



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Capacitación
Artesanal en la ciudad de Loja**

AUTOR:

Ing. Mosquera Jackson Fernando

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

TUTORA:

Econ. María del Carmen Lapo Maza, Ph.D.

**Guayaquil, Ecuador
2020**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Ingeniero, Jackson Fernando Mosquera, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magister en Administración de Empresas.

DIRECTORA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Econ. María del Carmen Lapo Maza, Ph.D.

REVISORA

Econ. Glenda Mariana Gutiérrez Candela, Mgs.

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María del Carmen Lapo Maza, Ph.D.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2020



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Jackson Fernando Mosquera

DECLARO QUE:

El Proyecto de Investigación “Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Capacitación Artesanal en la ciudad de Loja” previa a la obtención del **Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 14 del mes de septiembre del año 2020

EL AUTOR

Ing. Jackson Fernando Mosquera



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

Yo, Jackson Fernando Mosquera

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del **Proyecto de Investigación de Maestría en Administración de Empresas** titulada: “Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Capacitación Artesanal en la ciudad de Loja” cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2020

EL AUTOR:

Jackson Fernando Mosquera



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REPORTE URKUND

URKUND

Documento	TESIS UCSG 07.docx (D78917632)
Presentado	2020-09-10 15:49 (-05:00)
Presentado por	jacksonfm1982@gmail.com
Recibido	maria.lapo.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	PROYECTO FINAL PARA OBTENER MAE EN LA UCSG DE JACKSON MOSQUERA. Mostrar el mensaje completo 2% de estas 52 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, le agradezco a Dios por haber sido mi guía en todo este camino de estudio de la maestría; permitiéndome haber culminado exitosamente este proyecto.

A toda mi familia, en especial a mi madre Melva Carmita del Cisne Mosquera Herrera; quien con todo su apoyo, comprensión, amor y aliento siempre me ha animado para superarme profesionalmente y seguir adelante.

A mi tutora de tesis, el Econ. María del Carmen Lapo Maza; quien con toda su ayuda, conocimientos, sugerencias y apoyo constante supo ser mi guía académica en el proceso de tesis.

Ing. Jackson Fernando Mosquera

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios por haberme bendecido, guiado y permitido cumplir con esta meta.

A mi madre, quien no solo ha sido mi soporte y apoyo para seguir adelante y cumplir con los objetivos que me propongo; sino quien también ha sido mi ejemplo para seguir.

A mis hijas Camila Valentina, Luciana Victoria por su amor infinito, apoyo constante y por ser mi inspiración para superarme día a día y cumplir con mis metas propuestas.

A toda mi familia en especial a mi abuelita que está en el cielo, a mis hermanos, tíos, primos y a mi sobrinito Mateo Nicolas que son parte esencial en mi vida.

Ing. Jackson Fernando Mosquera

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen	xvi
Abstract	xvii
Introducción	1
Planteamiento del Problema.....	5
Formulación del problema	5
Justificación.....	5
Preguntas de Investigación.....	6
Objetivo de la investigación.....	7
Capítulo I.....	8
Marco Teórico	8
Teoría de la Activación Humana	8
Teoría de Emprendimiento	11
Centros de capacitación	13
Artesanía.....	14
Investigación de Mercado.....	15
Estudio de factibilidad.....	17
Estudio de mercado	18
Concepto de mercado	19
Tipos de mercados y características	19
Localización.....	21
Tamaño del proyecto.	21
Proceso técnico.	21
Ingeniería o diseño del proyecto.....	22
Costos de operación y mantenimiento del proyecto.	22

Inversiones.....	22
Estudio legal y ambiental	23
Estudio administrativo del proyecto	23
Factibilidad Técnica, Económica Y Financiera.....	23
Factibilidad Técnica.	24
Factibilidad económica.....	24
Factibilidad financiera.	24
Estrategia De Marketing	24
Producto.....	25
Punto de venta o distribución.	26
Precio.....	26
Promoción.....	26
Capítulo II Marco Referencial.....	29
El Artesanado en la Historia.....	29
Evidencia científica internacional	32
La Capacitación Artesanal y su Competitividad en las Artesanías a Nivel del País	32
La Capacitación Artesanal en El Ecuador	33
Aspectos Socio Económicos, Culturales y de Educación del Cantón Loja.....	35
Población.	35
Tasa de crecimiento poblacional.	35
Proyección de la Población.....	36
Emigración.....	36
Programas de protección social	36
Tasa de desnutrición infantil.....	37
Tasa de mortalidad.....	37

Educación.....	38
Componente Económico.....	39
La Población, como recurso territorial	40
Categoría de ocupación	40
Índice de Dependencia.....	41
Índice de renovación de la población potencialmente activa	41
Actividades del sector secundario y terciario	41
Tamaño de establecimientos (empresas)	42
Gastos en investigación y desarrollo, y capacitación	42
Capítulo III Marco Metodológico	45
Métodos	45
Métodos empíricos	45
Tipo De Estudio.....	46
Se pueden encontrar varios tipos de investigación en función del propósito de estudio:	46
Alcance de la Investigación.....	47
Técnicas De Recopilación De La Información.....	47
Criterio de Selección y Procedimiento	48
Población y muestra.....	48
Análisis De Resultados.....	51
Capítulo IV	65
Propuesta para la creación de un Centro de Capacitación Artesanal en la ciudad.....	65
Justificación de la propuesta.....	65
Beneficiarios.....	66
Normativa legal y comercial.....	67
Organización Administrativa.....	68

Estructura del centro de capacitación	68
Nombre o razón social	69
Logo de la institución	69
Eslogan	70
Visión y misión de la empresa.....	70
Visión.....	70
Misión.....	70
Análisis FODA	73
Matriz Implicación (FCB)	75
Marketing Mix.....	76
Producto.....	76
Precio.....	76
Plaza.....	76
Promoción.....	77
Estudio Técnico	77
Requerimiento de Maquinaria y equipos para la implementación.	77
Requerimientos de Insumos.....	77
Requerimientos de Equipo Humano.....	77
Estudio de Localización.....	78
Método de Localización por Puntos.	78
Proceso de Servicio	84
Características de los cursos	84
Profesional en belleza y cosmetología.....	84
Profesional en corte y confección.....	85
Profesional como Cheff de cocina alternativa.	86

Ilustrador comercial.....	88
Análisis Financiero del proyecto	90
Inversión Inicial.....	90
Inversión Intangible del Proyecto.....	91
Capital de Trabajo.	91
Ingresos por Venta del Servicio.....	91
Costos Fijos.	94
Costos Variables.....	95
Deuda.....	95
Tasa de descuento.....	96
Costo del Capital Propio (CAPM).....	96
Costo de Capital.....	97
Costo de la deuda.....	97
Evaluación Financiera	100
Flujo de caja del Inversionista.....	101
Flujo de caja del Proyecto	101
Conclusiones	104
Recomendaciones.....	106
Bibliografía.....	107
Anexos.....	114
Anexo 1. Estructura de encuesta.....	114

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de mercado y Características.....	19
Tabla 2. Sexo.....	51

Tabla 3. Actividad	52
Tabla 4. Conocimiento de un centro de Capacitación Artesanal	53
Tabla 5. Participación como estudiante en un Centro de Capacitación Artesanal	54
Tabla 6. Por qué estar en un Centro de Capacitación Artesanal	54
Tabla 7. Si Loja carece de nuevos proyectos innovadores.....	55
Tabla 8. Falta de nuevos proyectos o emprendimientos	56
Tabla 9. Necesidad de nuevos proyectos	57
Tabla 10. Características de un Centro de Capacitación Artesanal.....	58
Tabla 11. Publicidad o propaganda	59
Tabla 12. Campañas publicitarias para impulsar la capacitación artesanal en la ciudad de Loja	60
Tabla 13. Importancia para asistir a un Centro de Capacitación Artesanal	61
Tabla 14. Servicios adicionales para el Centro de Capacitación Artesanal	62
Tabla 15. Principios y Valores	71
Tabla 16. Matriz FODA	73
Tabla 17. Matriz de implicación (FCB)	75
Tabla 18. Requerimiento de equipo humano	78
Tabla 19. Método de Localización por Puntos.....	79
Tabla 20. Plan de Inversiones	90
Tabla 21. Activos Diferidos	91
Tabla 22. Ingresos mensuales del curso de Belleza en dos jornadas	92
Tabla 23. Ingresos mensuales del curso de Corte y Confección en dos jornadas	92
Tabla 24. Ingresos mensuales del curso de Ilustradores comerciales en dos jornadas	93
Tabla 25. Ingresos totales por: inscripción matricula y pensiones.....	93
Tabla 26. Costos de Administración	94

Tabla 27. Servicios básicos	94
Tabla 28. Depreciaciones	94
Tabla 29. Arriendo del local.....	95
Tabla 30. Costo de ventas	95
Tabla 31. Gastos Financieros	95
Tabla 32. Estructura del capital.....	95
Tabla 33. Estado de Resultados.....	99
Tabla 34. Flujo neto de efectivo.....	99
Tabla 35. Indicadores financieros	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de paradigmas	10
Figura 2. Modelo de la creatividad.....	13
Figura 3.	25
Figura 4. Sexo	52
Figura 5. Actividad.....	52
Figura 6. Conocimiento de un centro de Capacitación Artesanal	53
Figura 7. Participación como estudiante en un Centro de Capacitación Artesanal.....	54
Figura 8. Por qué estar en un Centro de Capacitación Artesanal	55
Figura 9. Si Loja carece de nuevos proyectos innovadores	56
Figura 10. Falta de nuevos proyectos o emprendimientos	57
Figura 11. Necesidad de nuevos proyectos	58
Figura 12. Características de un Centro de Capacitación Artesanal	59
Figura 13. Publicidad o propaganda.....	60
Figura 14. Campañas publicitarias para impulsar la capacitación artesanal en la ciudad.....	61
Figura 15. Importancia para asistir a un Centro de Capacitación Artesanal	62

Figura 16. Servicios adicionales para el Centro de Capacitación Artesanal	63
Figura 17. Organigrama funcional	69
Figura 18. Diseño arquitectónico, CECARL	80
Figura 19. Planta Baja, CECARL	81
Figura 20. Plantas altas, CECARL.....	82
Figura 21. Plantas altas, CECARL.....	83

Resumen

El desarrollo del presente trabajo se direccionó en el campo artesanal, para el cantón Loja, que surge de la necesidad de capacitar a personas de 15 a 40 años en varias ramas artesanales, puesto que hoy en día la demanda de competencias especializadas en las organizaciones se han vuelto más exigentes, por esta razón el presente trabajo investigativo tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de capacitación artesanal, como un aporte al desarrollo del talento humano en la ciudad de Loja. La recopilación de la información se obtuvo a través de fuentes primarias y secundarias, que permitieron la construcción del marco teórico-conceptual. Así mismo, se realizó una encuesta dirigida a personas de 15 a 40 años aplicando un cuestionario de trece preguntas, cuyos resultados fueron favorables para la implementación del Centro de Capacitación artesanal, siendo así que el 61% de las personas encuestadas están en la necesidad de capacitarse y un 21 % en un tal vez.

