381	100%	

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

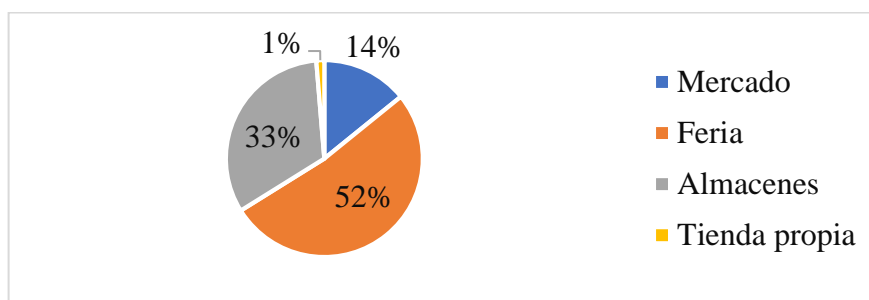


Gráfico N° 42: Lugar de comercialización (turista extranjero)

Fuente: Tabla N° 51

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 52% espera que el producto se distribuya en ferias, el 33% espera que el producto se distribuya en almacenes, el 14% espera que el producto se distribuya en el mercado y el 1% restante espera que el producto se distribuya en una tienda propia.

La comercialización de la shikra considera la mayoría de turistas extranjeros que el mejor lugar para que exista la compra y venta es en ferias, ya sea por los precios bajos, y la calidad, en cambio un porcentaje menor manifiesta en cambio que la compra y venta de shikras debe realizarse en almacenes, mercados, y tiendas propias; estos factores se tomaran en cuenta para definir donde se pondrá énfasis con estrategias de venta, políticas, promociones e incluso los planes de marketing que se diseñaran en función a la cantidad de productos elaborados por los adultos mayores.

11. ¿Cuál es su ingreso familiar?

Tabla N° 50: Nivel de ingresos (turista extranjero)

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Hasta tres salarios mínimos por mes	198	51.97%	51.97%
Entre tres y seis salarios mínimos por mes	138	36.22%	88.19%
Más de seis salarios mínimos al mes	45	11.81%	100%
Total	381	100%	

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

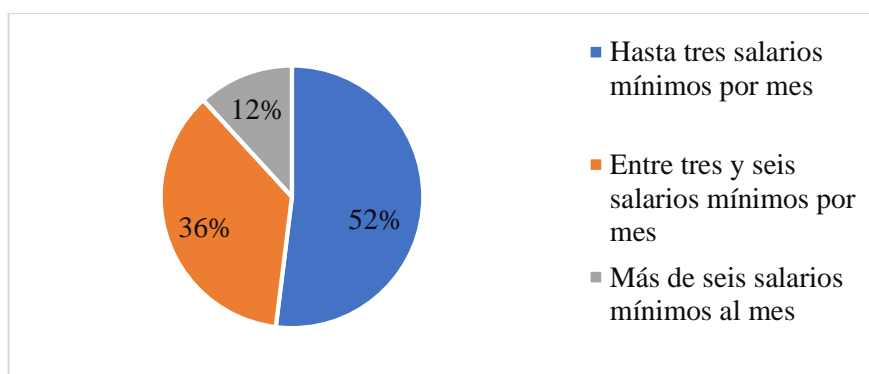


Gráfico N° 43: Niveles de ingresos (turista extranjero)

Fuente: Tabla N° 52

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 52% asegura que sus ingresos oscilan hasta tres salarios mínimos por mes, el 36% aseguran que sus ingresos oscilan entre tres y seis salarios mínimos por mes, y el 12% restante aseguran que sus ingresos oscilan entre más de seis salarios mínimos al mes.

Una vez realizado la investigación de campo correspondiente se puede concluir que los turistas extranjeros poseen altos ingresos económicos es por ello que pueden darse el gusto de viajar por diferentes partes del mundo, además generan réditos económicos a los lugares que vayan pues existen muchas actividades que giran en torno al turismo.

Estudio de la demanda (Turistas Nacionales)

Para Baca (2013) la demanda es la “cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (p. 28).

Demanda en personas

Para realizar el cálculo de la demanda en personas y conocer la aceptación del producto se toma como referencia la siguiente pregunta *¿Compraría shikras artesanales realizadas por adultos mayores?* y se toma en cuenta el porcentaje que respondió de forma positiva a la pregunta.

¿Compraría shikras artesanales realizadas por adultos mayores?

Tabla N° 51: Pregunta para obtener la demanda

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	267	70%
No	116	30%
Total	383	100%

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

Tabla N° 52: Demanda en personas

Respuesta	Frecuencia	Frecuencia Mercado Objetivo	Porcentaje %
Si	267	101,997.00	70%
No	116	43,713.00	30%
Total	383	145710	100%

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

Tabla N° 53: Proyección de la demanda en personas

Año	Demanda en personas	TCP
2018	101,997	1.56%
2019	103,588	1,591.15
2020	105,204	1,615.98
2021	106,845	1,641.18
2022	108,512	1,666.79

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

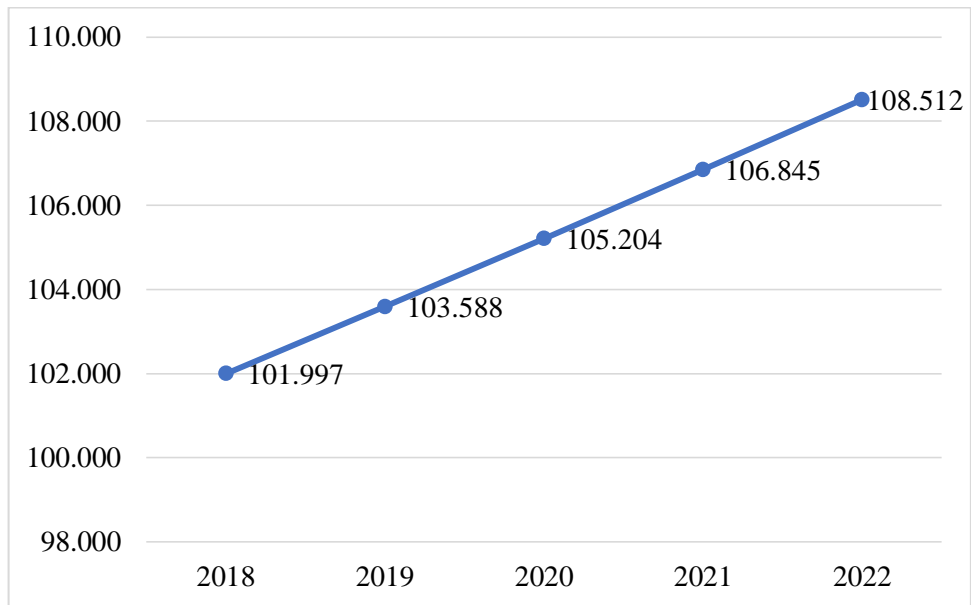


Gráfico N° 44: Proyección demanda en personas (Turistas nacionales)

Fuente: Tabla N° 55

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis:

Una vez efectuados los cálculos correspondientes se determina que para el año 2018 la demanda en personas (turistas nacionales) será de 101.997 personas y cada año tendrá una variación de importante teniendo en el año 2022 una demanda en personas de 108.512 personas quienes están dispuestas a adquirirán el producto producido por la empresa.

Demanda en productos (Turista nacional)

¿Cada que tiempo usted visita el cantón Pujilí de la provincia de Cotopaxi?

Tabla N° 54: Proyección de la demanda en personas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 vez al año	121	32%	32%
2 veces al año	206	54%	85%
3 veces al año	56	15%	100%
Total	383	100%	

Fuente: Aplicaciones de encuestas en estudio de mercado

Elaborado por: Duran, M (2017)

¿En su visita a Cotopaxi cuantas shikras usted compraría?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 unidad	147	38%	38%
2 unidades	185	48%	87%
3 unidades	36	9%	96%
4 unidades	10	3%	99%
Más de 4 unidades	5	1%	100%
Total	383	100%	

Elaborado por: Duran, M (2017)

Descripción	Frecuencia	Mer. Obj.	Porcentaje
1 unid	147	39148	38%
2 unid	185	49267	48%
3 unid	36	9587	9%
4 unid	10	2663	3%
Más de 4 unid	5	1332	1%
Total	383	101,997.00	100%

Elaborado por: Duran, M (2017)

Cantidad	32%	54%	15%	TOTAL
1 unid	12527	21140	5872	39539
2 unid	15766	26604	7390	49760
3 unid	3068	5177	1438	9683
4 unid	852	1438	399	2690
Más de 4 unid	426	719	200	1345
TOTAL	32639	55078	15300	103017

Elaborado por: Duran, M (2017)

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
32639	55078	15300	103017
32639	110157	45899	188694

Elaborado por: Duran, M (2017)

Tabla N° 55: Demanda en productos (Turistas nacionales)

Demanda en productos		
FR	%	#
1 unid	72423	72423
2 unid	91145	182290
3 unid	17736	53209
4 unid	4927	19707
Más de 4 unid	2463	12317
Total	188694	339946

Elaborado por: Duran, M (2017)

Tabla N° 56: Proyección de la demanda en productos (Turistas nacionales)

Años	Demanda en Productos	TCP
1	339946	1.56%
2	345249	
3	350635	
4	356105	
5	361660	
6	367302	

Elaborado por: Duran, M (2017)

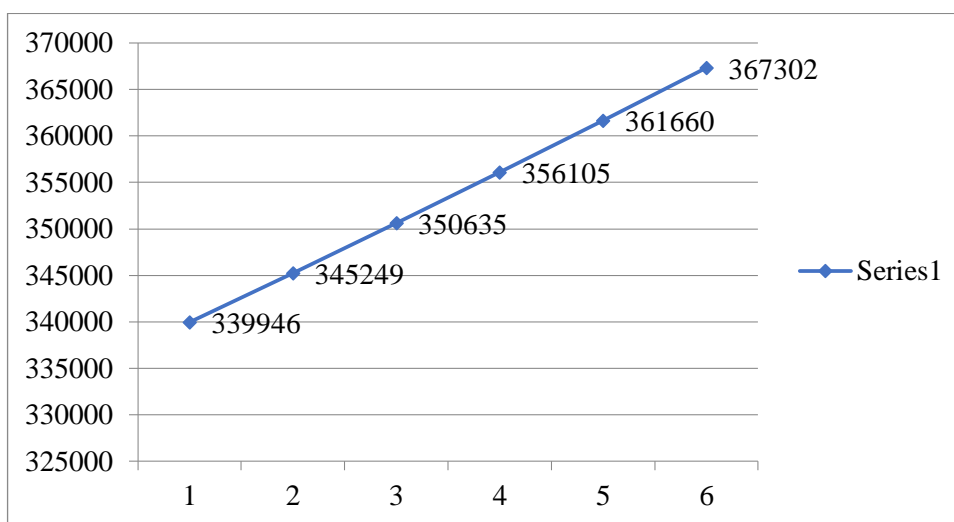


Gráfico N° 45: Proyección demanda en productos (Turistas nacionales)

Fuente: Tabla N° 58

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis:

Una vez efectuados los cálculos correspondientes se determina que la demanda en productos para el 2018 será de 339.946 basados en la frecuencia de compra, a partir de este dato para la proyección de los años posteriores se utilizó la TCP vigente (1.56%) teniendo como resultado que para el año 2022 se tendrá una demanda de 367.302 productos.

Oferta en personas (Turistas Nacionales)

De acuerdo con Baca (2013) la oferta es “la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (p. 54).

¿Compraría shikras artesanales realizadas por adultos mayores?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	267	70%
No	116	30%
Total	383	100%

Elaborado por: Duran, M (2017)

Tabla N° 57: Oferta en personas (Turistas nacionales)

Respuesta	Frecuencia	Frecuencia Mercado Objetivo	Porcentaje %
Si	267	101997	70%
No	116	43713	30%
Total	383	145710	100%

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Tabla N° 58: Proyección de la oferta en personas (Turistas nacionales)

Año	Oferta en personas	TCP
2018	43713	1.56%
2019	44395	
2020	45087	
2021	45791	
2022	46505	

Elaborado por: Duran, M. (2017)

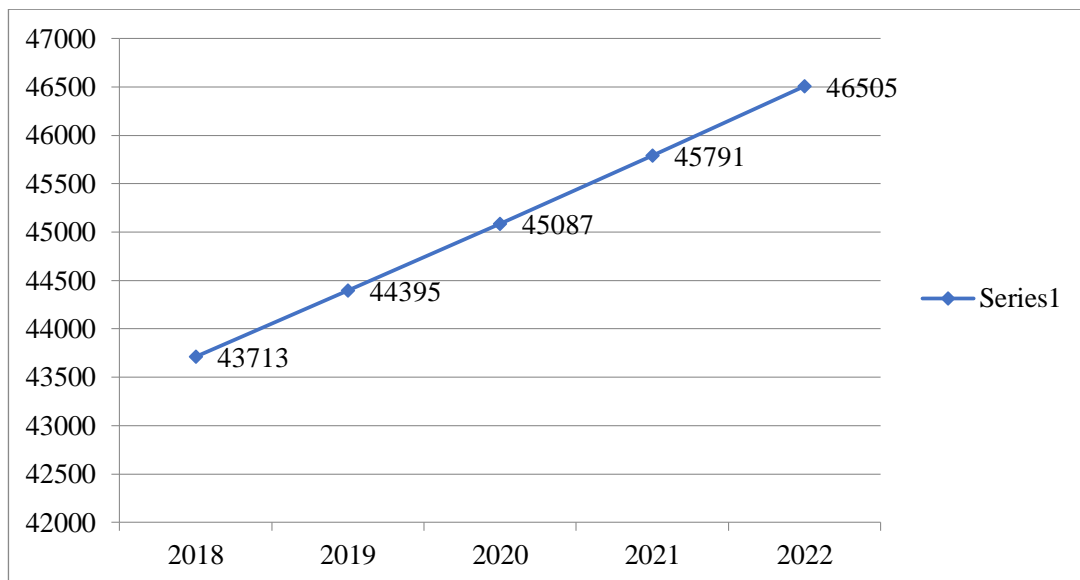


Gráfico N° 46: Proyección oferta en personas (Turistas nacionales)

Fuente: Tabla N° 60

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis:

Una vez efectuados los cálculos correspondientes tomando como referencia el porcentaje de no aceptación del producto se obtiene que para el año 2018, 43.713 personas no están dispuestas a adquirir el producto, posteriormente realizando la proyección correspondiente se tiene que para el año 2022 se tendrá una oferta de 46.505 personas.

Oferta en productos (Turistas nacionales)

¿Cada que tiempo usted visita el cantón Pujilí de la provincia de Cotopaxi?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 vez al año	121	32%	32%
2 veces al año	206	54%	85%
3 veces al año	56	15%	100%
Total	383	100%	

Elaborado por: Duran, M. (2017)

¿En su visita a Cotopaxi cuantas shikras usted compraría?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 unidad	147	38%	38%
2 unidades	185	48%	87%
3 unidades	36	9%	96%
4 unidades	10	3%	99%
Más de 4 unidades	5	1%	100%
Total	383	100%	

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Descripción	Frecuencia	Mer. Obj.	Porcentaje
1 unid	147	16778	38%
2 unid	185	21115	48%
3 unid	36	4109	9%
4 unid	10	1141	3%
Más de 4 unid	5	571	1%
Total	383	43,713	100%

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Cantidad	32%	54%	15%	Total
1 unid	5369	9060	2517	16945
2 unid	6757	11402	3167	21326
3 unid	1315	2219	616	4150
4 unid	365	616	171	1153
Más de 4 unid	183	308	86	576
Total	13988	23605	6557	44150

Elaborado por: Duran, M. (2017)

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
13988	23605	6557	44150
13988	47210	19671	80869

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Tabla N° 59: Oferta en productos (Turistas nacionales)

Oferta en productos		
FR	%	#
1 unid	31039	31039
2 unid	39062	78124
3 unid	7601	22804
4 unid	2111	8446
Más de 4 unid	1056	5279
Total	80869	145691

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Tabla N° 60: Proyección oferta en productos (Turistas nacionales)

Años	Oferta en Productos	TCP
1	145691	1.56%
2	147964	
3	150272	
4	152616	
5	154997	
6	157415	

Elaborado por: Duran, M. (2017)

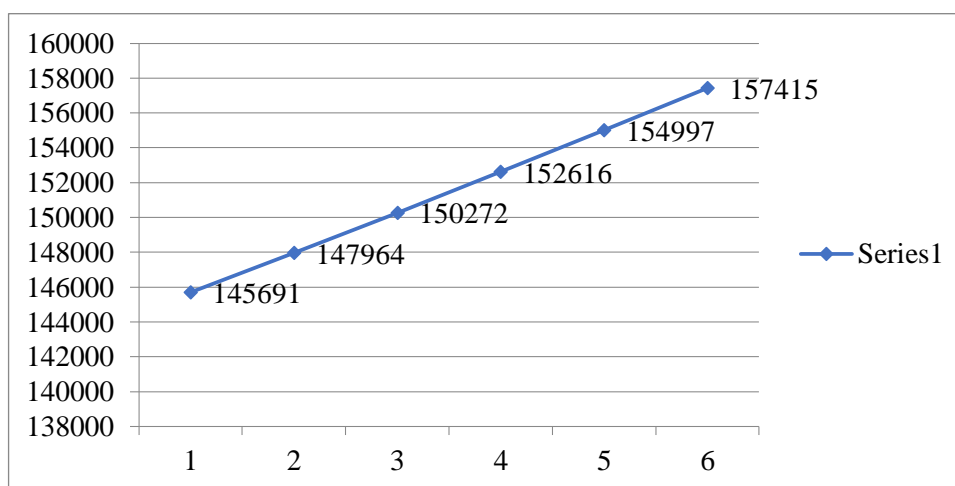


Gráfico N° 47: Proyección oferta en productos (Turistas nacionales)

Fuente: Tabla N° 62

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis:

Una vez efectuados los cálculos correspondientes con base a la cantidad de compra se determina que para el 2017 la empresa que produce shikras ofertará 145.691 unidades, mientras que para proyección de los años posteriores se utilizó la TCP (1.56%) obteniendo para el año 2022 una oferta de 157.415 unidades.

Mercado potencial para el proyecto

Demanda potencial insatisfecha en personas

De acuerdo con Baca (2013) la demanda potencial insatisfecha es “la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo” (p. 57).

Tabla N° 61: DPI en personas (Turistas nacionales)

Año	Demanda en personas (Turistas Nacionales)	Oferta en Personas (Turistas Nacionales)	DPI
1	101997	43713	58,284
2	103588	44395	59,193
3	105204	45087	60,117
4	106845	45791	61,054
5	108512	46505	62,007

Elaborado por: Duran, M. (2017)

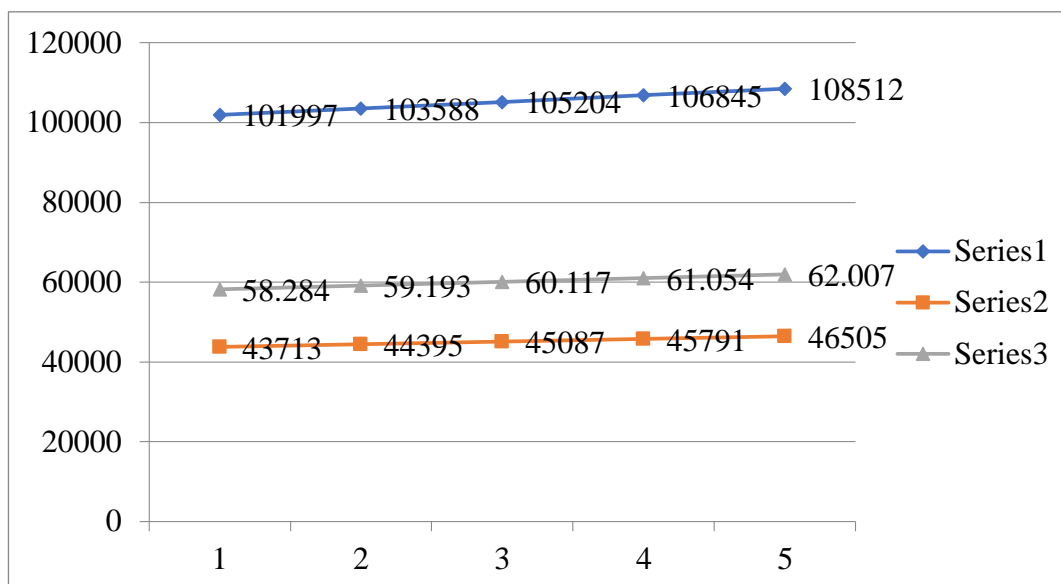


Gráfico N° 48: DPI en personas (Turistas nacionales)

Fuente: Tabla N° 63

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis

Se tiene como Demanda Potencial Insatisfecha en personas para el año 2018 de 58.284 mientras que para el año 2022 de acuerdo a las proyecciones establecidas alcanza un total de 62.007.

Demanda potencial insatisfecha en productos

Tabla N° 62: DPI en productos (Turistas nacionales)

Año	Demanda en productos (Turistas Nacionales)	Oferta en Productos (Turistas Nacionales)	DPI
1	339946	145691	194255
2	345249	147964	197285
3	350635	150272	200363
4	356105	152616	203488
5	361660	154997	206663

Elaborado por: Duran, M. (2017)

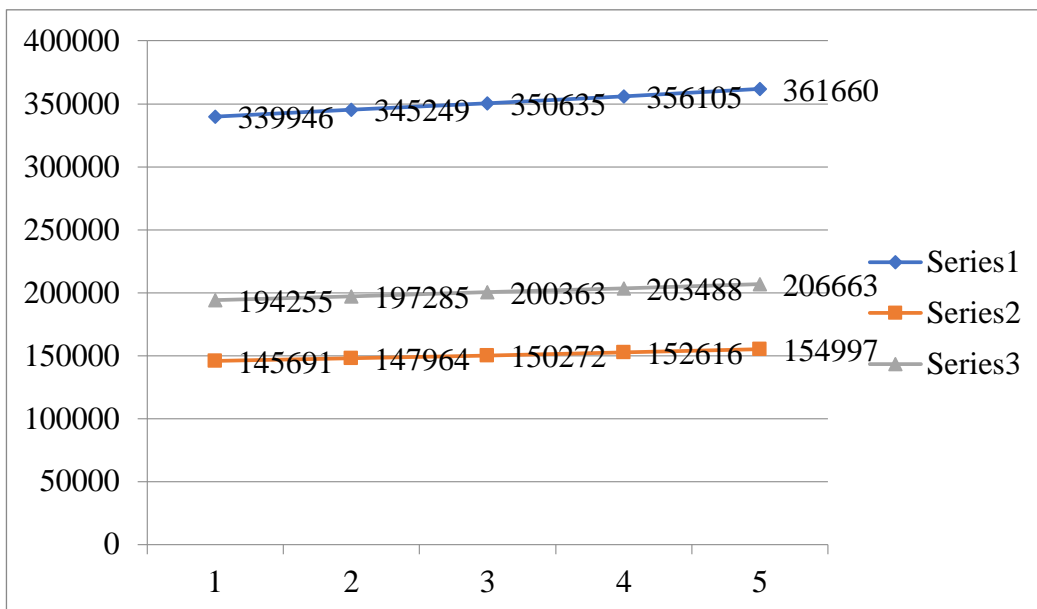


Gráfico N° 49: DPI en productos (Turistas nacionales)

Fuente: Tabla N° 64

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis

Se tiene como Demanda Potencial Insatisfecha en productos un valor de 194.255 en el año 2017 mientras que para el año 2022 la DPI en productos alcanzará un total de 206.63.

Demanda de personas (Turistas extranjeros)

¿Compraría shikras artesanales realizadas por adultos mayores?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	304	79%
No	77	20%
Total	381	99%

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Tabla N° 63: Demanda en personas (Turistas extranjeros)

Respuesta	Frecuencia	Frecuencia Mercado Objetivo	Porcentaje %
Si	304	37,071	70%
No	77	15,888	30%
Total	381	52959	100%

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Tabla N° 64: Proyección demanda en personas (Turistas extranjeros)

Año	Demanda en personas	TCP
2018	37,071	1.56%
2019	37,650	578.31
2020	38,237	587.33
2021	38,833	596.50
2022	39,439	605.80

Elaborado por: Duran, M. (2017)

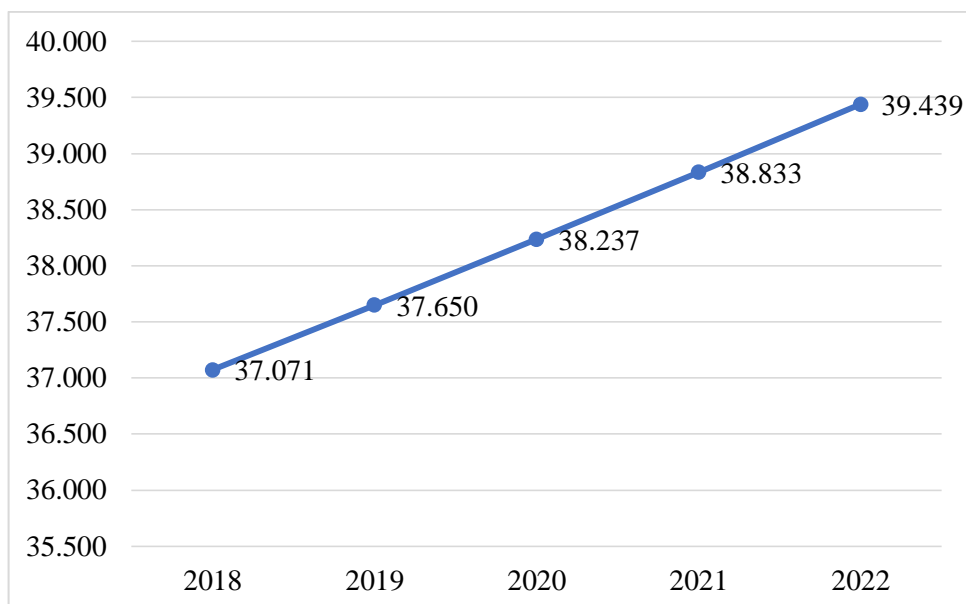


Gráfico N° 50: Proyección demanda en personas (Turistas extranjeros)

Fuente: Tabla N° 66

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis:

Una vez efectuados los cálculos correspondientes se determina que para el año 2018 la demanda de turistas extranjeros será de 37.071 personas y cada año tendrá una variación de 1,56% teniendo en el año 2022 una demanda de 39.439 personas quienes están dispuestas a adquirirán el producto producido por la empresa.