Finalmente, la propuesta arrojó resultados positivos, el proyecto es viable, la rentabilidad que proyecta (TIR) es mayor a la rentabilidad mínima exigida por los inversionistas (TMAR o tasa de Descuento) y el VAN es mayor a 0; dando la pauta de que la ejecución del proyecto sería rentable y atractivo para la empresa de capacitación artesanal “CECARL”.

Palabras claves: Centro de Capacitación Artesanal, Estudio de Mercado, Factibilidad, Viabilidad Económica.

Abstract

The development of this work was directed in the artisan field, for the Loja canton, which arises from the need to train people between 15 and 40 years old in various artisan branches, since today the demand for specialized skills in organizations is have become more demanding, for this reason this research work aims to carry out a feasibility study for the creation of an artisan training center, as a contribution to the development of human talent in the city of Loja. The compilation of the information was obtained through primary and secondary sources, which allowed the construction of the theoretical-conceptual framework. Likewise, a survey was conducted for people aged 15 to 40 applying a questionnaire of thirteen questions, the results of which were favorable for the implementation of the Artisan Training Center, being that 61% of the people surveyed are in need of get trained and 21% maybe.

Finally, the proposal claimed positive results, the project is viable, the projected profitability (IRR) is greater than the minimum profitability required by investors (TMAR or discount rate) and the NPV is greater than 0; giving the guideline that the execution of the project would be profitable and attractive for the artisan training company "CECARL".

Keywords: Centro de Capacitación Artesanal, Estudio de Mercado, Factibilidad, Viabilidad Económica.

Introducción

La ciudad de Loja está habitada por ciudadanos nativos y emigrantes del resto de cantones de la provincia de Loja y de otras provincias del país; lo que nos ha permitido conocer nuevas culturas y tradiciones, y esto vinculado a que las Universidades no dan cabida a todos los jóvenes que aspiran cursar una carrera universitaria y que sumados al desempleo que existe en la ciudad y el resto del país, se considera que es necesario realizar una investigación para identificar la oportunidad y la factibilidad económica para la creación de un centro de capacitación artesanal que beneficie a los jóvenes de la ciudad de Loja y de la provincia que por diversos motivos no han podido ingresar a las universidades.

La falta de conocimientos técnicos dificulta la posibilidad de incursionar en nuevos negocios; es por ello que se quiere poner a disposición de la colectividad lojana un Centro de Formación Artesanal, este tipo de emprendimientos no ha sido muy explotado en la ciudad de Loja y podría generar aceptación en la colectividad lojana.

El tema que se presenta a continuación es sobre el estudio de factibilidad para la creación de un centro de capacitación artesanal, el mismo que tiene como objetivo, capacitar a personas de 15 a 40 años en las ramas de Belleza y Peluquería, Ilustrador Comercial, Cocina Alternativa, Alta Costura, Finanzas y Proyectos, Ciencias Básicas, Gastronomía, Corte y confección y Diseño gráfico; con el fin de impulsar la productividad y calidad de micro, pequeñas y medianas empresas del cantón Loja. Otro objetivo que se propone es el de mejorar la economía, a través de técnicas y análisis de la situación del mercado actual, que brinde seguridad en el desarrollo del proyecto.

La idea de empezar un centro de capacitación para artesanos surge de la necesidad que a nivel mundial se está demandando competencias especializadas en las organizaciones, para cumplir con las exigencias de cada puesto y de esta manera

alcanzar las metas y objetivos. En su estudio denominado “Anteproyecto para la creación de una Empresa de Capacitación Empresarial Ubicada en la Ciudad de Guatemala” concluye que la creación de un Centro de Capacitación es viable, entre las razones esenciales que señala son que el 73% de los Gerentes de Recursos Humanos cuentan con un plan de capacitación anual y que el 94% de ellos están dispuestos a contratar los servicios de capacitación (Romero, 2015, p. 11)

En su Tesis denominada “Proyecto de Inversión para la creación de una empresa de Capacitación y nivelación Estudiantil en la ciudad de Guayaquil” concluye que la viabilidad es posible en un marco de incompetencia y la existencia de una demanda insatisfecha. Así mismo, se resalta tres variables para el éxito de la viabilidad y son: Calidad, Métodos de enseñanza y material didáctico, basado en esa información, sugiere la implementación de una plataforma virtual para el fortalecimiento de la oferta. (Romero, 2015, p. 11)

En el Ecuador, el emprendimiento se ha desarrollado de tal manera que según varios reportes internacionales Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y Global Entrepreneurship Development Institute (GEDI), la propensión a emprender y la percepción del emprendedor por parte de la sociedad están entre las más altas del mundo. Por otro lado, la innovación se ha convertido en un eje fundamental, gracias a la propuesta del Gobierno actual por transformar la matriz productiva. Según el GEM Ecuador 2013, en el 2013 se obtuvo un Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 36%; en este año aproximadamente 1 de cada 3 adultos había realizado gestiones para crear un negocio o poseían uno, cuya antigüedad no superaba los 42 meses. Sin embargo, el 22.7% afirmaron haber emprendido aprovechando una oportunidad, mientras 12.1% lo hicieron por necesidad. La tasa de emprendimiento por necesidad al igual que el año anterior, se encuentra considerablemente por encima del

promedio de la región 4.7%. En este contexto, emerge el emprendedor-innovador ecuatoriano como agente del cambio que busca mejorar las condiciones de vida de sus colaboradores, comunidad, familia, amigos, consumidores (Alianza para el Emprendimiento e Innovación 2013-2014, 2017).

Según datos publicados por GEM, Ecuador es uno de los países más emprendedores de Latinoamérica, posicionándose como la cuarta economía más emprendedora a nivel mundial, con una TEA del 32,6%, “la tercera parte de la población adulta está compuesta de emprendedores tempranos” (p. 1).

Loja es considerada como una de las ciudades con más emprendimientos en el Ecuador, que han destacado a nivel nacional e internacional. Como ejemplo citamos a Cristian Ramírez, ingeniero graduado en la Universidad Técnica Particular de Loja. “HAND OF HOPE” es el nombre del proyecto que ganó el primer lugar representando a Ecuador en el concurso Internacional de Infomatrix, realizado en Bucarest, la capital de Rumanía. Otro proyecto emblemático es el Conéctate al aire, KEA Electronics, impulsado por los estudiantes de la UTPL Augusto Abendaño, Juan Diego Palacios, José Antonio Córdova y Mateo Sánchez. Ellos ganaron el concurso que realiza la SENESCYT (Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación), por medio del banco de ideas (p. 1).

MIPRO es una de las entidades públicas que ayuda a consolidar una idea para lanzarla al mercado, a través de ferias y negociaciones, diseño de logotipos, marcas, en caso de que el emprendedor llegue con una o varias ideas. Brinda asesoría, acompañamiento y apoyo en la obtención de registros sanitarios. El principal requisito para emprender y recibir apoyo de esta organización es presentar una idea innovadora (Diario La Hora, 2016, p. 1).

Los artesanos de la provincia de Loja tienen una oportunidad de capacitarse en temas básicos, relacionados con su desarrollo artesanal, que les permite mejorar su desempeño laboral, a través de convenio que firma la Federación de Artesanos con el SECAP (Diario La Hora, 2010).

Finalmente, el presente trabajo consta de cuatro capítulos. El primer capítulo abarca el marco teórico, con conceptualizaciones que sustentan el planteamiento como; definición de emprendimiento, creatividad, activación humana, estudio de factibilidad, investigación y estudio de mercado. El segundo capítulo constituye el marco referencial, en el cual se da indicios del artesano en la historia, evidencia científica internacional de proyectos similares con esta tesis, la capacitación Artesanal y su competitividad en las artesanías a nivel del país, así como la capacitación artesanal en el Ecuador y aspectos socio económicos, culturales y de educación del Cantón Loja, terminando con una pequeña síntesis del apartado. El tercer capítulo está conformado por el marco metodológico, se define y aplica el método Científico, Inductivo, Deductivo, Empírico, de acuerdo al tipo de estudio la investigación pura, aplicada y de campo, para la recolección de datos se aplicó la técnica de observación y encuesta; se concluye con el análisis y la interpretación de los resultados. En el capítulo cuatro, consta la propuesta de la creación de un centro de capacitación artesanal en la Ciudad de Loja, con su respectiva justificación, normativa legal y comercial, así como el entorno del proyecto, análisis FODA, matriz Implicación (FCB), Marketing Mix, Estudio de mercado, de localización, análisis financiero y evaluación financiera.

Planteamiento del Problema

Hoy en día las fuentes de trabajo son escasas lo que ha llevado a la población a arriesgue a emprender en una actividad económica, sin ninguna preparación o con conocimientos técnicos para incursionar en nuevos negocios, por este motivo muchos de estos emprendimientos han quebrado en corto plazo. Además, en la ciudad de Loja existen algunos centros de capacitación artesanal, pero estos no suplen con todas necesidades de la ciudadanía, que ayuden a mejorar la producción y productividad, que potencien las actividades productivas de los sectores tradicionales y no tradicionales y que fomenten el desarrollo empresarial y la generación de empleo. Por ello se quiere poner a disposición de la colectividad lojana un Centro de Formación Artesanal, como un aporte al desarrollo del talento humano en la ciudad de Loja.

Formulación del problema

¿Qué influencia tiene para los habitantes de la ciudad de Loja la creación de un centro de capacitación artesanal, como un aporte al desarrollo del talento humano?

Justificación

Este trabajo de investigación se identifica desde el punto de vista económico y social, porque está alineado a tres objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 del Ecuador, así el objetivo 1 señala que se debe garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas, por otra parte en el objetivo 4 se hace hincapié a la consolidación y sostenibilidad del sistema económico, social y solidario, finalmente, el objetivo 5 tiene relación con el impulso de la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible, de manera redistributiva y solidaria (Senplades, 2017).

Del mismo modo, este proyecto responde a la línea de investigación de la maestría en

Administración de Empresas de la UCSG “Análisis de Costo Beneficio de un proyecto” y por supuesto las investigaciones de este posgrado formarán parte del material de consulta de la Biblioteca de la UCSG.

El propósito de este proyecto se enmarca en el fortalecimiento del desarrollo socio económico del cantón Loja. En donde, por medio de un estudio de factibilidad se pretende conocer el nivel de rentabilidad y si es o no viable; utilizando las herramientas (cuestionarios, encuestas, entrevistas, estudios de mercado); las cuales serán aplicadas a jóvenes y artesanos para conocer los tipos de emprendimiento del cantón Loja y ver si los cursos que se pretenden lanzar son idóneos y suple las necesidades del mercado.

En ese contexto general, en la ciudad de Loja a criterio del autor de este proyecto le hace falta centros de formación artesanal en diferentes sectores productivos, para que las personas de escasos recursos puedan salir adelante con sus propias ideas, administrando adecuadamente los medios que poseen y esto lo podrían conseguir capacitándose.

Por esta razón se considera que la creación de un centro de capacitación ayudaría a mejorar la situación laboral y económica de las familias lojanas, porque actualmente los emprendimientos surgen por necesidad y no porque se han preparado para emprender una actividad económica y muchas veces se sienten frustradas por no tener los conocimientos necesarios para poder emprender y si a eso se agrega los trámites engorrosos de las instituciones públicas por el sinnúmero de requisitos que solicitan para emprender un negocio artesanal.

Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es el marco teórico conceptual que se requiere para la creación de un centro de capacitación artesanal?
- ¿Qué estudios similares existen a nivel internacional relacionados con este proyecto?

- ¿Qué interés tienen los habitantes de la ciudad de Loja en formarse en un centro de capacitación artesanal?
- ¿Qué debe contemplar la propuesta para la creación de un centro artesanal en la ciudad de Loja?

Objetivo de la investigación

General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de capacitación artesanal, como un aporte al desarrollo del talento humano en la ciudad de Loja.

Objetivos Específicos

- Realizar una revisión bibliográfica para la construcción del marco teórico-conceptual que se requiere para la creación de un centro de capacitación artesanal.
- Determinar el marco referencial en base a estudios similares con este proyecto, realizados en otros países.
- Establecer qué metodología de investigación se utilizará y elaborar un estudio de mercado para identificar el grado de interés que tienen los habitantes de la ciudad de Loja, para formarse en un centro de capacitación artesanal.
- Realizar una propuesta para la creación de un centro de capacitación artesanal en la ciudad de Loja.
- Examinar la rentabilidad del proyecto a través de un análisis financiero.

Capítulo I

Marco Teórico

Como es de conocimiento, la realización de un estudio de factibilidad ayuda a la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto que da lugar a la última fase de la etapa preoperativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto.

Por tal motivo, es necesario conocer la conceptualización, desarrollada a través de referencias bibliográficas, en libros, tesis revistas y linkografías, con la finalidad de dar soporte a la investigación.

En ese contexto, el presente capítulo abarca los principales conceptos involucrados con el estudio de factibilidad; teniendo así, por un lado, un breve concepto de emprendimiento, creatividad y activación humana, en donde la creatividad al ser una capacidad, que fusionada al comportamiento y a la actitud a la hora de aprovechar oportunidades que trae consigo el emprendimiento, da lugar a grandes invenciones que benefician a la empresa y por ende a los individuos.

Teoría de la Activación Humana

La reflexión acerca del valor de lo humano, la existencia, el destino de la humanidad y del planeta, resulta imprescindible en la actualidad y es la educación, como proceso fundamentalmente humano, la que está llamada a comprometerse en esta misión. A partir de esta argumentación emerge la necesidad de una educación para la activación humana, que permita el desarrollo del potencial del sujeto, que se enfoque en su ser y su talento (Balestrini, 2006).

En estos tiempos tan convulsionados, son muchas más las características humanas, individuales y sociales que tienen que cultivarse desde la educación. Preocuparse por el ser humano que demanda la sociedad y el planeta resulta muy complejo, se necesita saber vivir principios de integridad universal, de solidaridad, con el sentido de los

ideales y los valores planetarios, hacerse responsable de la vida, acceder a los derechos fundamentales, saber trabajar, comunicarse; en fin, para pretender ser feliz cada vez se demandan más saberes, habilidades, conocimientos, procesos que lo permitan; por esa razón hay que detenerse a reflexionar, a sistematizar el camino andado, para pensar y teorizar sobre el talento humano y en cómo activar todas las potencialidades que le son intrínsecas (Soto, 2018).

El pensamiento complejo, como método del pensamiento, es una herramienta para alcanzar una interpretación sistémica del universo, una visión de conexiones y uniones entre las cosas; orientado a construir perspectivas conectadas o tejidas de la realidad. Así también, está basado en nuevas reglas, es decir, otra lógica de comprensión de los fenómenos denominada principios supralógicos. Estos aspectos aportaron unas características metodológicas, con los cuales se estableció una serie de principios para pensar y organizar el sistema de ideas y conceptos de esta investigación (Morin, 1998).

Ahora bien, el diseño de investigación se refiere al plan global que integra de un modo coherente las estrategias previstas para responder de manera clara las preguntas de investigación; en otras palabras, orienta al investigador sobre lo que debe hacer para lograr los objetivos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014; Balestrini, 2006).

De las investigaciones en neurociencia, se infiere el talento como un rasgo con cualidades inscritas en el genoma humano, pero determinadas por el ambiente; de ahí que la escuela y por ende la educación debería estar centrada tanto en identificar como en desarrollar el talento presente en cada niño, adecuando a sus niveles y dominios de los elementos y herramientas escolares que satisfagan las necesidades de todos (Soto, 2018).

Para Soto (2018) “los diferentes paradigmas que se acercan a una perspectiva del desarrollo del potencial de talento” (p. 652):

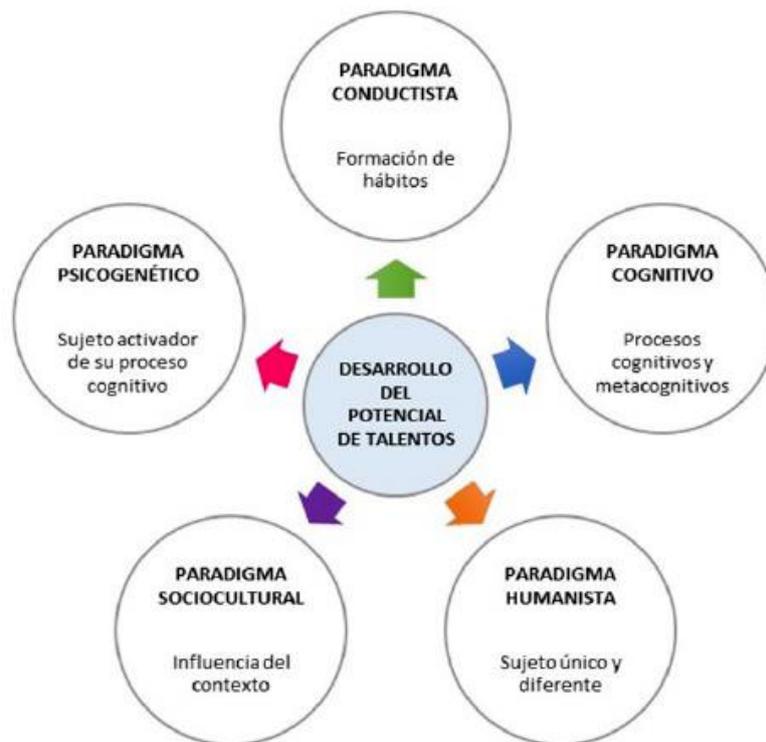


Figura 1. Tipos de paradigmas

Nota: Tomado de Soto (2018)

Según la teoría evolucionista, da la razón de la continuidad de la vida sobre la tierra, explicando la diversidad de la especie Homo. Algunos autores sostienen, que el concepto de adaptación es la exploración del comportamiento humano y su desarrollo. Siendo así que la evolución del individuo es el desarrollo del ser, cuyo comportamiento depende del hábitat y de mejorar sus condiciones de vida, factor que puede orientar argumentaciones acerca del bajo impacto que los emprendimientos basados en la necesidad tienen en el desarrollo económico, convirtiéndose estos básicamente en medios de supervivencia individual. Por ello, el ser humano se estimula por asociación de ideas, en donde propende garantizar la función de supervivencia sin un conocimiento específico, más que un conjunto de pautas condicionadas por el entorno y su valor de adaptarse para continuar trascendiendo sobre la capacidad de enseñar a otros desde lo aprendido, sin necesidad de una instrucción formal

Si nos abstraemos al tema de emprendimiento, los negocios nacen de una necesidad humana en principio, como resultado del proceso natural de la vida, Así como, la constante humana de adaptación a su medio ambiente, y que la continuidad de la especie, asegura la transacción de la curva de aprendizaje adquirida en el desarrollo del ejercicio de enseñanza formal e informal (Marulanda et al., 2009).

Teoría de Emprendimiento

En el mundo empresarial, el emprendimiento se ha convertido en una tendencia en auge en la actualidad. El emprendedor es aquella persona que consigue ver oportunidades donde otros empresarios no las ven, y además se pone a trabajar para desarrollar su idea (EALDE Business School, 2019).

El fenómeno emprendimiento puede definirse, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación. Mientras que, La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical e intermitente, o transformación estratégica, sin importar que esta puede ocurrir adentro o afuera de organizaciones existentes, dando o no lugar a la creación de una nueva entidad de negocio (Kunkel, 1991).

Para Stevenson como citaron Hernández y Sánchez (2018) “emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” (p. 162). El emprendimiento es una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo el ser humano el principal pilar. En ese sentido, se pretenden determinar las principales particularidades que permiten que unas personas sean más exitosas que otras en la creación e implementación de dichas ideas de emprendimiento. Schumpeter citado

por Gómez, (2012); observaba al emprendedor como una persona extraordinaria que originaba nuevas combinaciones o innovaciones.

La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden y, en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo. (Gómez, 2012, p. 1)

A la pregunta sobre si el emprendedor se hace o nace, se considera que es una mezcla de ambos. El poseer factores internos de personalidad como la motivación, el logro, la independencia y creatividad entre otros no son condición única para que una persona desarrolle enfoques emprendedores con su entorno, economía o país. Es precisamente la mezcla de factores culturales, familiares, laborales los que interactúan para potencializar dichas habilidades. Por ende, deben existir ambos para que se dé dicho carácter emprendedor (Marulanda et al., 2009).

Para Amabile como citaron Marulanda et al. (2009):

Las investigaciones modernas han determinado que “todos los humanos con capacidades normales son capaces de producir por lo menos actividades o trabajos creativos de manera moderada en algún campo, donde muchas veces el entorno social puede influir en el nivel y la frecuencia de este comportamiento creativo. La creatividad es entonces la producción de ideas novedosas y útiles en cualquier área. (p. 163)

La profesora Teresa M. Amabile¹¹ (1996) de la Universidad de Harvard (1983a, 1983b, 1988a, 1988b) ha creado un modelo que se considera pertinente presentar (Marulanda et al., 2009).