Demanda en productos (Turistas extranjeros)

¿Cada que tiempo usted visita el cantón Pujilí de la provincia de Cotopaxi?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 vez al año	9	2%	2%
2 veces al año	39	10%	13%
3 veces al año	333	87%	100%
Total	381	100%	

Elaborado por: Duran, M. (2017)

7. ¿En su visita a Cotopaxi cuantas shikras usted compraría?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 unidad	52	14%	14%
2 unidades	105	28%	41%
3 unidades	130	34%	75%
4 unidades	58	15%	91%
Más de 4 unidades	36	9%	100%
Total	381	100%	

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Descripción	Frecuencia	Mer. Obj.	Porcentaje
1 unid	52	5060	14%
2 unid	105	10217	28%
3 unid	130	12649	34%
4 unid	58	5643	15%
Más de 4 unid	36	3503	9%
Total	381	37,071	100%

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Cantidad	2%	10%	87%	Total
1 unid	120	518	4422	5060
2 unid	241	1046	8929	10217
3 unid	299	1295	11055	12649
4 unid	133	578	4932	5643
Más de 4 unid	83	359	3062	3503
Total	876	3795	32401	37071

Elaborado por: Duran, M. (2017)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
	876	3795	32401	37071
	876	7589	97203	105668

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Tabla N° 65: Demanda en productos (Turistas extranjeros)

Demanda en productos		
FR	%	#
1 unid	14422	14422
2 unid	29121	58242
3 unid	36055	108164
4 unid	16086	64344
Más de 4 unid	9984	49922
Total	105668	295093

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Tabla N° 66: Proyección demanda en productos (Turistas extranjeros)

Años	Demanda en Productos	TCP
1	295093	1.56%
2	299697	
3	304372	
4	309120	
5	313942	
6	318840	

Elaborado por: Duran, M. (2017)

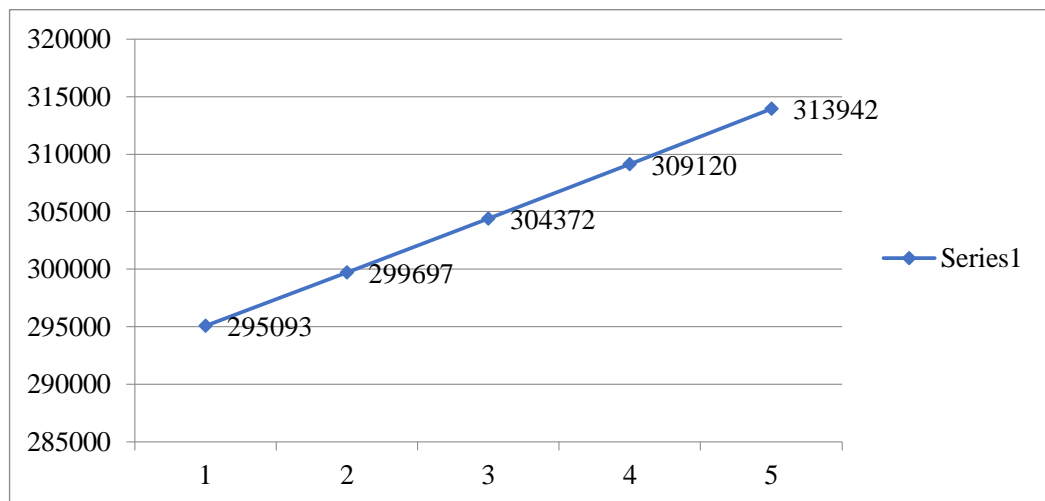


Gráfico N° 51: Proyección demanda en personas (Turistas extranjeros)

Fuente: Tabla N° 66

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis:

Una vez efectuados los cálculos correspondientes se determina que la demanda en productos para el 2017 será de 295.093 basados en la cantidad de compra, a partir de este dato para la proyección de los años posteriores se utilizó la TCP vigente (1.56%) teniendo como resultado que para el año 2022 se tendrá una demanda de 313.942 productos.

Oferta de personas (Turistas extranjeros)

¿Compraría shikras artesanales realizadas por adultos mayores?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	304	80%
No	77	20%
Total	381	100%

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Tabla N° 67: Oferta en personas (Turistas extranjeros)

Respuesta	Frecuencia	Frecuencia Mercado Objetivo	Porcentaje %
Si	304	42256	80%
No	77	10703	20%
Total	381	52959	100%

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Tabla N° 68: Proyección oferta en personas (Turistas extranjeros)

Año	Oferta en personas	TCP
2018	10703	1.56%
2019	10870	166.97
2020	11040	169.57
2021	11212	172.22
2022	11387	174.90

Elaborado por: Duran, M. (2017)

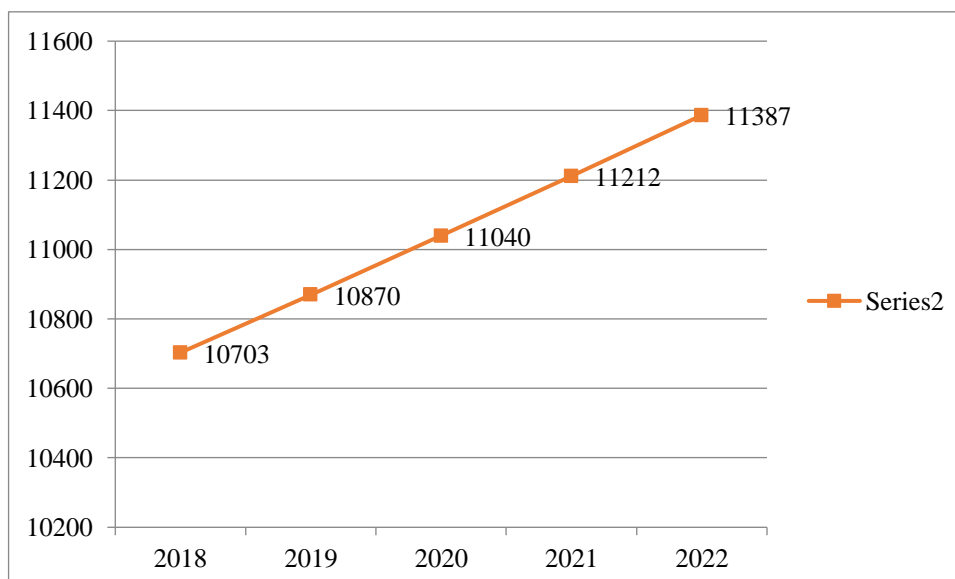


Gráfico N° 52: Proyección oferta en personas (Turistas extranjeros)

Fuente: Tabla N° 70

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis:

Una vez efectuados los cálculos correspondientes tomando como referencia el porcentaje de no aceptación del producto se obtiene que para el año 2017, 10.703 personas no están dispuestas a adquirir el producto, posteriormente realizando la proyección correspondiente a través de la TCP (1.56%) se tiene que para el año 2022 se tendrá una oferta de 11.387 personas.

Oferta en productos (Turistas extranjeros)

1. ¿Cada que tiempo usted visita el cantón Pujilí de la provincia de Cotopaxi?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 vez al año	9	2%	2%
2 veces al año	39	10%	13%
3 veces al año	333	87%	100%
Total	381	100%	

Elaborado por: Duran, M. (2017)

7. ¿En su visita a Cotopaxi cuantas shikras usted compraría?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 unidad	52	14%	14%
2 unidades	105	28%	41%
3 unidades	130	34%	75%
4 unidades	58	15%	91%
Más de 4 unidades	36	9%	100%
Total	381	100%	

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Descripción	Frecuencia	Mer. Obj.	Porcentaje
1 unid	52	1460.78	14%
2 unid	105	2950	28%
3 unid	130	3652	34%
4 unid	58	1629	15%
Más de 4 unid	36	1011	9%
Total	381	10,703	100%

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Cantidad	2%	10%	87%	Total
1 unid	34.5	150	1277	1461
2 unid	70	302	2578	2950
3 unid	86	374	3192	3652
4 unid	38	167	1424	1629
Más de 4 unid	24	104	884	1011
Total	253	1096	9355	10703

Elaborado por: Duran, M. (2017)

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
253	1096	9355	10703
253	2191	28064	30508

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Tabla N° 69: Oferta en productos (Turistas extranjeros)

Oferta en productos		
FR	%	#
1 unid	4164	4164
2 unid	8408	16815
3 unid	10409	31228
4 unid	4644	18577
Más de 4 unid	2883	14413
Total	30508	85198

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Tabla N° 70: Proyección oferta en productos (Turistas extranjeros)

Años	Oferta en Productos	TCP
1	85198	1.56%
2	86527	
3	87876	
4	89247	
5	90640	
6	92054	

Elaborado por: Duran, M. (2017)

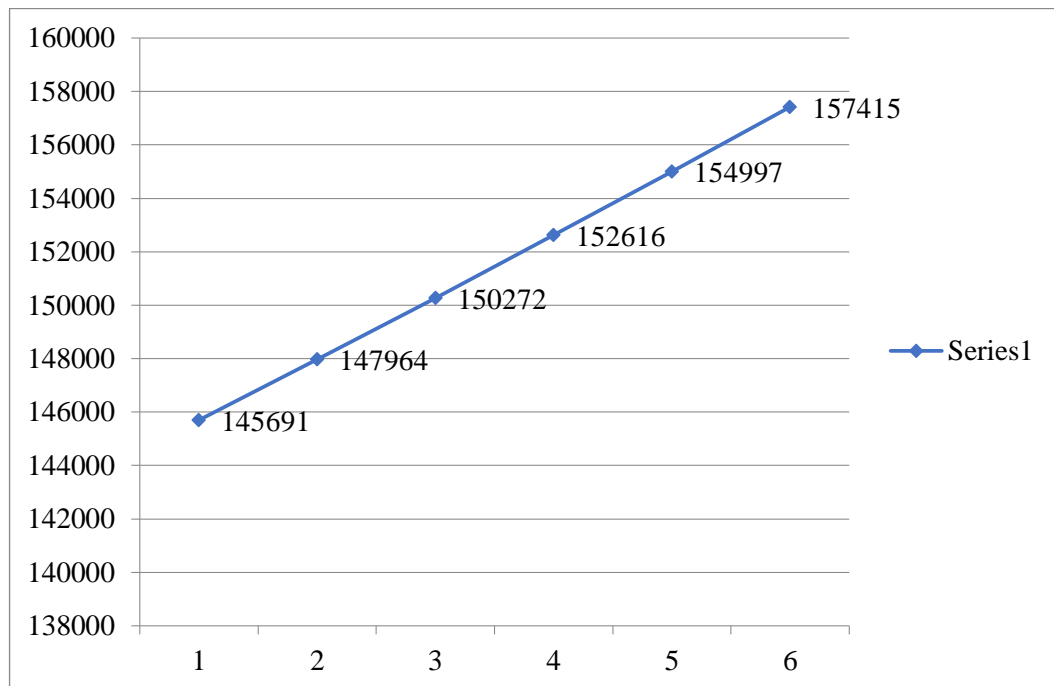


Gráfico N° 53: Proyección oferta en productos (Turistas extranjeros)

Fuente: Tabla N° 72

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Tabla N° 71: DPI en personas (Turistas extranjeros)

Año	Demanda en personas (Turistas Nacionales)	Oferta en Personas (Turistas Nacionales)	DPI
1	37071	10703	26,368
2	37650	10870	26,780
3	38237	11040	27,197
4	38833	11212	27,622
5	39439	11387	28,053

Elaborado por: Duran, M. (2017)

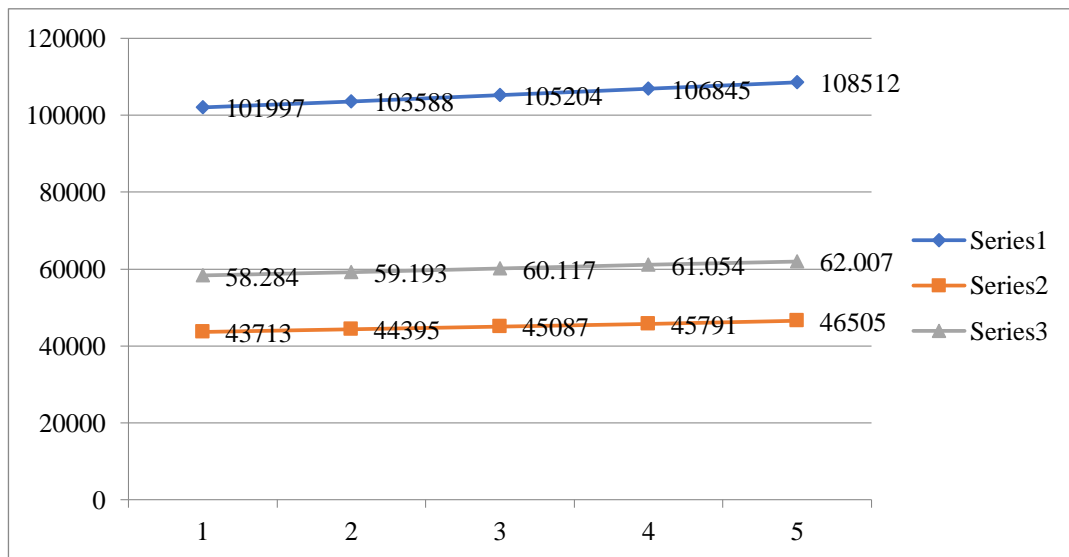


Gráfico N° 54: DPI en personas (Turistas extranjeros)

Fuente: Tabla N° 73

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Tabla N° 72: DPI en productos (Turistas extranjeros)

Año	Demanda en productos (Turistas Nacionales)	Oferta en Productos (Turistas Nacionales)	DPI
1	%	85198	#¡VALOR!
2	943548140	86527	943461613
3	1168202459	87876	1168114582
4	521198020	89247	521108773
5	323502219	90640	323411580

Elaborado por: Duran, M. (2017)

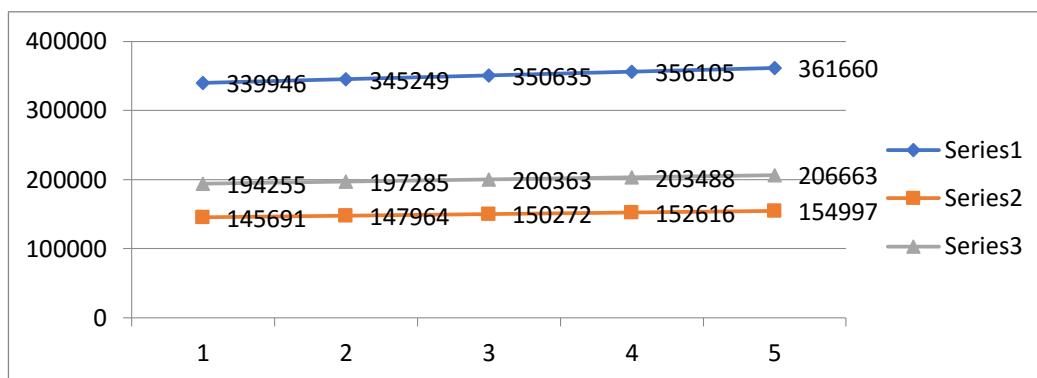


Gráfico N° 55: DPI en productos (Turistas extranjeros)

Fuente: Tabla N° 74

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Precio

De acuerdo con Baca (2013) define al precio como “la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o un servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (p. 61).

¿Cuál es el precio promedio que usted pagaría por una shikra en general?