Figura 2. Modelo de la creatividad

Nota: Marulanda et al. (2009)

Experiencia, es el pilar de todo trabajo creativo, incluye memoria de los hechos conocidos, competencia técnica y talentos especiales del objeto a trabajar. Destrezas creativas o pensamientos creativos, son favorables para tomar nuevas perspectivas o problemas en aplicación de técnicas o esquemas para la exploración de nuevos caminos de pensamiento con un estilo de trabajo que conduzca a la persistencia y actividades enérgicas hacia un trabajo. Tareas motivantes intrínsecas, determina lo que la persona actualmente haría. La motivación puede tomar dos formas; motivaciones intrínsecas (internas) que son manejadas por profundos intereses personales y las cuales están involucradas en el trabajo, la curiosidad, la diversión o las sensaciones personales de cambio. La otra forma son las motivaciones extrínsecas (externas) que son manejadas por el deseo de alcanzar una meta que se aparte de su propio trabajo, como el logro de una recompensa prometida o ganar un concurso (Marulanda et al., 2009).

Centros de capacitación

Según Urdiales (2015), es un servicio de formación que se ofrece a jóvenes, con el propósito de dotarles de destrezas y habilidades para que poseen un buen desenvolvimiento, o también, se puede definir como un edificio con grandes dimensiones, donde se realizan actividades que tienden a impulsar la educación, tecnología, cultura y comercio.

En otras palabras, es el lugar o espacio donde se lleva a cabo la enseñanza teórica y práctica de estudiantes trabajadores para su inserción en el mercado laboral, en donde le permita prepararse, en una rama cualquiera de la actividad económica, teniendo en cuenta que cada cambio de método en la elaboración de un producto y cada producto nuevo que se introduce exige algún tipo de esfuerzo de formación; por lo tanto la capacitación debe considerar tres análisis; análisis de organización, determina donde hay que reforzar la capacitación; el análisis de operaciones, determina el contenido para desempeñar de una manera efectiva su cargo y análisis humano, determina las habilidades, conocimiento y actitudes que debe desarrollar un empleado para desempeñar las tareas que le encarga su organización (Gallo, 2016).

Artesanía

La Artesanía es el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto en cuya elaboración se ha transformado racionalmente materiales de origen natural, ordinariamente con procesos y técnicas manuales. Los objetos artesanales van repletos de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas. Hoy la artesanía se proyecta como una solución productiva y económicamente rentable (Roncancio, 1999).

En otras palabras, la artesanía se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente hecho a mano sin la necesidad de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido en el que cada pieza es diferente, una de la otra.

Las personas que brindan artesanías, ya sea desde su elaboración como artesanos y/o comerciantes, provienen de grupos minoritarios. Es gente que aprendió el oficio de “hacer oficio a mano”, ofreciendo un servicio al público de forma única, empírica. Muchos heredaron su conocimiento de las escuelas de oficios que tradicionalmente existían: la Escuela Quiteña, asociación de sastres y modistas, Gremios de panaderos, o por seguir las tradiciones familiares adquiridas y enriquecidas a su vez por sucesión de aplicación de Oficios, etc. En 1952 se ejecutó la ley de protección de defensa del artesano, impulsada por la situación socioeconómica que fue por muchos motivos de vulnerabilidad, inestabilidad y necesidad de cambio. Por ello, es importante tener en cuenta su contexto, tanto en la historia como en la actualidad, puesto que gracias a este suceso los gremios y unión de artesanos se juntaron y trabajaron en la comercialización de las artesanías en el Mercado Artesanal de Guayaquil. Sin embargo, hoy en día radica la urgente necesidad de mejorar y ampliar los espacios y fuentes que promuevan las artesanías y así evitar que nuevos y variados diseños en la calidad de sus productos, y la forma de comercialización en el Mercado Artesanal se estanque, empeorando su economía de ingreso per cápita, lo cual constituye un retroceso o un estancamiento mucho mayor (Rizzo, 2012).

Finalmente, el sector de las artesanías contribuye al crecimiento de la economía del Ecuador, genera ingreso de divisas, empleo directo e indirecto, ayuda a atraer nuevas inversiones. Mejor dicho, es una de las actividades económicas y sociales más importantes del país.

Investigación de Mercado

La investigación de mercados es el proceso mediante el cual las empresas buscan recopilar información de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones, pero

su verdadero valor reside en la manera en que se usa todos los datos obtenidos para poder lograr un mejor conocimiento del consumidor.

Para Kinneer y Taylor (1995):

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

Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses. (p. 76)

La investigación de mercados es el proceso que comprende las acciones de identificación, recopilación, análisis y difusión de información con el propósito de mejorar la toma de decisiones de marketing (A., 2012). Su implementación se produce, básicamente, por dos razones:

(1) para resolver problemas, por ejemplo, determinar el potencial de un mercado; y/o
(2) identificar problemas, por ejemplo, para conocer por qué un producto no tiene el consumo esperado. En esencia se busca conocer al cliente cumpliendo así con la primera premisa del marketing.

En la investigación para de mercados existen cuatro fases que las podemos definir como:

Diseño de la investigación. ¿Qué problema quiero resolver, qué objetivo quiero conseguir? Tras tener esto bien definido, puedo trazar las líneas de actuación y de investigación.

Obtención de la información. Para ello se hace necesario revisar y buscar información a través de los medios que se tiene a disposición, hoy en día son muchos: Internet, otros estudios de mercado ya publicados, etc. Tras ello, es aconsejable realizar

encuestas y test a personas que podamos definir dentro de nuestro target y así, obtener datos fehacientes y adecuados a nuestro producto o servicio.

Tratamiento y análisis de datos. Con la información obtenida es necesario crear una buena base de datos donde podamos estructurarlos y procesarlos mejor.

Interpretación y presentación de resultados. Una vez estructurados y ordenados todos los datos, ya es momento de procesarlos y analizarlos. Es hora de realizar informes, extraer conclusiones y, sobre todo poder tomar decisiones adecuadas en el menor tiempo posible. Este informe debe ser elaborado de la manera más simple y resumida posible, de manera que cualquier persona que acceda a él lo pueda entender e interpretar.

Estudio de factibilidad

Según Santos, (2008) el estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas: idea, preinversión, inversión y operación:

La etapa idea, es donde la organización busca de forma ordenada la identificación del problema que puede resolverse u oportunidades que puedan aprovecharse. Preinversión es la que marca el inicio de la evaluación del proyecto, está compuesta por tres niveles: perfil, prefactibilidad y factibilidad. El nivel perfil, es la que se elabora a partir de la información existente; el nivel prefactibilidad profundiza la investigación a través de información de fuentes secundarias para definir, las principales variables principales relacionadas al mercado, a las técnicas de producción y al requerimiento financiero; así mismo, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto. El nivel de factibilidad constituye la culminación de los estudios de preinversión, que comprenden el conjunto de actividades relativas a la concepción, evaluación y aprobación de las inversiones, teniendo como objetivo central garantizar la justificación de dar solución al problema. Finalmente, para llevar a cabo un

estudio de Factibilidad o proyecto de inversión se requiere de la realización de tres estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero (Santos, 2008)

Estudio de mercado

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán examinados, a través de herramientas estadísticas para obtener resultados de aceptación o no y sus complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado.

En otras palabras, el estudio de mercado tiene como “objetivo determinar cuál es el tamaño de la demanda del servicio o producto estimado, que puede esperarse sea atendida por el proyecto al entrar en operación” (Nuñez, 1997, p. 36).

Para Fernández (2007); en el apartado describe los productos o servicios que generará el proyecto, a que mercado va dirigido, su ubicación geográfica, cuál es la oferta y demanda existente de productos y de materias primas. Los aspectos más relevantes que deben ser analizados en un estudio del mercado del proyecto son los siguientes:

- **Producto:** debe describirse en forma detallada el producto o servicio y sus especificaciones técnicas y de calidad. o Mercado.
- **Oferta y demanda del mercado:** se debe hacer un análisis de la demanda total del producto en el mercado, cuantificar la producción total interna, así como las importaciones y las exportaciones de productos similares que representan la competencia del proyecto. Es necesario además limitar físicamente a los productores y consumidores, así como determinar cuáles son sus estrategias de comercialización.

- **Materia prima:** definir las características de los proveedores de insumos, lugar de ubicación (nacional e internacional), precios, costos y medios de transporte.
- **Precio del producto:** la determinación del precio del producto puede hacerse en base al promedio de los precios de productos similares o se puede determinar por varios medios, el precio que el consumidor estaría dispuesto a pagar.

Concepto de mercado

Para Bonta & Farber, (1995) en su libro "199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad", el mercado es donde confluyen la oferta y la demanda (pág. 19). La demanda es la que tiene una determinada necesidad y el dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, mientras que, la oferta son los vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer dicha necesidad de los compradores mediante procesos de intercambio. Siendo así, la oferta y la demanda las principales fuerzas que mueven el mercado.

Tipos de mercados y características

Según (Esteban, 2008); las posibilidades de clasificación de los mercados son infinitas debido a la existencia de múltiples juicios en función de los objetivos propuestos. El siguiente cuadro nos indica las diferentes taxonomías de los mercados.

Tabla 1. *Tipos de mercado y Características*

CRITERIO	TIPOLOGÍA
Tipo de demanda	<ul style="list-style-type: none"> ➤ mercado de consumo: ➤ mercado de consumo inmediato. ➤ mercado de consumo duradero ➤ mercado de servicios. ➤ mercados organizacionales.
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ monopolio de la oferta. ➤ oligopolio.

Nivel de competencia	<ul style="list-style-type: none"> ➤ competencia perfecta. ➤ competencia monopolística.
Ámbito geográfico- espacial	<ul style="list-style-type: none"> ➤ local ➤ regional ➤ nacional ➤ internacional
Naturaleza de los productos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ agropecuarios ➤ materias primas ➤ manufacturados ➤ servicios ➤ activos financieros ➤ ideas
Beneficios buscados	<ul style="list-style-type: none"> ➤ diferentes clasificaciones en función los posibles beneficios.
Características del consumidor	<ul style="list-style-type: none"> ➤ diferentes clasificaciones en función de las variables a considerar en el consumidor: ➤ sociodemográficas ➤ económicas ➤ culturales ➤ estilos de vida ➤ consumo
Intensidad de la demanda y la oferta	<ul style="list-style-type: none"> ➤ mercado de compradores ➤ mercado de vendedores
Ámbito temporal	<ul style="list-style-type: none"> ➤ corto plazo ➤ medio plazo ➤ largo plazo

Notas: Esteban (2008, p. 89)

Localización

En la localización se trata de seleccionar el sitio más adecuado para desarrollar las instalaciones que permitan prestar los servicios o producir los bienes que se consideran en el proyecto (Nuñez, 1997).

Según Fernández (2007); en este apartado se define y se justifica el proceso de producción y la tecnología a utilizar para obtener el producto; además se define el tamaño del proyecto y los costos relacionados con la producción, la operación y el monto de las inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación. Debe contemplar aspectos como; la macro localización y micro localización del proyecto en función de la ubicación del mercado meta, la materia prima, la mano de obra disponible. “la microlocalización se refiere a las regiones dentro de las que puede escogerse y la microlocalización se aplica a la definición del sitio o terreno donde se instalará el proyecto” (Nuñez, 1997, p. 38).

Tamaño del proyecto.

Para Rojas, (2007) es “la capacidad de producción durante un espacio de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata; es decir, expresa la cantidad de producto por unidad de tiempo” (p. 6).

Mientras que, para Fernández, (2007) el tamaño de la planta está determinado por la cantidad a producir en función de la fracción del mercado que se desea satisfacer. Aquí se instituye una conexión con el estudio de mercado en donde se definió la demanda efectiva del proyecto y el mercado objetivo del proyecto.

Proceso técnico.

Se busca escoger la tecnología necesaria y adecuada, de acuerdo a las características del producto a ofertar y el tamaño del mercado para el proyecto. Por consiguiente, la tecnología o procesos técnicos determina los requerimientos de insumos, tanto en

calidad como en cantidad (materias primas, mano de obra, energía, etc.), necesarios para la producción de bienes o la prestación de servicios, así como los equipos, las instalaciones y servicios de apoyo que deberán construirse para cumplir los objetivos del proyecto estudio (Nuñez, 1997).

Ingeniería o diseño del proyecto.

Según Pimentel (2019), aquí se analiza las principales opciones tecnológicas existentes para producir los bienes o servicios que se pide, identificando la maquinaria y equipos de producción, así como las edificaciones solicitadas, la superficie del terreno, la distribución de las edificaciones en el terreno y de la maquinaria dentro de las edificaciones (lay out) los servicios públicos, el personal técnico y administrativo, la materia prima y otros insumos, así como las instalaciones necesarias para el proyecto.

Costos de operación y mantenimiento del proyecto.

Aquí se estima los gastos en que incidirá, a lo largo de la vida útil del proyecto, para que preste los servicios considerados en la cantidad y la calidad requerida; los costos del personal, los gastos de administración y los relativos al mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones y diversos servicios que compone el proyecto.

Mientras que, para Fernández (2007) se deben detallar los requerimientos de mano de obra tanto a nivel operacional, como administrativo y gerencial, gastos de transporte de suministros e insumos.

Inversiones.

Comprende los activos fijos necesarios para la producción de bienes o servicios objeto del proyecto, los cuales se clasifican en; terrenos, construcciones o edificios, maquinaria y equipos, muebles y enseres, vehículos, etc. (Lozada, s.f.)

Estudio legal y ambiental

Según Fernández, (2007); (...) es necesario definir la factibilidad legal del proyecto, puesto que es el requisito de mayor importancia para establecer la viabilidad del proyecto. En ese sentido es necesario establecer las regulaciones de tipo legal que podrían afectar su desarrollo, especialmente en lo referente a su ubicación y funcionamiento; aquí depende del tipo de actividad que se requiere cumplir con trámites para el otorgamiento de permisos de funcionamiento (patentes, licencias, estudio del pacto ambiental) que podrían afectar la etapa de operación, tanto en la parte productiva como de desechos, en donde se hace necesario cumplir con una serie de directrices emanadas por entidades responsables.

Estudio administrativo del proyecto

Según López, Aceves, Pellat, y Puerta (2008), el estudio administrativo proporciona las herramientas que valen de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que precise el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa. Por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales.

Factibilidad Técnica, Económica Y Financiera

La factibilidad de un proyecto considera los aspectos sobre: Factibilidad Técnica, económica y financiera. Se analizan las contribuciones específicas, la eficiencia, la efectividad, la pertinencia y la sostenibilidad del mismo. Puede tener un valor apreciable al momento de gestionar resultados y sirve para reforzar la rendición de cuentas sobre los resultados que se obtendrían (UMA, 2020).

Factibilidad Técnica.

Según Custodio (2020) “es una evaluación que demuestre que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, se ha contemplado los problemas que involucra para mantenerlo en funcionamiento” (p. 13).

Factibilidad económica.

Custodio (2020) menciona “debe mostrarse que el proyecto es factible económicamente, lo que significa que la inversión que se está realizando es justificada por la ganancia que se generará” (p. 12). Para ello es necesario trabajar con un esquema que contemple los costos fijos, variables y las ventas estimadas en unidades y en dinero en un periodo de un año, justificando su cálculo.

Factibilidad financiera.

Sintetiza numéricamente todos los aspectos desarrollados en el plan de negocios. Se debe elaborar una lista de todos los ingresos y egresos de los fondos que se espera que produzca el proyecto y ordenarlos en forma cronológica. El horizonte de planeamiento es el lapso durante el cual el proyecto tendrá vigencia y para el cual se construye el flujo de fondos e indica su comienzo y finalización. Es importante utilizar algunos indicadores financieros, tales como: periodo de recuperación, El valor actual neto (VAN), la tasa interna de rendimiento (TIR) y Razón Beneficio / Costo (B/C).

Estrategia De Marketing

El marketing significa en español mercadeo o mercadotecnia. Aunque tiene un uso más extendido, y ya aceptado, el vocablo inglés.

Esta disciplina se responsabiliza de estudiar el comportamiento de los mercados y de las necesidades de los consumidores (Raiteri, 2016). Analiza la gestión comercial de las compañías con la finalidad de atraer, captar, retener y fidelizar a los clientes finales a

través de la satisfacción de sus deseos y resolución de sus problemas (Instituto Guatemalteco de Educación, 2019).

En el marketing se utiliza mucho las 4 P del marketing, que son una fórmula sencilla para identificar y trabajar en los elementos esenciales del marketing, según E. J. McCarthy. (Instituto Superior Tecnológico Ohiggins, 2020)

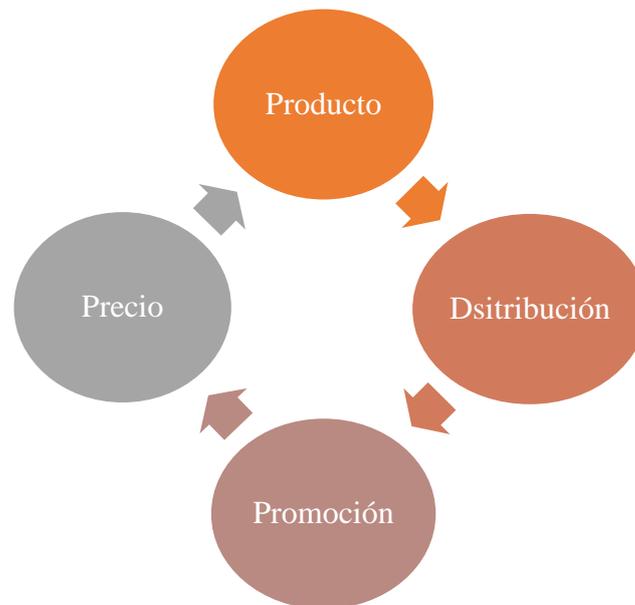


Figura 3. Las 4 P del marketing

Notas: E. J. McCarthy citado por Instituto Superior Tecnológico Ohiggins, (2020)

Producto.

Hoy en día es mejor definir el producto o servicio desde las necesidades y motivaciones del consumidor y los beneficios que le reporta, y no tanto desde las características o atributos del objeto (Instituto Superior Tecnológico Ohiggins, 2020).

En otras palabras, el producto es cualquier bien, servicio o idea que se ofrece al mercado y a través del cual el consumidor satisface sus necesidades. El concepto de producto no debe centrarse en sus características o atributos específicos, sino en los beneficios que reporta, las emociones que puede despertar o las experiencias que proporciona al consumidor o usuario.

Punto de venta o distribución.

La finalidad de la estrategia de distribución es facilitar que los clientes potenciales accedan de forma fácil al producto o servicio y aportar una buena experiencia de marca en el proceso de compra. La distribución tiene como misión poner el producto demandado a disposición del mercado, de manera de facilitar y permitir su adquisición por el consumidor. El canal de distribución es el camino continuo por el producto, a través de los intermediarios, desde el productor al consumidor.

Cabe mencionar que, a la hora de diseñar el sistema de distribución, no deben considerarse únicamente los aspectos económicos, sino también el grado de control del mercado y la capacidad de adaptación a los cambios del entorno (Instituto Superior Tecnológico Ohiggins, 2020).

Precio.

Para el Instituto Superior Tecnológico Ohiggins (2020), el precio que le pondremos a nuestro producto o servicio es una decisión muy importante dentro de la estrategia el marketing. Porque de ello dependen factores tales como; el margen que se espera obtener, los objetivos económicos de la compañía y la tendencia y moda.

En ese contexto, el precio no es sólo el valor monetario que se paga por obtener un producto, sino también el tiempo, el esfuerzo y molestias necesarias para adquirirlo. El precio tiene un fuerte impacto sobre la imagen del producto. Un precio alto es sinónimo, muchas veces, de calidad; y un precio bajo, de lo contrario. Esta variable tiene una gran influencia sobre los ingresos y beneficios de la empresa.

Promoción.

Son todas aquellas acciones de marketing y comunicación que llevamos a cabo para difundir las características y beneficios de nuestro producto o servicio. Y de esta forma conseguiremos incrementar las ventas (Instituto Superior Tecnológico Ohiggins, 2020).

La promoción de un producto es el conjunto de actividades que tratan de comunicar los beneficios que reporta el bien o servicio y de persuadir al mercado objetivo para que lo obtengan. Es una combinación de: Venta personal, Publicidad, Propaganda, Relaciones públicas, Promoción de ventas, Marketing directo.

Marco conceptual

Análisis FODA: Aquí se identifican las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización. Así, Griffin (2011) determinó que el análisis FODA es uno de los análisis organizacionales más precisos en el momento de formular una estrategia para la empresa.

Matriz Implicación (FCB): Según Foote, Cone y Belding (citado por Lara, Muñoz y Quevedo, 2009) el modelo “relaciona la implicación de compra predominante entre la razón y la emoción del consumidor; con ello define una tendencia de respuesta en el momento de la elección del producto” (p.18).

Periodo de recuperación: indica el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión con la ganancia que genera el negocio (meses o años). La factibilidad financiera se calcula sumando los resultados netos al monto de la inversión inicial hasta llegar a cero, en este caso no se estaría considerando el "valor tiempo del dinero", por esto también es útil calcular el periodo de repago compuesto en el que se incorpora una tasa al flujo de fondos que refleja las diferencias temporales. (Custodio, 2020).

El valor actual neto (VAN) es el valor de la inversión en el momento cero, descontados todos sus ingresos y egresos a una determinada tasa. Indica un monto que representa la ganancia que se podría tomar por adelantado al comenzar un proyecto, considerando la "tasa de corte" establecida (interés del mercado, tasa de rentabilidad de la empresa, tasa elegida por el inversionista, tasa que refleje el costo de oportunidad) (Cejas, 2006).