Tabla N° 73: Pregunta para obtener el precio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
20 dólares	353	92%	92%
25 dólares	30	8%	100%
30 dólares	0	0%	100%
35 dólares	0	0%	100%
Total	383	100%	

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Tabla N° 74: Proyección del precio

Año	Precio	Inflación
1	\$ 20,00	3,67%
2	\$ 20,73	
3	\$ 21,49	
4	\$ 22,28	
5	\$ 23,10	
6	\$ 23,95	

Elaborado por: Duran, M. (2017)

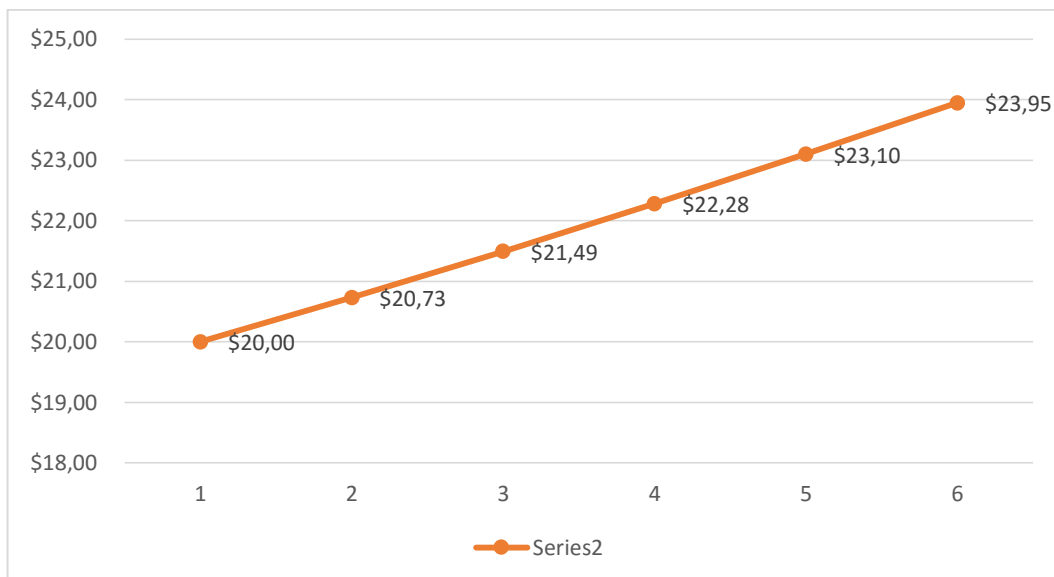


Gráfico N° 56: Proyección del precio

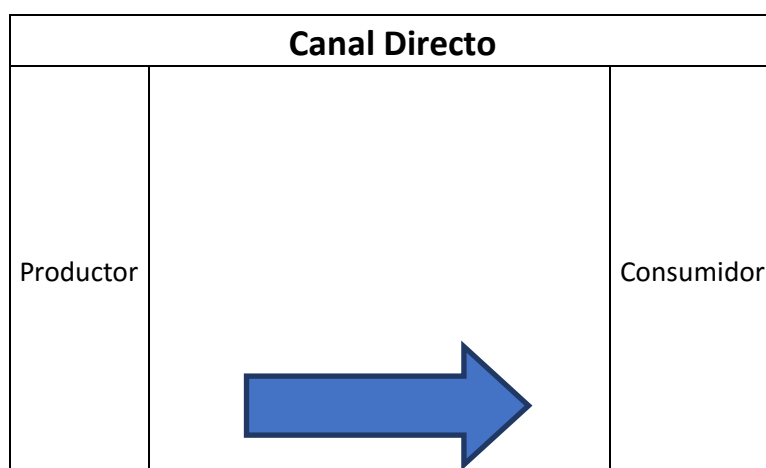
Fuente: Tabla N° 76

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis:

En la encuesta realizada se obtuvo que \$ 20,00 es el precio base que las personas estarían dispuestas a pagar por una shikra, por lo cual a través del cálculo del precio con la inflación se va a tener los siguientes valores a través de la proyección: en el 2017 \$ 12,00, en el 2018 \$ 20,73, en el 2019 \$ 21,49, en el 2020 \$ 22,28 y en el 2021 \$ 23,10.

Sistema de distribución



Elaborado por: Duran, M. (2017)

Estudio técnico

El mercado constituye el lugar destinado para reunir tanto a compradores como vendedores de productos a cambio de un beneficio económico (dinero). Por otro lado, necesariamente hay que tomar en consideración ciertos aspectos tales como oferta, demanda, precio, calidad del producto, promociones y gustos, preferencias de los consumidores.

En el mercado se determina el precio del producto tomando en cuenta el comportamiento de la oferta y la demanda. Es decir, el estudio de mercado permitirá conocer ciertas características de cada uno de los consumidores, por ejemplo: que quiere comprar, cuando va a comprar, cuanto está decidido a pagar por el producto, etc.

En el país, es indudablemente el uso de este tipo de producto como son las artesanías, bordados de las mochilas y bolsos pues de acuerdo a un estudio realizado en el año 2016 se registra un incremento del turismo en un 14% en relación al año 2015.

Localización óptima de la planta

Macro localización

La asociación productora y comercializadora de shikras se encontrará ubicada en el Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi.

Micro localización

La planta productora y comercializadora de shikras se encontrará ubicada en la comunidad Guayama, Parroquia Zumbahua.

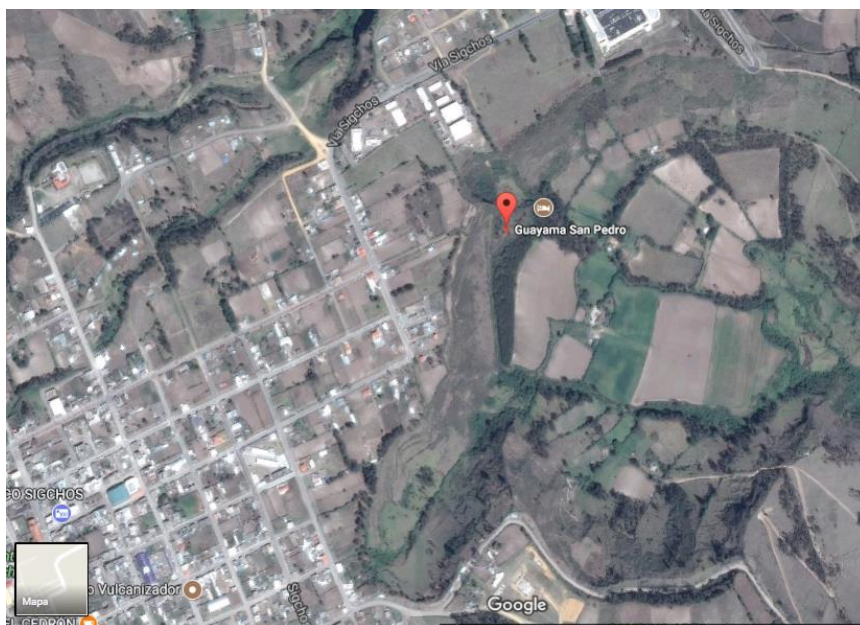


Gráfico N° 57: Micro localización
Fuente: Google maps
Elaborado por: Duran, M. (2017)

Ingeniería del proyecto

Para Baca (2013) la ingeniería del proyecto se encarga de resolver todo lo concerniente a “instalaciones y funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productora” (p. 112).

Producto-Proceso.

De acuerdo con Baca (2013) el proceso de producción puede ser definido como: “el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura” (p. 112).

El proceso para la elaboración de shikras por los adultos mayores se resume a continuación en la siguiente tabla.

Proceso de producción

Tabla N° 75: Proceso de producción

N°	Actividades	Descripción	Tiempo
1	Corte de pencas	El corte consiste en desprender de la planta periódicamente un número determinado de hojas	180 m
2	Desfibrado	Consiste en separar la cabuya de las pencas	60 m
3	Lavado de la fibra	Una vez que se haya desfibrado, la siguiente actividad consiste en el lavado de la fibra	120 m
4	Secado de la fibra	Luego de lavar la fibra se pone en unos pingos para que le de sol y pueda secarse para continuar con la siguiente actividad	60 m
5	Tinturado	Consiste en aplicar color a la fibra con un tinte especial para fique.	60 m
6	Escarmenado	Consiste en despegar y desenredar las fibras, pasando los manojos de fique secos a través de un cepillo de clavos con el fin de limpiarlo y peinarlo. También se realiza con máquinas.	60 m
7	Hilado	Consiste en hilar la fibra obtenida de las actividades anteriores puede hacerse de forma manual o a través de una máquina	60 m
8	Tejido de Shikras	Consiste en la elaboración del producto	1440 m
9	Terminado	Consiste en los detalles finales del producto	300 m
10	Empacado	Consiste en enfundar el producto para la comercialización	60 m
	Fin		2400 m

Estudio de tiempos (Proceso de producción)

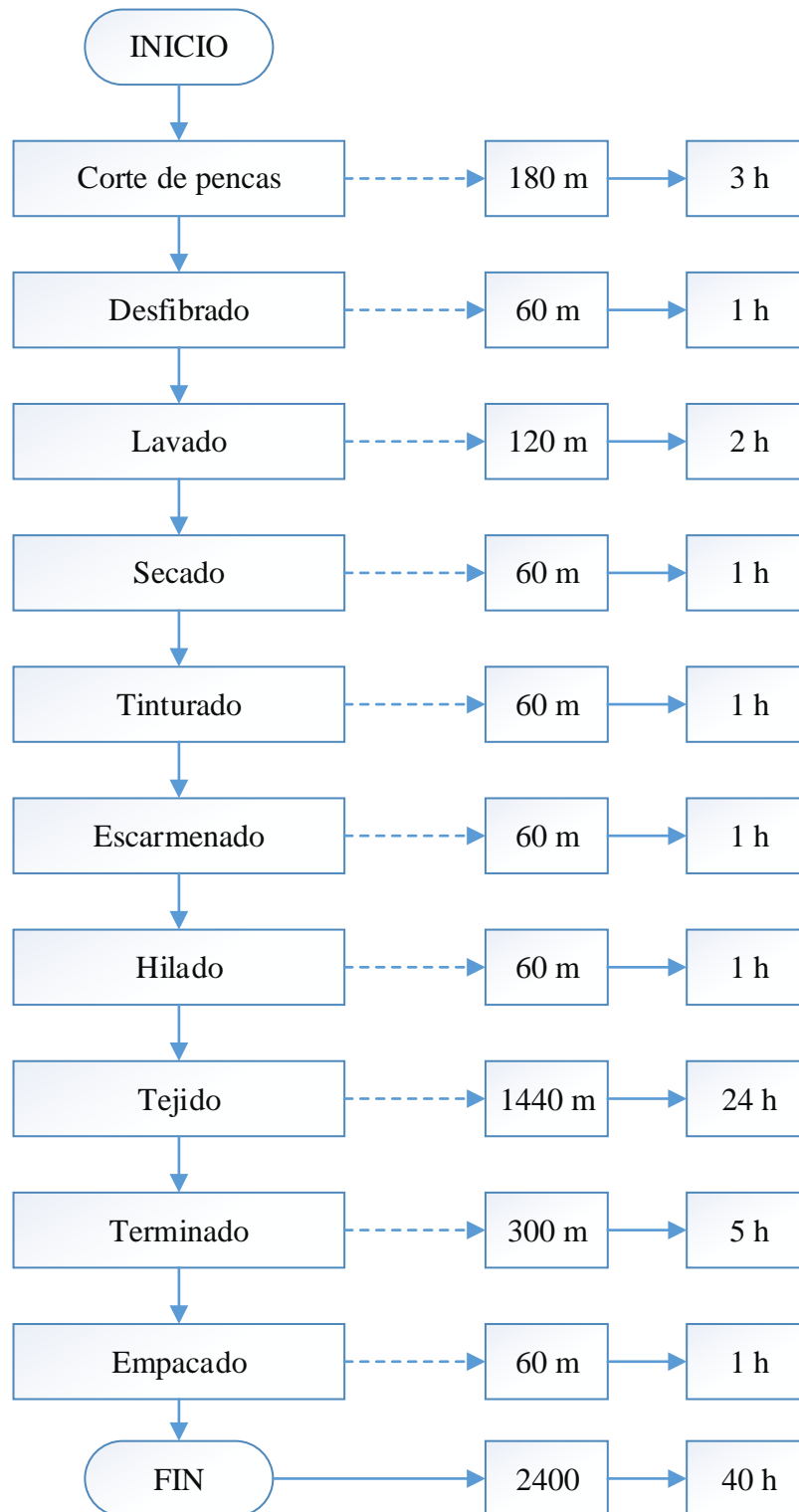


Gráfico N° 58: Estudio de tiempos
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis

En el diagrama de bloques propuesto se observa y se identifica diez procesos, mismos que se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

- Corte de pencas, esta actividad al ser manual conlleva un tiempo de 180 minutos,
- Desfibrado, consiste en separar la cabuya de las pencas, y obtener fibra esta actividad será desarrollada en la maquina desfibradora y tendrá un tiempo de ejecución de aproximadamente 60 min.,
- Lavado de la fibra: una vez que se cuente con la fibra suficiente para la producción mensual se realiza el lavado de la fibra con abundante agua esta actividad es netamente manual y tiene una duración de 120 min.,
- Secado, para esta actividad es necesario contar con palos largos (pingos) entrelazados con alambre para distribuir la fibra para que se seque esta actividad durara en promedio 60 min.,
- Tinturado, consiste en aplicar color a la fibra con un tinte especial para fique, esta actividad tiene una duración de 60 minutos,
- Escarmenado, consiste en despegar y desenredar las fibras, con el fin de limpiarlo y peinarlo, esta actividad conlleva un tiempo de 60 minutos,
- Hilado, es el último paso en el proceso de preparación de la fibra. Esta actividad será desarrollada por la maquina hiladora y en promedio el tiempo para procesar lo necesario para la producción semanal será 60 minutos,
- El fique escarmenado y tinturado se amarra longitudinalmente a un madero de donde se sacan haces de fibra que se van estirando y calibrando en el torno para formar así el hilo continuo, en esta actividad el tiempo a emplear será de 50 minutos,
- Tejido, consiste en la elaboración del producto donde el tiempo a emplear será de 1440 minutos, es decir 24 horas, cabe recalcar que en este proceso son donde las personas de la tercera edad emplearan la mayor cantidad de tiempo pues esta actividad es ejecutada de forma manual hasta conseguir el diseño deseado,

- Terminado, consiste en los detalles finales del producto, en esta actividad el tiempo a emplear será de 300 minutos,
- Finalmente, el Empaquetado, consiste en enfundar el producto para la comercialización esta actividad tendrá una duración de 60 minutos

Dentro de los procesos a desarrollar para obtener el producto final (shikras) se deberá emplear un tiempo de 2400 minutos, es decir 40 horas, en donde las jornadas de trabajo serán de 8 horas de lunes a viernes como lo estipula la ley.