Según Marcarías citado por Santos, (2008); la **Tasa interna de rendimiento (TIR)**, es la tasa de descuento para la que un proyecto de inversión tendría un VAN igual a cero. En otras palabras, la TIR es, una medida de la rentabilidad relativa de una inversión y tiene una relación íntima con el VAN; puesto que trata de expresar una sola tasa de rendimiento que resuma las bondades de la inversión.

Razón Beneficio / Costo (B/C); representa cuanto se gana por encima de la inversión efectuada. Igual que el VAN y la TIR, el análisis de beneficio-costos se sujeta a una sola cifra, fácil de comunicar en la cual se basa la decisión. Solo se diferencia del VAN en el resultado, que es expresado en forma relativa (Santos, 2008). La decisión a tomar consiste en:

$B/C > 1.0$ aceptar el proyecto.

$B/C < 1.0$ rechazar el proyecto.

Capítulo II

Marco Referencial

El artesano ha sido partícipe activo de todo proceso económico, tomando posiciones claves en la organización social en distintas épocas, en donde sus potencialidades propias y naturales le han permitido estar presente en el día a día, como evidencia de una realidad cultural innegable y que a su vez, ha podido adaptarse a cambios en los conceptos de desarrollo del país y de la sociedad, teniendo en claro que este sector ha crecido por sus propios recursos, por esfuerzos formativos y de especialización que le han permitido ofrecer productos y servicios de mejor calidad.

El Artesanado en la Historia

La actividad artesanal se origina con el hombre primitivo. La evolución de la especie humana viene aparejada con la evolución de sus productos manufacturados, haciendo alusión a las profundas convicciones, creencias, habilidades y desarrollo tecnológico de los pueblos.

Así como a nivel universal, en el caso ecuatoriano, el artesano ha participado en la historia como un sector social y productivo con profundos desafíos y retos.

Las ciudades se han originado con pobladores artesanos que les dieron fuerza de crecimiento, coherencia de servicios, estructura física y fama. En la época precolombina los incas le dieron toda la importancia a su preciada actividad artesanal, se seleccionaba a los mejores artesanos, especialmente tejedores de telas finas, para que mantengan la tecnología y la desarrolle bajo una responsabilidad exclusiva. Con la llegada de los españoles se fundieron las culturas y con ello las tecnologías que dieron lugar a las ricas artesanías y al arte Quiteño que brilló con luz propia en el mundo. Los tejidos coloniales eran llevados al resto de las colonias y a Europa.

El cambio cultural permitió ampliar la gama y calidad de las artesanías: la carpintería, el tallado en diversos materiales, la zapatería, la herrería, son algunos de los oficios que vieron su perfección en la diversidad de las artesanías que poco a poco se hicieron de la fama merecida. El artesano contribuyó enormemente al progreso del país.

En la actualidad, hay al menos 1.500.000 personas involucradas con la actividad, sea ésta en la producción manufacturera y de servicios artesanales. El sector artesanal de la producción de bienes y servicios es reconocido por el estado con la expedición de la Ley de Defensa del Artesano el 5 de noviembre de 1953 y con la expedición de la ley se crea la Junta Nacional de Defensa del Artesano como entidad de derecho público con autonomía administrativa y financiera.

Según Burgos (2011), actualmente se financia con acciones de auto gestión cubriendo sus servicios a través de 33 juntas: 23 provinciales y 10 cantonales. Actualmente el sector artesanal es el sector productivo socialmente más importante y solidario del país, no solamente representa la totalidad de nuestra geografía física sino humana en su diversidad étnica, de género, de preferencias sexuales, etc. Más de un millón quinientos mil artesanos titulados como maestros de Taller y 261.000 talleres artesanales con 178 ramas de producción y servicios artesanales son reconocidos por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Así mismo, el sector de las artesanías tiene una alta importancia económica y social para el Ecuador: contribuye al crecimiento de la economía del país, genera ingresos de divisas; puesto que se estima que el 25% de la población económicamente activa se dedica a estas labores, considerando que en ellas también trabajan familias enteras. Por un lado, genera puestos de trabajo con mano de obra calificada y, por otro, utiliza los recursos y materias primas de las localidades donde se desarrolla la actividad artesanal, promoviendo el mejoramiento de las condiciones de vida de sus comunidades.

Sin embargo, cabe recalcar que el artesano no está recibiendo un rédito económico de la actividad que le permita vivir dignamente, y en la mayoría de los casos están en la pobreza más extrema. En los talleres artesanales, la máquina no llega a observar la personalidad del trabajador; la estabilidad y seguridad de la actividad evita la proletarización y frena la deshumanización del que trabaja y por último se mantiene en el taller los elementos fundamentales de la cultura, ya que en muchas de las obras del artesano reflejan el ambiente, las costumbres, la fe y la patria. Así, el universo artesanal en el Ecuador, incluye una infinidad de elementos que hacen posible su vigencia y configuran su condición actual. Existe una serie de organismos, entidades y sectores de la sociedad, de las que el sistema artesanal se vale para alimentar o favorecer su actividad. Entidades del Estado, privadas, nacionales e internacionales que operan en los sectores financieros y técnico, que deberían entregar su contingente para el desarrollo del actual modo de ser del artesanado (Burgos, 2011).

Diversos sectores más directamente vinculados al quehacer artesanal, aportan su contingente al sistema, como son centros de formación y universidades, que juegan o deben jugar un papel clave en su fortalecimiento. Son pues, de estos elementos de los que se nutren los actores propiamente dicho del sector artesanal, partiendo de la existencia de la Junta Nacional de Defensa del Artesano y organizaciones artesanales, hasta el pequeño artesano maestro de taller, incluyendo los posibles implicados indirectos, tales como: comerciantes, operadores de turismo y hasta políticos, que le dan al artesanado una fuerza social y una significación importante, pero, lamentablemente, no ha sido visualizado como un factor dinámico de desarrollo económico de nuestra sociedad (Burgos, 2011).

Evidencia científica internacional

En Pereira se realizó un estudio de Viabilidad y factibilidad de crear una empresa especializada en capacitación de operarios de campo del sector bovino; en donde, para el estudio técnico, se inspeccionó con profesionales, productores y criadores, las necesidades y vacíos teórico- prácticos presentados en sus respectivas producciones mediante encuestas y entrevistas, cumpliendo con un total de 30 personas. Así, según el estudio financiero el proyecto es viable y factible, con una tasa interna de retorno del 30,76% en un periodo de 5 años, la proyección de la TIR a 10 años dio un valor porcentual del 40,24%, es decir, obtuvo un incremento de casi 10 puntos porcentuales. El Valor Presente Neto (VPN) dio como resultado \$ 32.613.782, valor superior a 0,00. Por lo tanto, se concluye que es viable el proyecto. Así mismo, el proyecto trabajará con una Tasa Interna de Oportunidad (TIO) del 15% debido a que lo que se busca es que esta tenga un valor superior a la inflación y que sea superior a la tasa otorgada por los bancos para certificados de depósito a término fijo (CDT). Finalmente, se estima que la utilidad operativa anual será de \$ 15.570.000 y que la utilidad neta anual del proyecto será de \$ 12.456.000 (Cardona y González, 2018).

La Capacitación Artesanal y su Competitividad en las Artesanías a Nivel del País

En el marco de los objetivos del Ministerio de Industrias y Competitividad, MIPRO (ex-MIC), está la de "Impulsar la mejora de la productividad y calidad de micro, pequeñas y medianas Instituciones y artesanías", particularmente de apoyar al sector de las MIPYMES y Artesanías, con procesos que busquen garantizar la calidad de los productos de estos sectores, promocionándolos a través exhibiciones permanentes, ferias nacionales e internacionales, y ruedas de negocios; el IPANC adelanta esta iniciativa que prioriza el desarrollo de las capacidades propias del productor y la elaboración de varios soportes e instrumentos legales y de cobertura institucional,

necesarios para el mejoramiento de la Competitividad de los artesanos en el Ecuador (IPAC, 2013).

La acción contempla los siguientes temas de trabajo:

- a) Capacitación para mejorar la calificación del productor, el proceso de producción y la calidad del producto final,
- b) Elaboración del Catálogo de Excelencias Artesanales Ecuatorianas bajo la marca Arte-Sano,
- c) Realización de eventos de exposición y comercialización artesanal conforme el calendario festivo nacional,
- d) Gestión de un "Acuerdo nacional para impulsar el posicionamiento y competitividad de las artesanías ecuatorianas", y
- e) La oferta de información, participación en eventos feriales, promoción web y plan de negocios (FLACSO, 2010, p.31).

La Capacitación Artesanal en El Ecuador

En las últimas décadas, los artesanos se han constituido en un grupo social en franco crecimiento en el Ecuador, generando empleo e inversión. Una de las prioridades identificadas por este gremio fue la capacitación a los artesanos con la finalidad de elevar sus conocimientos, habilidades y destrezas en la perspectiva de que puedan incursionar o intensificar sus relaciones con los mercados internacionales, especialmente con los de la región (ALADI, 2011).

Según el diario El Telégrafo (2018) manifiestan que, para muchas jóvenes seguir estudios universitarios ha dejado de ser una prioridad. Esto se debe al tiempo que conlleva culminarlos y al costo que representa. Por ello buscan alternativas. Primero se analizan las plazas de trabajo y las posibilidades de generar algún emprendimiento y la duración que demanda la capacitación.

El Gobierno del Ecuador con la finalidad de “impulsar la mejora de la productividad y calidad de micro, pequeñas y medianas Instituciones y artesanías”, con procesos que busquen garantizar la calidad de los productos de estos sectores, en el marco del Acuerdo Interinstitucional MIPRO-IPANC pusieron en vigencia el proyecto “Capacitación artesanal para el mejoramiento de la competitividad de las artesanías ecuatorianas”, orientado a mejorar la calificación del productor, el proceso de producción y la calidad del producto final (FLACSO, 2020).

La competitividad, se la considera como la capacidad de producir bienes de manera rentable, generar “economías de aglomeración” y valores agregados a la producción, ocupar y liderar los espacios dinámicos del mercado, lograr mayores ingresos y mejorar los niveles de vida, construir estructuras mixtas, sustentables socialmente, articuladas en “cadenas de valor” para la producción, circulación y consumo. Desde esta mira, la capacitación representa un conjunto de características, habilidades, competencias, valores a construirse.

Se busca no solo proporcionar conocimientos que permitan a la persona desarrollar una labor determinada o resolver los problemas que se le presenten dentro de la realización de su trabajo, sino también que se generen actitudes humano-laborales, relacionadas con la moral, la motivación, el compromiso, sentido de logro, integración al grupo de trabajo, etc. Se requiere una capacitación eficiente que ofrezca opciones prácticas de aplicación, sólidos conocimientos teóricos que faciliten una disposición al cambio, así como actualización progresiva y constante, sin dejar de lado lo propio. Que desarrolle la capacidad para aprender por cuenta propia para seguir aprendiendo a lo largo de su vida.