Ritmo de producción

Tabla N° 76: Ritmo de producción

	1 trabajador	401 trabajadores
Semanal	4	1604
Mensual	16	6416
Anual	192	76992

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Para el presente proyecto se considerará que una persona (adulto mayor) en promedio se demorará en realizar 4 shikras una semana, es decir, 160 mensuales y 192 anuales, pero como el proyecto acogerá a 401 personas se estima que exista una producción semanal de 1604 unidades, 6416 unidades mensuales y 76992 unidades anuales. Cabe señalar que se proyecta que estas personas trabajen 8 horas diarias de lunes a viernes.

Dentro del presente proyecto, se tomará en cuenta los siguientes aspectos a fin de mejorar y ayudar de alguna manera a mejorar la producción que realicen los adultos mayores que serán los ejecutores del proyecto.

Descripción de instalaciones, equipos y personas

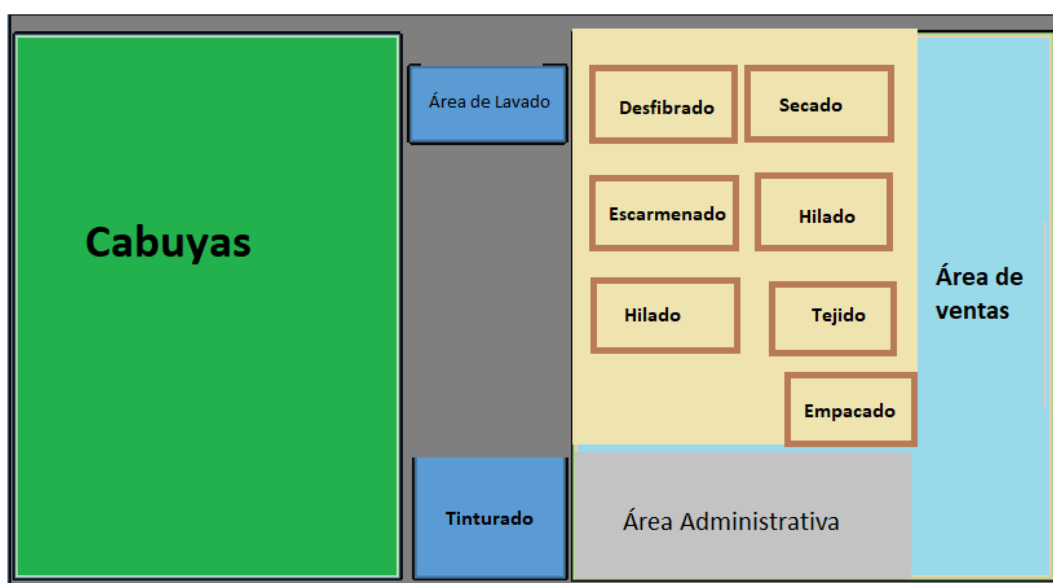


Gráfico N° 59: Descripción de instalaciones

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Duran, M. (2017)

Tabla N° 77: Maquinaria

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Precio Unitario	Total
				\$ 24.000,00
1,00	Und	Desfibradora	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00
1,00	Und	Hiladora	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
1,00	Und	Escarmenadora	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
4,00	Und	Máquina de coser	\$ 500,00	\$ 2.000,00

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Tabla N° 78: Equipo de computo

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Precio Unitario	Total
				\$ 1.070,00
1,00	Und	Computadora	\$ 750,00	\$ 750,00
1,00	Und	Impresora Epson L555	\$ 320,00	\$ 320,00

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Tabla N° 79: Muebles y enseres

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Precio Unitario	Total
		MUEBLES Y ENSERES		\$ 1.476,00
3,00	unid	Vitrinas	\$ 180,00	\$ 540,00
2,00	Unid	Estanterías	\$ 120,00	\$ 240,00

2,00	Und	Escritorio	\$ 120,00	\$ 240,00
4,00	Und	Sillas	\$ 34,00	\$ 136,00
2,00	Und	Silla Gerencial	\$ 160,00	\$ 320,00

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Tabla N° 80: Servicio básicos

Servicios Básicos			
Descripción	Consumo Anual	Precio Unitario	Precio Total
Luz	15000 w	200	2400
Agua	2000 m3	100	1200
Teléfono	1500 min	80	960
Internet	Plan ilimitado	30	360
Tv Cable		50	600
TOTAL			5.520,00

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Tabla N° 81: Descripción de personas

Personal Administrativo	N° de Personas
Administrador	1
Contador	1
Personal de Producción	
Corte de pencas	401
Desfibrado	
Lavado	
Secado	
Tinturado	
Escarmenado	
Hilado	
Tejido	
Terminado	
Empacado	
Personal Ventas	
Vendedor	1
Total	404

Elaborado por: Durán, F. (2017)

El personal involucrado dentro del presente estudio se describe en la Tabla N° en donde se establece un total de 404 personas que integrarán el proyecto, mismos que se encuentran distribuidos de la siguiente manera: personal administrativo 2 (gerente y contador), personal de ventas 1 (vendedor) y personal de producción con un total de 401 personas.

Costo variable unitario

En este apartado se describe los valores de producción y además de obtiene cuanto le cuesta producir una unidad (shikra) a la asociación.

Materiales indirectos:

Shikras	Tela	Costo	Costo
1	0,25	1	\$ 0,80
76992	19248	0,25	\$ 0,20
Shikras	Botones		
1	2	1	\$ 0,05
76992	153984	2	\$ 0,10
Shikras	Hilos		
1	0,025	1	\$ 2,50
76992	1924,8	0,025	\$ 0,06
Shikras	Cierres		
1	1	1	\$ 0,25
76992	76992	1	\$ 0,25
Shikras	Fundas		
1	1	1	\$ 0,05
76992	76992	1	\$ 0,05
Shikras	Etiquetas		
1	1	1	\$ 0,45
76992	76992	1	\$ 0,45
Shikras	Tintes		
1	0,001136364	1	\$ 25,00
76992	87,49090909	0,001136364	\$ 0,03
Shikras	Grasa vegetal		
1	0,002272727	1	\$ 5,00
76992	174,9818182	0,002272727	\$ 0,01
Agujas de mano			\$ 0,00023
Agujas de máquina			\$ 0,00078
Total Materiales Indirectos			\$ 1,15

En relación a los materiales indirectos utilizados el costo total por unidad es de \$1.15 en donde se tomó en cuenta los siguientes materiales: tela, botones, hilos, cierres, fundas, etiquetas, tintes, grasa vegetal y agujas.

Servicios básicos (Luz)

De acuerdo al cálculo realizado en promedio se obtuvo un costo mensual de este servicio de \$ 200,00, como se proyecta al mes producir una cantidad total de shickras de 6416 und., el costo total por unidad es de \$ 0,03.

Mano de obra

Dentro de este apartado se proyecta de forma mensual tener un costo de \$150.375,00, mientras que la producción será de 6.416 unidades dando como resultado un costo total por unidad de \$ 23,44.

Bajo estas características a continuación en la siguiente tabla se resumen los valores obtenidos en relación al costo total por unidad:

Tabla N° : Resumen de costos por unidad

Materiales indirectos	\$ 1,15
Luz	\$ 0,03
Mano de Obra	\$ 23,44
Total	\$ 24,62

Elaborado por: Durán, M. (2017)

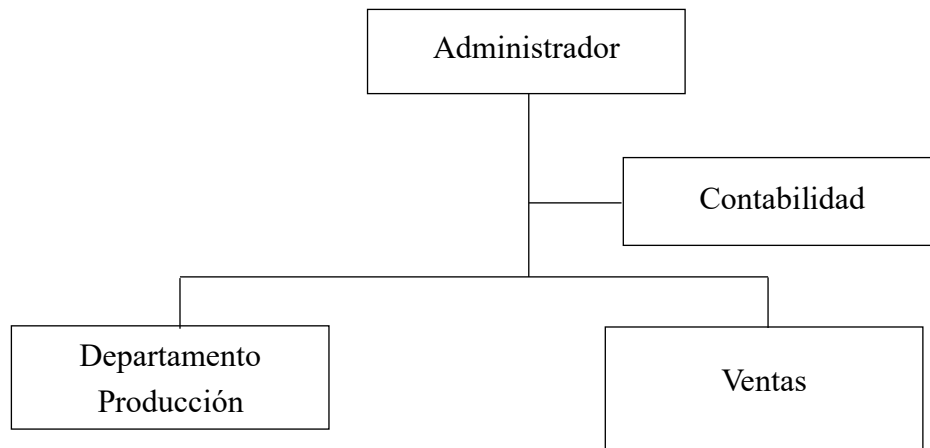
Es decir a la asociación en promedio de cuesta alrededor de \$ 24,62 producir una shikra.

Estudio Administrativo

Organigrama estructural

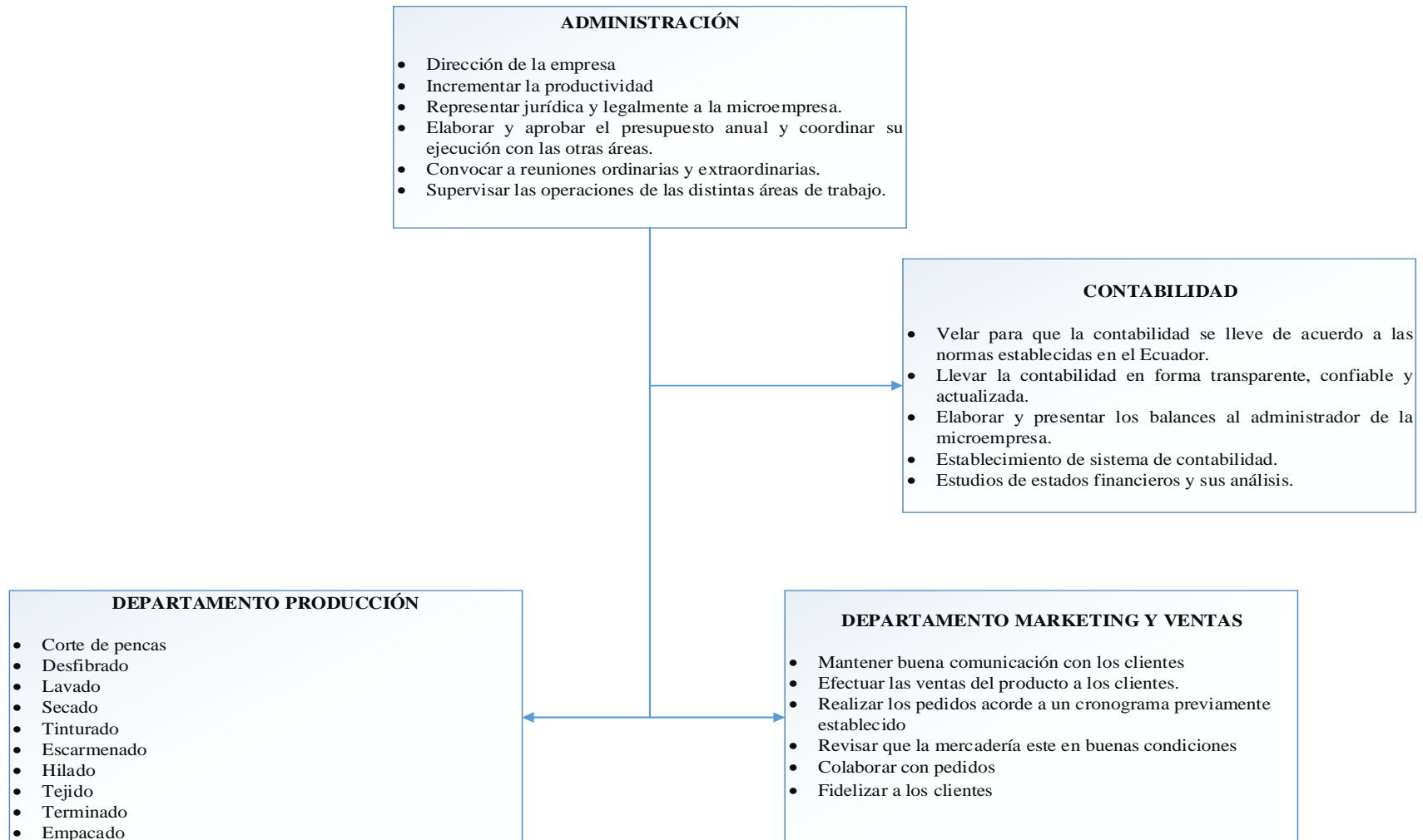
Bajo la perspectiva de Llamas (2013) indica que el organigrama estructural: “representa de forma simple las unidades bajo las que se estructura la organización” (p. 11).

El objetivo fundamental del organigrama estructural es plantear guías, parámetros y el proceso necesario para el equipo de trabajo con la misión de alcanzar el propósito principal institucional. Toda organización consta fundamentalmente de una estructura organizacional de acuerdo a sus necesidades, a partir de la cual es posible organizar las actividades, procesos y funcionamiento de la empresa.



Elaborado por: Durán, F. (2017)

Organigrama funcional



Elaborado por: Durán, F. (2017)

Estudio Financiero

Plan de inversiones

Bajo la perspectiva de Jóvenes Empresarios (2014) el plan de inversiones puede ser descrito como:

Aquel método que recoge los elementos materiales necesarios para el inicio y posterior desarrollo de la actividad de una empresa u organización, además recoge también el listado exhaustivo de todos los elementos materiales que serán útiles dentro del proyecto, su cuantificación económica y el momento en que se prevé su adquisición e incorporación dentro de la empresa.

Bajo estas características que menciona el autor se puede sacar como conclusión que el plan de inversiones es un modelo que recoge un listado de todos los materiales conjuntamente con su cuantía económica de manera que el objetivo primordial que persigue es guiar las inversiones hacia un sendero más seguro. A continuación, dentro de la Tabla N° 84, se establece la inversión inicial.