Bajo estos supuestos, de excelencia y competitividad se debe constituir el gran reto de la implementación del Centro de Formación Artesanal en la ciudad de Loja; en donde

se establezca políticas de alianza y cooperación interinstitucional entre: Universidades, Fundaciones, Gobiernos seccionales, instituciones del sector público y privado, organismos de cooperación nacionales, instituciones sociales y culturales que, en conjunto con los grupos artesanales, posean la decisión de superar los niveles actuales y deficientes de desarrollo artesanal.

Este reto implica integrar en los participantes o artesanos hábitos de planificación y acción microempresarial, sin descuidar la esencia cultural de autenticidad que caracteriza a la producción artesanal y que se presenta ante el mundo como paradigma de la identidad de nuestros pueblos.

Por ello el Centro de Formación Artesanal, si bien la capacitación que se prevé otorgar se encuentra estructurado en módulos semiindependientes, para flexibilizar la asimilación de los mismos por parte de los artesanos, en el fondo constituye una red sistémica que integra dinámicamente la cadena de valorización del trabajo artesanal.

Aspectos Socio Económicos, Culturales y de Educación del Cantón Loja

Población.

El cantón Loja cuenta con 214.855 habitantes, ubicándose Loja (ciudad) entre las nueve ciudades más pobladas del Ecuador. En lo que respecta a la provincia, el cantón Loja ocupa el primer lugar, seguido de Catamayo y Saraguro.

Tasa de crecimiento poblacional.

Según el INEC 2010 la población del cantón Loja es de 214.855 habitantes, su tasa de crecimiento poblacional se ha incrementado, pasando de 1,75 % (1990 – 2001) al 2,05 % (2001 – 2010), siendo mayor a la nacional (1,95 %). En el área urbana es de 2,39% y a nivel rural 0,43%, debido a factores como la emigración interna, que demuestra que la población tiende a concentrar en la parte urbana (Villacís y Carrillo, 2011).

Proyección de la Población.

En cuanto a la proyección de la población realizada por el equipo técnico del PDOT y basadas en los datos del Censo 2001 y 2010, para el año 2022 la población del cantón Loja sería de 274.011 habitantes, de los cuales el 87,48% se encuentran en el área urbana y el 12,52% en el área rural; está conformada en su mayor parte por mujeres que representa el 51.84% y un 48.16% por hombres. El índice de feminidad es de 107, es decir por cada 100 hombres existen 107 mujeres. Sin embargo, existen parroquias donde la población masculina es levemente mayor que la femenina, como: Jimbilla, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Yangana y Quinara (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014).

Emigración

El mayor flujo migratorio en el Ecuador se da en 1999, por la crisis financiera, política y económica del país, llegando a tener una tasa de desempleo del 15,10% y que gracias a la dolarización y diferentes políticas macroeconómicas en la actualidad esta tasa se ubica en 6,40% (Villacís y Carrillo, 2011).

De acuerdo con el Censo 2010, la provincia de Loja se ubica en el séptimo lugar entre las provincias con mayor emigración (10.849), representando el 3,87% del total de las personas que han emigrado a nivel nacional (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014).

Programas de protección social

De acuerdo a la información obtenida por el Programa de Protección Social hasta julio 2011, se determina que en la provincia de Loja se encuentran habilitadas alrededor de 57034 personas que reciben el bono de desarrollo humano y a nivel cantonal 20593 personas. Del total de beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano, en el cantón Loja

el 60,77% corresponde a mujeres; 32,94% a adultos mayores; 4,36 % a personas con discapacidad y 1,93 % a menores de edad.

En el cantón Loja existen organizaciones sociales, constituidas por objetivos sociales a favor de sus miembros, buscando un interés de bienestar, de capacitación, de servicio social y de poder llegar a espacios donde el Estado no llega. Sin embargo, en las parroquias rurales hay un número limitado de estas, que más apuntan hacia objetivos e intereses específicos, sin mirar la importancia de la gestión para la solución de sus problemas (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014, pág. 140). Pero cabe destacar la existencia de líderes en ciertas agrupaciones sociales que buscan el bien común, desarrollando acciones a favor de los sectores vulnerables, en donde se trata de aportar con proyectos e ideas, buscando la inclusión de su gente en lo productivo y social.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2014); el cantón Loja cuenta con las siguientes organizaciones sociales activas registradas en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Loja.

Tasa de desnutrición infantil.

De acuerdo a la encuesta cantonal de niñez y adolescencia del cantón Loja, (2009); la tasa de desnutrición crónica en Loja a nivel cantonal es de (18,30%) , Provincial (27%) y Nacional (20,30%)

Tasa de mortalidad.

Entre las causas de mortalidad general, se sitúan las enfermedades hipertensivas, diabetes mellitus, influenza y neumonía, accidentes de Transporte terrestre y enfermedades cerebro vasculares (5,30 %). En el cantón Loja la tasa de mortalidad es mucho mayor (5,11%) que la provincial (4,53%).

Educación.

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador (2008), la educación es un derecho de las personas y deber ineludible e inexcusable del estado, que responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos.

El nuevo Sistema Nacional de Educación ofrece dos tipos de educación escolarizada y no escolarizada; entendiéndose por educación escolarizada a aquella que es acumulativa, progresiva y conlleva a la obtención de un título, brindando oportunidades de formación y desarrollo de las y los ciudadanos dentro de los niveles inicial, básico y bachillerato. Y la educación no escolarizada es la que no está relacionada con los currículos determinados para los niveles educativos (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014).

La tasa de asistencia escolar de la población (5 a 24 años) en el área urbana es de 80,61% y a nivel rural 73,12%. Las parroquias con bajas tasa de asistencia escolar son: Taquil (62,85 %), Santiago (67,53 %) y Gualel (69,41%). De acuerdo a la nueva modalidad de estudios, la tasa de asistencia en educación básica (de 5 a 14 años) a nivel urbano es de 97,48 % y a nivel rural es de 92,79 %; las parroquias con baja tasa de asistencia escolar, nivel básico son: Gualel (88,11 %), Taquil (88,16 %), Chuquiribamba (89,63 %), Santiago (88,81 %) y Jimbilla (88,97 %). La tasa de asistencia escolar nivel bachillerato (De 15 a 17 años) en el área urbana es de 86,30 % y en el área rural 71,98%; las parroquias rurales que presentan bajas tasas son: Taquil (46,22 %) y Gualel (54,08 %) (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014, pág. 162). En el cantón Loja existe un total de 355 establecimientos educativos, 206 pertenecen al área urbana y 149 al área rural, de los cuales 207 establecimientos son de educación básica, 76 educación inicial y básica, 42 básica y Bachillerato, 10 educación inicial, 9 inicial, básica y bachillerato, y 11 otros. El número de docentes se encuentra

en relación directa a la cantidad de alumnos matriculados, en donde existe un total de 4631 docentes y 70037 alumnos matriculados o que asisten a centros de enseñanza regular. La ciudad de Loja cuenta con el mayor número de docentes (3841) por la cantidad de alumnos matriculados (60025). A nivel parroquial Malacatos, San Lucas y Vilcabamba, son las que principalmente concentran mayor cantidad de alumnos; sin embargo, hay parroquias en donde el número de alumnos por docente es mayor, tal es el caso de Taquil y Quinara. Así mismo, la ciudad de Loja, cuenta con tres universidades una pública y dos privadas, cuya tasa de asistencia educativa es de 39,05% (Infoplan), a nivel urbano es de 43,81%, y a nivel rural es de 15,37% (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014).

En este sentido, la mayor parte de estudiantes que ingresan a la Universidad provienen de las distintas parroquias y cantones de la provincia de Loja, así como de otros países especialmente de Perú y Colombia, sin embargo pese al afán de superación algunos estudiantes se ven limitados a acceder a la educación universitaria especialmente pública, ya que existen factores como el límite de cupos en las distintas carreras que debido a la gran demanda de estudiantes, no todos pueden ingresar u obtener un cupo. Existen casos de estudiantes que al contar con los recursos económicos optan por universidades de tipo privadas, mientras que los que no cuentan con recursos esperan el próximo ciclo educativo para volver aplicar la ficha de ingreso para acceder a la universidad (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014).

Componente Económico

El componente económico analiza a la población como recurso territorial, y las actividades económicas que se realizan en función de los recursos presentes en el territorio, de tal manera que se pueda identificar las limitaciones, inequidades, demandas y potencialidades del territorio en el ámbito del desarrollo económico, como

base para el planteamiento de una propuesta que impulse el desarrollo económico local (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014).

La Población, como recurso territorial

Según Gómez (2002), se considera a la población de tres formas; como recurso territorial, porque representa la fuerza de trabajo, en donde explota los recursos disponibles para transformarlos en bienes y servicios. Como sujeto territorial, por la demanda de bienes, servicios y equipamientos. Y, como objeto territorial por la interacción social entre individuos. En consiguiente, la fuerza de trabajo del cantón Loja está representado por la población económicamente activa (PEA) que ha ido incrementando paulatinamente en función del crecimiento poblacional con el 52,2%. En el período 1990-2014 la proporción de la PEA respecto de la población cantonal se ha incrementado en 11 puntos, pasando de 33% a 44%, debido a una mayor incorporación de jóvenes y mujeres a los procesos productivos. Así, la fuerza de trabajo con las capitales provinciales de la zona 7, se establece que el cantón Machala tiene la mayor PEA con 108.577 personas, Loja con 91.978 y Zamora con 10.757, representando en términos relativos el 51%, 43% y 5%, respectivamente. Respecto del nivel nacional, la población del cantón Loja representa el 1,5% y la PEA el 1,6% (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014).

Categoría de ocupación

Según categorías de ocupación, la PEA del cantón Loja, está dada por empleados u obreros privados con el 29%; trabajadores o emprendedores por cuenta propia, con el 27%; mientras que el sector público a través de instituciones del gobierno central o local generan el 18% de las plazas de trabajo. Mientras que, de acuerdo a grupos de ocupación, se determina que la mayor proporción se encuentran en los trabajadores de los servicios y vendedores (19%), profesionales científicos e intelectuales (17%); y

oficiales, operarios y artesanos (17%) (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014).

Índice de Dependencia

En Loja, el índice de dependencia es del 58%, lo que quiere decir que seis de cada diez personas son sostenidas por la población económicamente activa (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014, pág. 200).

Índice de renovación de la población potencialmente activa

El índice de renovación de la PEA del cantón Loja es de 46,78%, es decir que, por cada diez personas económicamente activas, existen alrededor de 5 niños que pasarían a sustituir la fuerza laboral existente. Comparando con el nivel provincial y nacional, el cantón Loja tiene un índice inferior de renovación de la PEA, sin embargo, constituye una importante reserva de población que paulatinamente se irá integrando a la economía en todos sus sectores (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014).