Tabla N° 82: Inversión inicial

INVERSION INICIAL				
Cant	Unidad de medida	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
		CONSTRUCCIÓN		\$ 9.800,00
1,00	Proforma	Construcción del área de lavado	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
1,00	Proforma	Construcción del área de producción (desfibrado, escarmenado e hilado)	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
1,00	Proforma	Construcción del área de comercialización	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
1,00	Proforma	Construcción baño	\$ 800,00	\$ 800,00
		ADECUACIONES		\$ 306,00
		Adecuación del área de secado		\$ 258,00
10,00	Libras	Alambre	\$ 1,80	\$ 18,00
20,00	Unidad	Pingos de 2mt	\$ 12,00	\$ 240,00
		Adecuación área de tinturado		\$ 48,00
4,00	und	Varillas	\$ 12,00	\$ 48,00
		MUEBLES Y ENSERES		\$ 1.476,00
3,00	unid	Vitrinas	\$ 180,00	\$ 540,00
2,00	Unid	Estanterías	\$ 120,00	\$ 240,00
2,00	Und	Escritorio	\$ 120,00	\$ 240,00
4,00	Und	Sillas	\$ 34,00	\$ 136,00

2,00	Und	Silla Gerencial	\$ 160,00	\$ 320,00
		MAQUINARIA Y EQUIPO		\$ 25.345,10
		Maquinaria		\$ 24.000,00
1,00	Und	Desfibradora	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00
1,00	Und	Hiladora	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
1,00	Und	Escarmenadora	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
4,00	Und	Máquina de coser	\$ 500,00	\$ 2.000,00
		Equipo		\$ 1.345,10
5,00	und	Calderos	\$ 50,00	\$ 250,00
5,00	und	Palos de mecer	\$ 5,00	\$ 25,00
750,00	Und	Crochet	\$ 1,00	\$ 750,00
14,00	Und	Tijeras industriales	\$ 8,00	\$ 112,00
4,00	Und	Tijeras normales	\$ 0,45	\$ 1,80
4,00	Und	Chuchillo	\$ 1,70	\$ 6,80
4,00	Und	Machetes	\$ 12,00	\$ 48,00
14,00	Und	Guantes	\$ 3,25	\$ 45,50
1,00	Und	Kit de herramientas	\$ 25,00	\$ 25,00
1,00	Und	Botiquín	\$ 25,00	\$ 25,00
1,00	Und	Extintor de incendio	\$ 35,00	\$ 35,00
2,00	Und	Basureros internos	\$ 3,00	\$ 6,00
3,00	Und	Basureros externos	\$ 5,00	\$ 15,00
		EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		\$ 1.070,00
1,00	Und	Computadora	\$ 750,00	\$ 750,00
1,00	Und	Impresora Epson L555	\$ 320,00	\$ 320,00
		COSTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 52,00	\$ 97,00
1,00	Und	Patente municipal	\$ 25,00	\$ 25,00
1,00	Und	Transporte (Municipio, bomberos)	\$ 15,00	\$ 15,00
1,00	Und	Formulario Uso de suelo	\$ 1,00	\$ 1,00
1,00	Und	Formulario Patente	\$ 1,00	\$ 1,00
1,00	Und	Solicitud (dirigida Sr. Alcalde)	\$ 5,00	\$ 5,00
10,00	Und	Copias tramite RUC	\$ 5,00	\$ 50,00
		TOTAL		\$ 38094,10

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis

El presupuesto de inversión se lo elabora a través del detalle de la inversión inicial que se va a realizar para la producción y posterior comercialización de artesanías propias de este lugar (shikras); este rubro se gastará por una sola ocasión y través de la cual la empresa podrá obtener autonomía propia. Bajo esta consideración dentro del presente estudio la inversión inicial ostenta un rubro total

de \$ 38.094,10 y está compuesta por los siguientes valores: construcción por un valor total de \$ 9.800,00, adecuaciones por un valor de \$ 306,00, muebles y enseres por un valor de \$ 1.476,00, maquinaria y equipo por un valor de \$ 25.345,10, equipos de computación por un valor de \$ 1.070,00 y costos de constitución por un valor de \$ 97,00.

Capital de trabajo

Para Baca (2013) el capital de trabajo se conceptualiza de la siguiente manera “desde el punto de vista contable representa la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante y desde el punto de vista práctico está representado por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa” (p. 177).

Tabla N° 83: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
N° CUENTAS	DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)
1	Efectivo	\$ 3.809,41
2	Construcción	\$ 9.800,00
3	Adecuaciones	\$ 306,00
4	Muebles y enseres	\$ 1.476,00
5	Maquinaria y equipo	\$ 25.345,10
6	Equipos de computación	\$ 1.070,00
7	Costos de constitución	\$ 97,00
	TOTAL	\$ 41.903,51

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Dentro del presente estudio el capital de trabajo tiene un valor total de \$ 41.903,51 y se encuentra estructurado por el efectivo que corresponde al 10% de la inversión inicial (\$ 3.809,41), construcción \$ 9.800,00, adecuaciones \$ 306,00, muebles y enseres \$ 1.476,00, maquinaria y equipo \$ 25.345,10, equipos de computación \$ 1.070,00 y costos de constitución \$ 97,00.

Forma de financiamiento

De acuerdo con Jiménez (2015) el plan de financiamiento representa un medio que ayuda a determinar de qué manera se puede financiar económicamente el proyecto,

qué capital se requiere para cubrir las necesidades de inversión inicial creando un valor en la empresa u organización, al generar liquidez, posicionamiento y competitividad a nivel del producto, se logrará una capacidad financiera rentable.

Tabla N° 84: Forma de financiamiento

FORMA DE FINANCIAMIENTO			
DESCRIPCIÓN	TOTAL(USD)	PARCIAL (%)	TOTAL (%)
Recursos propios		30%	30%
Efectivo	\$ 12.571,05		
Recurso de terceros		70%	70%
Préstamo bancario	\$ 29.332,46		
TOTAL	\$ 41.903,51		100%

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis

La forma de financiamiento para el presente estudio se divide de la siguiente manera: 30% será a través de recursos propios, porcentaje que representa \$ 12.571,05, mientras que el 70% se obtendrá a través de un préstamo bancario por una cifra de \$ 29.332,46 con una tasa de interés del 11,75%.

Cálculo de costos y gastos

De acuerdo con Arboleda (2013) el término costos es definido como “representa la suma total de las erogaciones en las que incurre una persona para la compra de un bien o servicio, con la perspectiva que en un futuro estas generen ingresos rentables” (p. 10).

Tabla N° 85: Costos de producción

Costos de producción			
Descripción	Consumo anual	Precio Unitario	Precio Total
Materiales indirectos			\$ 88.793,78
Tela	19248 m	\$ 0,80	\$ 15.398,40
Botones	153984 u	\$ 0,05	\$ 7.699,20
Hilo	1924,8 r	\$ 2,50	\$ 4.812,00
Cierres	76992 u	\$ 0,25	\$ 19.248,00
Agujas de mano	12 p	\$ 1,50	\$ 18,00

Agujas de máquina	12 p	\$ 5,00	\$ 60,00
Fundas	76992 u	\$ 0,05	\$ 3.849,60
Etiquetas	76992 u	\$ 0,45	\$ 34.646,40
Tintes	87,49090909 kg	\$ 25,00	\$ 2.187,27
Grasa vegetal	174,9818182 kg	\$ 5,00	\$ 874,91
Descripción	Valor	% de Dep.	Dep. Anual
Depreciaciones			\$ 3.017,56
Muebles y enseres			\$ 147,60
Vitrinas	\$ 540,00	10%	\$ 54,00
Estanterías	\$ 240,00	10%	\$ 24,00
Escritorio	\$ 240,00	10%	\$ 24,00
Sillas	\$ 136,00	10%	\$ 13,60
Silla Gerencial	\$ 320,00	10%	\$ 32,00
Maquinaria y equipo			\$ 2.516,86
Maquinaria	\$ 24.000,00		\$ 2.400,00
Desfibradora	\$ 14.000,00	10%	\$ 1.400,00
Hiladora	\$ 6.000,00	10%	\$ 600,00
Escarmenadora	\$ 2.000,00	10%	\$ 200,00
Máquina de coser	\$ 2.000,00	10%	\$ 200,00
Equipo	\$ 1.168,60		\$ 116,86
Calderos	\$ 250,00	10%	\$ 25,00
Crochet	\$ 750,00	10%	\$ 75,00
Tijeras industriales	\$ 112,00	10%	\$ 11,20
Tijeras normales	\$ 1,80	10%	\$ 0,18
Cuchillo	\$ 6,80	10%	\$ 0,68
Machetes	\$ 48,00	10%	\$ 4,80
Equipos de computación	\$ 1.070,00		\$ 353,10
Computadora	\$ 750,00	33%	\$ 247,50
Impresora Epson L555	\$ 320,00	33%	\$ 105,60
Descripción	Consumo Anual	Precio Unitario	Precio Total
Costos de Mantenimiento			\$ 850,00
Máquina desfibradora	2 (semestral)	\$ 100,00	\$ 200,00
Máquina escarmenadora	2 (semestral)	\$ 100,00	\$ 200,00
Máquina hiladora	2 (semestral)	\$ 100,00	\$ 200,00
Máquina de coser	2 (semestral)	\$ 50,00	\$ 100,00
Computadora	2 (semestral)	\$ 50,00	\$ 100,00
Impresora	2 (semestral)	\$ 25,00	\$ 50,00
Descripción	Consumo anual	Precio Unitario	Precio Total
Mano de Obra directa			1804500
Personal para producción	401	375	1804500
Total			\$ 1.897.161,34

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis

De acuerdo con Sánchez, (2012) establece el siguiente epígrafe “el costo de producción es la suma de todos los gastos o dinero invertido en el proceso de producción” (p. 117). En este caso los costos en los que va a incurrir el proyecto dentro del proceso productivo son materiales indirectos por un valor de \$ 88.793,78, cargo depreciación por \$ 3.017,56, mantenimiento maquinaria y equipo por \$ 850,00 y mano de obra por \$ 1.804.500,00, dando un valor total por este concepto de \$ 1.897.161,34.

Proyección de costos de producción

Para poder ejecutar la proyección en cuanto a los costos de producción se refiere se trabajó con la tasa de inflación a julio 2017 que fue de 0.10%.

Tabla N° 86: Proyección de costos de producción

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales indirectos	\$ 88.793,78	\$ 88.882,58	\$ 88.971,46	\$ 89.060,43	\$ 89.149,49
Depreciaciones	\$ 3.017,56	\$ 3.017,56	\$ 3.017,56	\$ 3.017,56	\$ 3.017,56
Costos de Mantenimiento	\$ 850,00	\$ 850,85	\$ 851,70	\$ 852,55	\$ 853,41
Mano de Obra directa	\$ 1.804.500,00	\$ 1.804.500,00	\$ 1.804.500,00	\$ 1.804.500,00	\$ 1.804.500,00
Total	\$ 1.897.161,34	\$ 1.897.250,99	\$ 1.897.340,72	\$ 1.897.430,54	\$ 1.897.520,46

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis

Una vez realizado los cálculos correspondientes con la tasa de inflación del (0.10%) se tienen los siguientes valores: para el año 1 el costo total de producción será de \$ 1.897.161,34, para el año 2 será de \$ 1.897.250,99, para el año 3 será de \$ 1.897.340,72, para el año 4 será de \$ 1.897.430,54 y para el año 5 será de \$ 1.897.520,46.

Gastos Administrativos

Tabla N° 87: Costos administrativos

Descripción	Consumo Anual	Precio Unitario	Precio Total
Servicios Básicos			\$ 5.520,00
Luz	15000 w	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Agua	2000 m ³	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Teléfono	1500 min	\$ 80,00	\$ 960,00
Internet	Plan ilimitado	\$ 30,00	\$ 360,00
Tv Cable	Plan Básico	\$ 50,00	\$ 600,00
Sueldos y Salarios			\$ 18.211,40
Gerente	1	\$ 857,78	\$ 10.293,40
Contador	1	\$ 659,83	\$ 7.918,00
Suministros de oficina			\$ 339,20
Papel bond	12 resmas	\$ 4,50	\$ 54,00
Esferos	2 cajas	\$ 10,00	\$ 20,00
Grapas	12 cajas	\$ 0,60	\$ 7,20
Grapadora	1 unidad	\$ 3,50	\$ 3,50
Perforadora	1 unidad	\$ 4,50	\$ 4,50
Carpetas grandes	4 unidades	\$ 2,50	\$ 10,00
Sello automático	1 unidad	\$ 25,00	\$ 25,00
Clips	12 caja	\$ 0,75	\$ 9,00
Escobas	4 unidades	\$ 5,00	\$ 20,00
Trapeador	4 unidades	\$ 4,50	\$ 18,00
Desinfectante	12 unidades	\$ 5,50	\$ 66,00
Papel higiénico	12 unidades	\$ 2,50	\$ 30,00
Jabón	12 unidades	\$ 2,75	\$ 33,00
Shampoo	12 unidades	\$ 3,25	\$ 39,00
Total			\$ 24.070,60

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis

Dentro de este apartado se analizan los costos administrativos en los que incurrirá el proyecto los mismos que ostentan un valor total de \$ 24.070,60, valor que se encuentra estructurado por pago de servicios básicos por un valor de \$ 5.520,00, rubro de sueldos y salarios por \$ 18.211,40, suministros de oficina por \$ 339,20.

Proyección de costos administrativos

Para realizar la proyección se tomó en consideración la tasa de inflación vigente a julio 2017 la misma que se encuentra en 0.10%.

Tabla N° 88: Proyección costos administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Básicos	\$ 5.520,00	\$ 5.525,52	\$ 5.531,05	\$ 5.536,58	\$ 5.542,11
Sueldos y Salarios	\$ 18.211,40	\$ 18.229,61	\$ 18.247,84	\$ 18.266,09	\$ 18.284,35
Suministros de oficina	\$ 339,20	\$ 339,54	\$ 339,88	\$ 340,22	\$ 340,56
Total	\$ 24.070,60	\$ 24.094,67	\$ 24.118,77	\$ 24.142,88	\$ 24.167,03

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis

Una vez realizado los cálculos correspondientes a la proyección con la tasa de inflación del 0.10% se tienen los siguientes datos: para el año 1 el costo total de administración tendrá un valor de \$ 24.070,60, para el año 2 el valor será de \$ 24.094,67, para el año 3 el valor será de \$ 24.118,77, para el año 4 el valor será de \$ 24.142,88 y para el año 5 el valor será de \$ 24.167,03.

Costos de ventas

Tabla N° 89: Costos de ventas

Sueldos y salarios	Consumo anual	Precio Unitario	Total
Sueldos y Salarios	1	593.85	\$ 7.126,20
Total			\$ 7.126,20

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis

Dentro de los costos de ventas únicamente se ha tomado en consideración el sueldo que percibirá la persona encargada de las ventas del producto elaborado, misma que tendrá un sueldo mensual de \$ 593.85 con todos los beneficios de ley, dando un valor total para el año 1 de \$ 7.126,20.

Proyección de costos de venta

Para realizar la proyección de los costos de ventas fue necesario trabajar con la tasa de inflación vigente en el país, la misma que corresponde a 0.10%.

Tabla N° 90: Proyección costos de venta

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios	\$ 7.126,20	\$ 7.133,33	\$ 7.140,46	\$ 7.147,60	\$ 7.154,75
Total	\$ 7.126,20	\$ 7.133,33	\$ 7.140,46	\$ 7.147,60	\$ 7.154,75

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis

Una vez realizado el cálculo correspondiente con la tasa de inflación vigente (0.10%) se tiene los siguientes datos: para el año 1 el costo total de ventas ostenta un valor de \$ 7.126,20, para el año 2 el valor será de \$ 7.133,33, para el año 4 el valor será de \$ 7.147,60, para el año 4 el valor será de \$ 7.147,60 y para el año 5 el valor será de \$ 7.154,75.

Determinación de ingresos

Tabla N° 91: Determinación de ingresos

Años	Precio	Producción Anual	Ingresos Anuales
2017	\$ 20,00	76992	\$ 1.539.840,00
2018	\$ 22,80	87771	\$ 2.001.176,06
2019	\$ 25,99	100059	\$ 2.600.728,41
2020	\$ 29,63	114067	\$ 3.379.906,65
2021	\$ 33,78	130036	\$ 4.392.526,68

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Cálculo

Para realizar el cálculo correspondiente a los ingresos brutos se multiplicará la producción anual estimada con el precio de venta de cada uno de los años hasta obtener los ingresos brutos hasta el año 5. El precio inicial se obtuvo en relación a una pregunta efectuada en el estudio de mercado y luego se proyectó con la tasa de crecimiento del turismo en el país la misma que registra el 14%.

Análisis:

En la proyección de ingresos brutos se obtendrá una proyección continua e incrementada año tras año, la misma que en el año 1 refleja un valor de \$ 1.539.840,00 y para el año 5 el valor proyectado asciende a \$ 4.392.526,68.

Flujo de caja

Bajo la perspectiva de Fernández y Duarte (2010) el flujo de caja puede ser conceptualizado como “una herramienta que ayuda a estimar las necesidades de efectivo de la empresa en diversas épocas del año” (p. 78).

Tabla N° 92: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
CONCEPTO	PERIODOS					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES						
(+) Ingresos Operacionales	\$ -	\$ 1.539.840,00	\$ 2.001.176,06	\$ 2.600.728,41	\$ 3.379.906,65	\$ 4.392.526,68
Recursos Propios	\$ 12.571,05	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Préstamo	\$ 29.332,46	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE INGRESOS OPERACIONALES	\$ 41.903,51	\$ 1.539.840,00	\$ 2.001.176,06	\$ 2.600.728,41	\$ 3.379.906,65	\$ 4.392.526,68
EGRESOS OPERACIONALES						
(-)Gastos de producción		\$ 1.897.161,34	\$ 1.897.250,99	\$ 1.897.340,72	\$ 1.897.430,54	\$ 1.897.520,46
(-)Gastos Administrativos		\$ 24.070,60	\$ 24.094,67	\$ 24.118,77	\$ 24.142,88	\$ 24.167,03
(-)Gastos de Ventas	\$ -	\$ 7.126,20	\$ 7.133,33	\$ 7.140,46	\$ 7.147,60	\$ 7.154,75
TOTAL DE EGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 1.928.358,14	\$ 1.928.478,98	\$ 1.928.599,94	\$ 1.928.721,03	\$ 1.928.842,23
FLUJO OPERACIONAL	\$ 41.903,51	\$ (388.518,14)	\$ 72.697,08	\$ 672.128,47	\$ 1.451.185,62	\$ 2.463.684,45
INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS NO OPERACIONALES						
(-) Gastos Financieros	\$ -	\$ 3.130,63	\$ 2.441,32	\$ 1.752,00	\$ 1.062,69	\$ 373,38

(-) Pago Capital Préstamo		\$ 5.866,49	\$ 5.866,49	\$ 5.866,49	\$ 5.866,49	\$ 5.866,49
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ 8.997,12	\$ 8.307,81	\$ 7.618,49	\$ 6.929,18	\$ 6.239,87
FLUJO NO OPERACIONAL ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$ (397.515,26)	\$ 64.389,27	\$ 664.509,97	\$ 1.444.256,44	\$ 2.457.444,58
(-) Pago utilidades trabajadores 15 %	\$ -		\$ 9.658,39	\$ 99.676,50	\$ 216.638,47	\$ 368.616,69
FLUJO NO OPERACIONAL ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	\$ (397.515,26)	\$ 54.730,88	\$ 564.833,48	\$ 1.227.617,97	\$ 2.088.827,89
(-) Pago Impuesto a la renta	\$ -		\$ 6.495,18	\$ 133.518,87	\$ 411.901,29	\$ 713.324,76
FLUJO NETO GENERADO	\$ 41.903,51	\$ (397.515,26)	\$ 48.235,71	\$ 431.314,61	\$ 815.716,68	\$ 1.375.503,13
SALDO INICIAL DE CAJA		\$ 41.903,51	\$ (355.611,75)	\$ (307.376,05)	\$ 123.938,56	\$ 939.655,24
FLUJO DE CAJA NETO	\$ 41.903,51	\$ (355.611,75)	\$ (307.376,05)	\$ 123.938,56	\$ 939.655,24	\$ 2.315.158,37

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis

Para el flujo de caja se proyectó a 5 años con una tasa de inflación del 0.10%, donde el año 1 se registró un flujo neto de caja negativo de (\$ 674.632,25), para el año 2, de igual forma el flujo neto de caja continuó siendo negativo con un valor de (\$ 307.376,05), para el año 3 las cosas empiezan a mejorar y se obtiene un flujo neto de caja positivo con un valor total de \$ 123.938,56, para el año 4 esta cifra aumenta y llega a un valor total de \$ 939.655,24 y para el año 5 el valor por concepto del flujo de caja neto asciende a \$ 2.315.158,37.

Estado de resultados

Bajo la perspectiva de Ávila (2010) el estado de resultados representa “un estado financiero que muestra el incremento o la disminución que sufre el capital contable como consecuencia de las operaciones practicadas durante un determinado periodo de tiempo” (p. 68).

Tabla N° 93: Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
DESCRIPCIÓN		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		2017	2018	2019	2020	2021
	Ingresos	\$ 1.539.840,00	\$ 2.001.176,06	\$ 2.600.728,41	\$ 3.379.906,65	\$ 4.392.526,68
(-)	Costo de Producción	\$ 1.897.161,34	\$ 1.897.250,99	\$ 1.897.340,72	\$ 1.897.430,54	\$ 1.897.520,46
(=)	Utilidad Bruta	\$ (357.321,34)	\$ 103.925,08	\$ 703.387,69	\$ 1.482.476,10	\$ 2.495.006,22
(-)	Costos Administrativos	\$ 24.070,60	\$ 24.094,67	\$ 24.118,77	\$ 24.142,88	\$ 24.167,03
(-)	Costos Financieros	\$ 8.997,12	\$ 8.307,81	\$ 7.618,49	\$ 6.929,18	\$ 6.239,87
(-)	Costos de Venta	\$ 7.126,20	\$ 7.133,33	\$ 7.140,46	\$ 7.147,60	\$ 7.154,75
(=)	Utilidad después de Impuestos	\$ (397.515,26)	\$ 64.389,27	\$ 664.509,97	\$ 1.444.256,44	\$ 2.457.444,58
(-)	Reparto de Utilidades Trabajadores 15%		\$ 9.658,39	\$ 99.676,50	\$ 216.638,47	\$ 368.616,69
(=)	Utilidad antes de Impuestos	\$ (397.515,26)	\$ 54.730,88	\$ 564.833,48	\$ 1.227.617,97	\$ 2.088.827,89
(-)	Impuesto a la Renta natural	\$ -	\$ 6.495,18	\$ 133.518,87	\$ 411.901,29	\$ 713.324,76
(=)	Utilidad Neta	\$ (397.515,26)	\$ 48.235,71	\$ 431.314,61	\$ 815.716,68	\$ 1.375.503,13
(=)	Flujo Neto de Efectivos	\$ (397.515,26)	\$ 48.235,71	\$ 431.314,61	\$ 815.716,68	\$ 1.375.503,13

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Análisis

En el presente ejercicio se determinó el flujo neto de efectivo que para el primer año es negativo con un valor total de (\$ 397.515,26), sin embargo, a partir del año 2 experimenta un crecimiento prolongado registrándose los siguientes valores: para el año 2 el flujo neto de efectivo asciende a \$ 48.235,71, para el año 3 el valor total es de \$ \$431.314,61, para el año 4 el monto total es de \$ 815.716,68 y finalmente en el año 5 el total del flujo neto de efectivo es de \$ 1.375.503,13.

Punto de equilibrio

Tabla N° 94: Punto de equilibrio

Descripción	Costo fijo	Costo Variable	Costo Total
Costos de Producción	\$ 1.808.367,56	\$ 88.793,78	\$ 1.897.161,34
Gastos de Administración	\$ 18.211,40	\$ 5.859,20	\$ 24.070,60
Gastos de Ventas	\$ 7.126,20	\$ -	\$ 7.126,20
Gastos Financieros	\$ 3.130,63	\$ -	\$ 3.130,63
SUMAN	\$ 1.836.835,79	\$ 94.652,98	\$ 1.931.488,77

Elaborado por: Durán, F. (2017)

Punto de Equilibrio \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))

P.E. \$ = \$ 1.836.835,79 \$ 0,97845

P.E. \$ = \$ 1.877.288,81 USD en ventas al año

Punto de Equilibrio U = Costos Fijos / (Precio de venta unitario - Costo variable unitario)

P.E. u = 1.836.835,79 18,93

P.E. u = 97.055 unidades vendidas al año

Punto de Equilibrio % = Punto de Equilibrio \$ * 100 / Ingresos Totales

% P.E. = 1.877.288,81 * 100 / 4.392.526,68

% P.E. = 42,74%

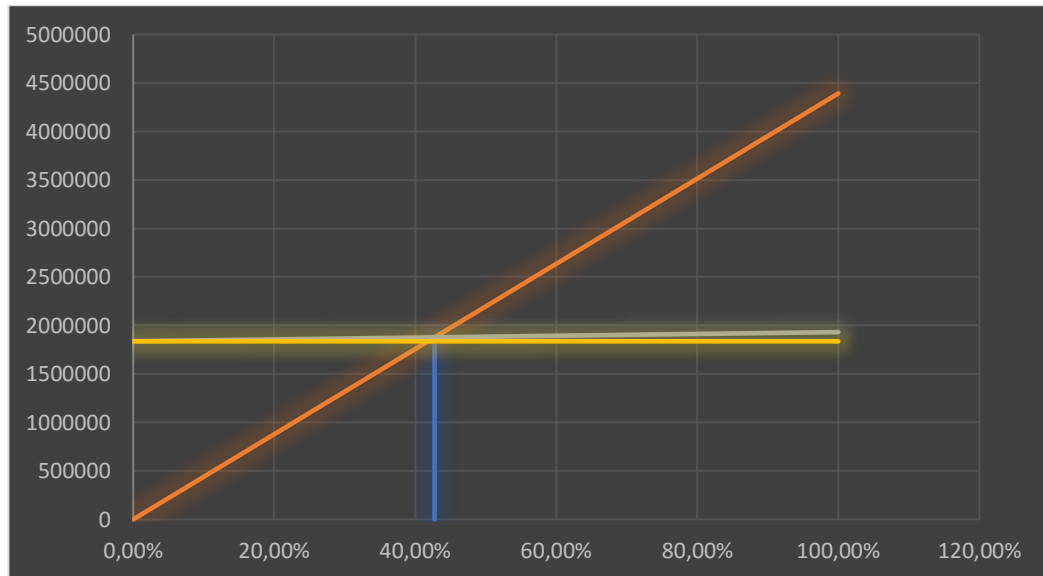


Gráfico N° 60: Punto de equilibrio
Elaborado por: Duran, M. (2017)

Análisis

El punto de equilibrio se logra cuando se hayan vendido \$ 1.877.288,81, para que la empresa obtenga mayor rentabilidad las ventas deben ser mayores al 42,74%.

Evaluación financiera

Indicadores

Valor Actual Neto

Bajo la perspectiva de Mauleon (2012), el valor actual neto puede ser definido como:

Es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.

Tabla N° 95: TMAR

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO				
TMAR	VALOR	ESTRUCTURA	COSTO DE OPORTUNIDAD	PONDERACIÓN
RECURSOS PROPIOS	\$ 12.571,05	30%	5,32%	1,60%
RECURSOS AJENOS	\$ 29.332,46	70%	11,71%	8,20%
TOTAL	\$ 41.903,51	100%	17,03%	9,79%

Tmar del proyecto: 9.79%

Evaluación financiera

Tabla N° 96: Evaluación financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA							
		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
F.	FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$ -	\$ (397.515,26)	\$ 54.730,88	\$ 564.833,48	\$ 1.227.617,97	\$ 2.088.827,89
G.	FLUJO NETO GENERADO (C-F)	\$ 41.903,51	\$ (397.515,26)	\$ 48.235,71	\$ 431.314,61	\$ 815.716,68	\$ 1.375.503,13
H.	SALDO INICIAL DE CAJA	\$ -	\$ 41.903,51	\$ (355.611,75)	\$ (307.376,05)	\$ 123.938,56	\$ 939.655,24
I.	SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	\$ 41.903,51	\$ (355.611,75)	\$ (307.376,05)	\$ 123.938,56	\$ 939.655,24	\$ 2.315.158,37
	FLUJO ACUMULADO	\$ 41.903,51	\$ (355.611,75)	\$ (662.987,80)	\$ (539.049,23)	\$ 400.606,01	\$ 2.715.764,38
	MESES DEL AÑO	12					
	VAN	\$ 1.338.217,09					

El resultado del VAN obtenido demuestra un valor total de \$ 1.338.217,09 lo que significa que el proyecto es factible pues es mayor a cero.

Tasa interna de retorno

De acuerdo con Mauleon (2012) la tasa interna de retorno puede ser definida como “un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje”.

Indicador de rentabilidad (Velocidad de generación de riqueza) TIR

$$I_0 = \sum_{t=0}^n Ft \left(\frac{P}{F, TIR, n} \right)$$

Tabla N° 97: TIR

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO NETO GENERADO (C-F)	\$ (41.903,51)	\$ (397.515,26)	\$ 48.235,71	\$ 431.314,61	\$ 815.716.68	\$ 1.375.503.13
TIR	80%					
COMPROBACIÓN VAN CERO	0					

Análisis

El cálculo de la tasa de la tasa interna de retorno es del 80% lo que quiere decir que el proyecto es viable.

Beneficio Costo

Razón beneficio costo (RB/C)

Consiste en obtener la razón entre los beneficios actualizados del proyecto y los costos actualizados del proyecto. Si ésta razón es mayor que uno, es decir los beneficios actualizados son mayores que los costos actualizados. “El proyecto es económicamente factible”.

$$\text{Tasa Beneficio-Costo} = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Inversión}}$$

Tabla N° 98: Costo beneficio

Proyección	Ingresos Totales	Costos totales
Año 1	\$ 1.928.358,14	\$ -388.518,14
Año 2	\$ 1.928.478,98	\$ 72.697,08
Año 3	\$ 1.928.599,94	\$ 672.128,47
Año 4	\$ 1.928.721,03	\$ 1.451.185,62
Año 5	\$ 1.928.842,23	\$ 2.463.684,45
Total	\$ 9.643.000,32	\$ 4.271.177,47

$$R B/C = \frac{\$ 4.271.177,47}{\$ 9.643.000,32}$$

$$R B/C = \$ 0,44$$

Cálculo

El costo beneficio se obtuvo de la división de los ingresos brutos sobre la sumatoria de costos totales del proyecto.

Análisis

Una vez resalido el cálculo correspondiente se obtuvo \$ 0.44 lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá una ganancia total de \$ 0,44.

Periodo de recuperación

(Payback)

Corresponde al período de tiempo necesario para que el flujo de caja del proyecto cubra el monto total de la inversión. Método muy utilizado por los evaluadores y empresarios. Sencillo de determinar. El payback se produce cuando el flujo de caja actualizado y acumulado es igual a cero.

$$\text{PRI} = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum \text{FNE}}{\text{Numero de años}}}$$

$$\text{PRI} = \frac{\$ 41.903,51}{\frac{\$ 2.315.158,37}{5}}$$

$$\text{PRI} = 0.09$$

Cálculo:

0 = años

0.09 * 12 = 1,08 meses

0,08 * 30 = 25.2 días

Para realizar el cálculo del periodo de recuperación de la inversión se tomó en cuenta la inversión inicial dividido para la sumatoria de los flujos netos de efectivo para los años que se proyectaron durante el ejercicio.

Análisis

Realizado los cálculos correspondientes se pudo determinar que la inversión realizada en el presente estudio se proyecta recuperarla en 1 mes y 25 días, lo cual significa que el proyecto es considerado como factible pues la proyección es a 5 años, sin embargo, la recuperación del capital invertido se dará durante los 2 primeros meses de la gestión del proyecto.

Razones

Liquidez

Tabla N° 99: Indicador de rentabilidad

INDICADOR DE RENTABILIDAD								
INDICADOR				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad sobre ventas	=	Utilidad del Ejercicio	*100	-26%	2%	17%	24%	31%
		Ventas						

Glosario y Abreviaturas

Capacidad Organizativa: La capacidad organizativa va a repercutir en sus beneficios. Se trata de lograr un producto mejor que la competencia. No solo es que haya que reducir los costos para incrementar los beneficios, el dogma de fe de todo empresario, sino conseguir diferenciar el producto, para alcanzar una cota óptima de mercado.

Ingresos económicos de la tercera edad: Un trabajador es el recurso más importante para una empresa que busca ser competitiva, lamentablemente en la actualidad el adulto mayor ya no es considerado como un recurso importante pero existe la posibilidad de explotar el potencial que solo el adulto mayor conoce dentro de sus tradiciones y costumbres. La búsqueda de procesos más eficientes y competitivos pasa por aprovechar el conocimiento y experiencia de cada empleado para cada tarea. Y lo que es más importante, transmitir este conocimiento y experiencia de unos empleados a otros, esta es una de las bazas ganadoras en la competitividad empresarial.

Shicra: Las shicras son bolsas hechas con fibra vegetal rellenos generalmente con rocas de diferentes tamaños. Las bolsas fueron usadas como relleno durante los periodos tempranos por las sociedades costeñas. Este tipo de relleno constructivo ha sido registrado en los diferentes sitios arqueológicos del Periodo Precerámico, por ejemplo, Cerro Lampay, Caral, Shicras, Pampa de los Perros, entre otros.

Visitante: Personas que viajan a un destino principal distinto al de su lugar de residencia, por una duración inferior a un año, con cualquier propósito, excepto aquel que implique ser empleado por una organización establecida en dicho lugar o país.

Turistas: Un turista es un visitante, con la condición que debe pernoctar en el destino, esto es, que se quede por al menos 24 horas, no más de 1 año; los motivos pueden ser personales, profesionales o de negocios.

Feria Artesanal: los fines de semana se realizan ferias artesanales en las plazas principales de los pueblos y en la ciudad capital, en donde los artesanos exponen sus productos reconocidos como patrimonio cultural tangible.

Tejido: Un tejido puede ser un producto que alguien elaboró tejiendo (es decir, entrelazando hilos, cordones, etc., para formar telas).

Comunidad: Una comunidad es un conjunto de individuos, ya sea humano o animal, que tienen en común diversos elementos, como puede ser el idioma, el territorio que habitan, las tareas, los valores, los roles, el idioma o la religión.

Junta Parroquial: Se encarga de la administración y gobierno de la parroquia. Está integrada por Vocales y presidente elegidos por votación popular. Trabajan cuatro años en sus funciones y la autoridad es la Presidenta o Presidente de la Junta Parroquial Rural.

Adulto mayor: es un término reciente que se le da a las personas que tienen más de 65 años de edad, también estas personas pueden ser llamados de la tercera edad. Un adulto mayor ha alcanzado ciertos rasgos que se adquieren bien sea desde un punto de vista biológico (cambios de orden natural), social (relaciones interpersonales) y psicológico (experiencias y circunstancias enfrentadas durante su vida).

Turismo: las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros.

VAN: Son los parámetros muy usados a la hora de calcular la viabilidad de un proyecto el van es el Valor Actual neto.

TIR: Es la tasa interna del retorno.

PRI: Periodo de Recuperación Inicial

Bibliografía

- Agencias de Desarrollo Local ADEL. (2014). Índice de Capacidad Organizacional ICO. Medellín, Colombia.
- Aguirre, F. (2014). Estado de Costo de producción y de ventas. México D.F., México.
- Arango Serna, M. D. (2012). Capacidades de Negocio en el contexto empresarial. Colombia.
- Arboleda, G. (2013). *PROYECTOS Identificación, formulación, evaluación y gerencia*. Colombia: Alfaomega.
- Baca Urbina, G. (2014). *Evaluación de proyectos*. Mexico , D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES , S.A. DE C.V.
- Borja Ulloa, A. R. (2015). La producción de cuyes y su incidencia en los ingresos económicos de las familias productoras. Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Cardona , R. A. (2012). Estrategia basada en los recursos y capacidades. Criterios de evaluación y procesos de desarrollo. Medellín, Colombia.
- Cardona, R. A. (2012). Estrategias basadas en los recursos y capacidades. Criterios de evaluación y el procesos de desarrollo. Medellín, Colombia.
- Castro, M. F. (2013). *Aplicación de un estudio de mercado para incrementar rentabilidad financiera*. Ambato.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional la dinámica del éxito en las organizaciones*. México: Mc Graw Hill Educación.
- Chiavenato, I. (2010). *INNOVACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN TENDENCIAS Y ESTRATÉGIAS LOS NUEVOS PARADIGMAS*. México.
- Consejo Nacional de Amortización Contable (CONAC). (2014). Clasificación económica de los ingresos, gastos y financiamiento. México D.F., México.
- Crespo, D. (2013). Características del mercado. Medellín, Colombia.

- Dávila, J. C. (2012). La doble dimensión de una capacidad organizacional: evidencias de una organización sin ánimo de lucro que compite en el mercado. Bogotá, Colombia.
- Dávila, J. C. (2012). La doble dimensión de una capacidad organizacional: evidencias de una organización sin ánimo de lucro que compite en el mercado. Bogotá, Colombia.
- Dessler, G., & Varela Juárez, R. A. (2011). *Administración de Recursos Humanos*. Mexico, D.F: Pearson.
- Diéguez, J. (2013). *Atlas Social de Panamá*. Panamá, Panamá: Ministerio de Economía y Finanzas.
- Dolan, S., Valle Cabrera, R., Jackson, S., & Schuler, R. (2011). *La Gestión de los recursos humanos*. México D.F.: McGrawHill.
- Feres, J. C., & Mancero, X. (2015). *El Método de las necesidades básicas insatisfechas (NBI) y sus aplicaciones en América Latina*. CEPAL.
- Grant, R. (2006). *Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones*. Madrid: Civitas.
- Gudynas, E. (2014). Debates sobre el desarrollo y sus alternativas en América Latina. Calí, Colombia.
- Ivancevich, J. (2012). *Administración de Recursos Humanos*. México, D.F: McGrawHill.
- Jaramillo, L. (2011). *Emprendimiento: Concepto básico en competencias*. Colombia: Lumen.
- Jiménez, W. (2013). Fuentes de Ingresos . Madrid, España.
- Jóvenes Empresarios. (2014). Creación de empresas -Plan de inversiones y económico-financiero-. Madrid, España.
- L. McShane, S., & Von Glinow, M. A. (2005). *Liderazgo y Recursos Humanos*. Brcelona: Profit Editorial.

- Lasluisa, M., & Pilco, V. (2011). *Plan de Comercialización de la Producción Industrial*. Ambato.
- Llamas, C. (2013). *Gestión de Alojamiento Turísticos*. Madrid (España): Aebius.
- Montaya, J., & Panduro, Y. (2009). *Plan de negocio artesanías de Chambira en la comunidad de Samito-Río Nanay*. Iquitos - Perú: Biodamaz .
- Olivares Farías, R. (2013). *La Cultura Organizacional, un activo clave para la supervivencia de empresa: los casos de CEMEX,3M,Google,Costco*. México, D.F, México.
- Salcedo, C., & Sarabia, D. (2013). *plan de turismo comunitario para la parroquia de Zumbahua Canton Pujilí Provincia Cotopaxi*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Vintimilla Bayas, G. E. (2013). *Logística comercial y los ingresos económicos de los productores de cuyes del Cantón Tisaleo*. Ambato, Tungurahua , Ecuador.
- Wayne Mondy, R., & Noe, R. (2012). *Administración de Recursos Humanos* . México: Pearson.
- Yáñez Galeas, J. M. (2015). *Los ingresos económicos y la rentabilidad de la empresa Educrecer Cía. Ltda.* . Ambato, Tungurahua, Ecuador.

Anexos

Línea 2:	Empresarialidad y Productividad
Descripción:	Esta línea de investigación se orienta por un lado al estudio de la capacidad de emprendimiento o empresarialidad de la región, así como su entorno jurídico-empresarial; es decir, de repotenciación y/o creación de nuevos negocios o industrias que ingresan al mercado con un componente de innovación. Por otro lado, el estudio de las empresas existentes en un mercado, en una región, se enmarcará en la productividad de este tipo de empresas, los factores que condicionan su productividad, la gestión de la calidad de las mismas, y que estas empresas crezcan y sobrevivan en los mercados. En este ámbito es de interés estudiar aspectos como exportaciones, diversificación de la producción y afines.

IMAGEN DE LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA CENTROS DE INVESTIGACIÓN PERÍODO 2017 – 2020



IMAGEN DE FERIA DE ARTESANIAS DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA



IMAGEN DE DIRECTIVA DE LA JUNTA PARROQUIAL DE ZUMBAHUA



MODELOS DE SHICRAS ELABORADAS POR ADULTOS MAYORES

**ENCUESTA REALIZADA A LOS ADULTOS MAYORES DE LA
COMUNIDAD GUAYAMA SAN PEDRO**

1. ¿Qué tipo de artesanías se produce en la comunidad?

Descripción	Marcar con una x
Artesanías en tejidos	
Artesanías en cuero	
Artesanías en cerámica	

2. ¿Pertenece a algún tipo de organización?

Descripción	Marcar con una x
Si	
No	
Total	

3. ¿Tiene taller de artesanías?

Descripción	Marcar con una x
Si	
No	

4. ¿Qué tipo de organización es a la que pertenece?

Descripción	Marcar con una x
Gremiales	
Educativas	
Económicas	
Religiosas	
Ningunas	

5. ¿Cómo califica la capacidad organizativa de la comunidad?

Descripción	Marcar con una x
Excelente	
Muy bueno	
Bueno	
Malo	
Regular	

6. ¿Considera que la comunidad está en la capacidad de ejecutar un proyecto en donde se encuentre inmerso la capacidad organizativa?

Descripción	Marcar con una x
Si	
No	
Total	

7 ¿Considera usted que los tejidos y artesanías del sector constituyen una atracción turística?

Descripción	Marcar con una x
Si	
No	
Total	

8. ¿En promedio cuántas horas al día considera usted que dedica a realizar artesanías o tejidos?

Descripción	Marcar con una x
2 horas	
4 horas	
6 horas	
8 horas	

9. ¿Según su criterio los costos y gastos de los materiales (materia prima) que utiliza para la elaboración de artesanías y tejidos se encuentran en un nivel?

Descripción	Marcar con una x
Alto	
Medio	
Bajo	

10. ¿Cuántas unidades (tejidos) usted produce al mes?

Descripción	Marcar con una x
Entre 1 a 5	
Entre 6 a 10	
Entre 11 a 15	
Entre 16 a 20	
Más de 20	

11. ¿Los ingresos económicos que usted percibe por concepto de la producción y comercialización de tejidos se enmarca en un nivel?

Descripción	Marcar con una x
Bajo	
Medio	
Alto	

12. ¿En términos generales, qué porcentaje considera usted que gana por producto?

Descripción	Marcar con una x
Menos del 50%	
Más del 50%	
Más de doble	

13. ¿Usted dispone de otras fuentes de ingresos?

Descripción	Marcar con una x
Agricultura	
Ganadería	
Sueldo	
Salario (jubilados)	
Otros Ingresos	

14. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Descripción	Marcar con una x
Primaria incompleta	
Primaria completa	
Secundaria incompleta	
Secundaria completa	