Actividades del sector secundario y terciario

En el cantón Loja existen 11.694 establecimientos que realizan diferentes actividades económicas, con 42.192 empleos, siendo la de mayor representación el comercio al por mayor y menor con 53%, actividades de alojamiento y de servicio de comidas con el 9.3%; y actividades profesionales, científicas y técnicas con el 6,1%. Finalmente, el sector secundario o industria manufacturera representa el 9%, con 1.138 establecimientos con actividades de transformación como: fabricación de prendas de vestir, fabricación de productos metálicos para uso estructural, fabricación de muebles, y elaboración de productos de panadería. Además de estas industrias, existe un gran número de pequeños talleres artesanales con una amplia variedad de actividades de transformación que representan el 37% (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014).

Tamaño de establecimientos (empresas)

Los establecimientos dedicados a la industria y manufactura se caracterizan de acuerdo al tamaño, las pequeñas o micro son las que emplean un promedio inferior a 10 personas y representan el 97% de las empresas, y son las que mayor empleo generan; en este segmento se destacan actividades de fabricación de alimentos, prendas de vestir, muebles y productos elaborados de metal.

Las pequeñas empresas representan el 2.3%, es decir que emplean un promedio de entre 10 a 49 personas, de las cuales se dedican a la producción de alimentos y prendas de vestir. Por su parte, las medianas y grandes empresas se contabilizan en un número de 3 y representan el 0.2 y 0.1% (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014).

Gastos en investigación y desarrollo, y capacitación

Por un lado, en el año 2010 los establecimientos económicos invirtieron 3.23 millones de dólares en capacitación; de los cuales, el 72% se orientó a la enseñanza con 2.3 millones, el 8% para actividades de atención de la salud humana con 248 mil dólares y finalmente, las actividades financieras y seguros con 133 mil dólares. Por otro lado, la inversión en investigación y desarrollo fue de 576.280 dólares, monto bastante inferior a lo invertido en capacitación y formación (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014).

Como se puede observar anteriormente, las cifras expresan una escasa inversión en capacitación y formación del personal ocupado, equivalente al 0.21% de los ingresos totales, así como en investigación y desarrollo, con el 0.037% de los ingresos totales, incidiendo de tal manera en el débil desarrollo económico cantonal, por lo tanto es menester del gobierno, academia y sector privado realizar esfuerzos en invertir en innovación y desarrollo, provocando que el recurso humano y la incorporación de

nuevas tecnologías, impulsen el desarrollo del sector productivo (Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial, 2014).

En conclusión, se puede decir que el cantón Loja ha tenido un incremento en los años de escolaridad; entre ellos, educación básica, inicial y básica, básica y bachillerato, entre otros. La mayoría de ellos se ubican en el área urbana y cuentan con un total de 4631 docentes y 70037 alumnos matriculados o que asisten a centros de enseñanza regular.

Así mismo, el cantón Loja cuenta con tres universidades, una pública y dos privadas, la mayor parte de estudiantes provienen de las distintas parroquias y cantones de la provincia, así como de otros países especialmente de Perú y Colombia. Sin embargo, la tasa de asistencia educativa a nivel superior es del 39,05%, de los cuales el 43,81% pertenece al sector urbano y el 15,37% al rural.

En el ámbito territorial, el cantón Loja acoge la mayor parte de la población provincial con el 52,2% de la PEA, teniendo así el dinamismo de las actividades económicas, que relacionada con la fuerza de trabajo de las capitales provinciales de la zona 7, Loja ocupa el segundo lugar con 91.978 personas que equivale al 43% y a nivel nacional con el 1,6% del PEA.

En ese contexto, la PEA del cantón Loja está dada por empleados y obreros privados con el 29%, seguido de los trabajadores o emprendedores por cuenta propia con el 27%, con actividades de comercio, agricultura y manufactura. Con un índice de dependencia del 58% lo que quiere decir que seis de cada diez personas son sostenidas por la población económicamente activa; así como que, por cada diez personas económicamente activas, existen alrededor de 5 niños que pasarían a sustituir la fuerza laboral existente, teniendo un índice del 46,78% de renovación de la población potencialmente activa.

En el cantón Loja existen 11.694 establecimientos que realizan diferentes actividades económicas que generan 42.192 empleos, siendo la de mayor representación el comercio al por mayor y menor, seguido de actividades de alojamiento y servicio de comida, actividades profesionales y manufactura. Ésta última cuenta con 1138 establecimientos con actividades de transformación como; fabricación de prendas de vestir, fabricación de productos metálicos para uso estructural, fabricación de muebles, y elaboración de productos de panadería; y gran número de pequeños talleres artesanales.

Para terminar, cabe señalar que la inversión no es muy favorable en cuestiones de capacitaciones y formación del personal ocupado, así como en investigación y desarrollo, puesto que se encuentra por debajo del 1%, con 0,21% y 0,037% de los ingresos totales respectivamente.

Capítulo III

Marco Metodológico

La consistencia del capítulo está enmarcada en la explicación de los métodos y mecanismos utilizados para el análisis de la problemática de investigación, puesto que es el resultado de la aplicación, sistemática y lógica, de los conceptos y fundamentos expuestos en el marco teórico.

Posteriormente se redacta los métodos, técnicas o procedimientos aplicar;

Métodos

Método Científico. – “porque se empezará desde la problematización y objetivos que se generaran mediante una investigación, permitiendo conocer los resultados muy importantes” (Heredia & Lavayen, 2013, p. 62).

Método Inductivo. – “Consiste en una operación lógica que va de lo particular a lo general. Este método se sustenta en la observación repetida de un fenómeno” (Del Cid, Méndez, & Sandoval, 2011, p. 21). A través de este método se obtendrá información veraz y razonable del porque incurre el, y poder satisfacer las necesidades que inquietan el desarrollo económico.

Método Deductivo. – Según Bernal citado en Del Cid, Méndez, & Sandoval (2011); afirma que “se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares” (p. 22).

Métodos empíricos

Mediante este método se realiza un cuestionario, acorde a los objetivos planteados, que permitirá conocer que tan factible es crear un centro de formación artesanal; brindando el mejor servicio y contribuyendo con el desarrollo ocupacional de la ciudad de Loja (Heredia & Lavayen, 2013).

Tipo De Estudio

Se pueden encontrar varios tipos de investigación en función del propósito de estudio:

- **Investigación pura**

Se entiende por investigación pura aquella que no tiene un fin práctico aparente. Se inicia con un ejercicio substancialmente académico, intentando encontrar una concepción coherente y racional de determinados fenómenos; basándose para ello en los datos reales obtenidos por la observación y experimentación (Monge, 2010-2011).

- **Investigación aplicada**

Es un tipo de investigación que se centra en encontrar mecanismos y estrategias que admitan lograr objetivos concretos, como por ejemplo la cura de una enfermedad o descubrir un elemento que sea de utilidad. (Riquelme, 2020)

- **Investigación de campo**

Permite obtener conocimientos reales de la sociedad o bien estudiar determinada situación para establecer un diagnóstico que permita aplicar los conocimientos con fines prácticos en la búsqueda de soluciones. Toma como criterio el lugar y la forma como se obtiene la información requerida, efectuándose en el propio lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objetos del estudio (Riquelme, 2020).

- **Documental**

Se define como una serie de métodos y técnicas de búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información comprendida en los documentos, en primera instancia, y la presentación sistemática, coherente y suficientemente argumentada de nueva información en un documento científico, en segunda instancia. De este modo, no debe concebirse ni agotarse la investigación documental como la simple búsqueda de documentos referentes a un tema (Tancara, 1993).

Con estos antecedentes se va a realizar una Investigación documental y de campo, para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. Para ello se trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, de las que se obtendrán los datos más relevantes a ser analizados; como son los individuos, grupos y representaciones de las organizaciones científicas no experimentales dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas.

Alcance de la Investigación

Para este proyecto de factibilidad se utilizó el alcance descriptivo, el cual consiste en especificar las propiedades, características y perfiles de las personas, con el fin de realizar un análisis y recoger información pertinente de las variables respectivas. En este caso se trata de realizar un estudio de mercado, a través de una encuesta de trece preguntas que está dirigida a personas con un rango de edad de 15 a 40 años, hombre o mujer, que sean estudiantes de educación básica media, superior, sección nocturna, así como dueños de negocios y personas que trabajan en talleres artesanales, con el fin de conocer si es factible o no, la creación de un centro de capacitación artesanal en la ciudad de Loja.

Técnicas De Recopilación De La Información

La recopilación de información, será por medio de la técnica de la encuesta que se elaborará de acuerdo a los objetivos planteados, y que será aplicada al número de personas que determine la muestra de población que posee la ciudad de Loja

Como se dijo anteriormente, en el proyecto se utilizará como instrumentos de apoyo, la técnica de la encuesta, así como la herramienta EXCEL, que servirá para el procesamiento y la obtención de datos.

A continuación, se detalla la técnica utilizada:

Encuesta. - Dirigidas a la muestra de la población, para determinar las necesidades y capacidades artesanales, técnicas o profesionales que existen localmente; lo que ayudará a establecer los lineamientos de Capacitación, Formación, Gestión y Liderazgo; a ser utilizados en el Centro de Capacitación Artesanal.

Criterio de Selección y Procedimiento

Para conocer las necesidades de capacitación artesanal que requiere el Cantón Loja, se aplicará encuestas a la población muestra, la misma que será seleccionada acorde a los siguientes criterios y procedimientos:

- Estudiantes de Educación Básica Media, sección nocturna
- Estudiantes de Educación Básica Superior, sección nocturna
- Dueños de negocios
- Personas que trabajan en talleres artesanales

Todos los anteriores que se encuentren en un rango de edad comprendido entre los 15 a 40 años de edad

Tomando en cuenta los criterios de selección se procede a realizar el cálculo del tamaño de la muestra, que ayudará a determinar el número de personas a las que se les aplicará la encuesta de trece preguntas.

Población y muestra

La población que se tomará para la investigación de este proyecto son los habitantes del cantón Loja. Que de acuerdo al censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) en el año dos mil diez el cantón Loja cuenta con 214.855 habitantes, y según las proyecciones del INEC en el año 2014 la población fue de 243.321 habitantes, ubicándose la ciudad de Loja entre las nueve ciudades más pobladas del Ecuador. Sin embargo, para la investigación se ha considerado una población, cuyas

edades sean de 15 a 40 años de edad, la cual comprende una población de 137.079 habitantes.

La población de estudio debe considerar aspectos geográficos y demográficos:

Aspecto geográfico:

- País: Ecuador
- Región: 7
- Provincia: Loja
- Cantón: Loja
- Zona: Urbana

Aspectos Demográficos:

- Edad: 15 a 40 años
- Género: Hombres y mujeres

La muestra elegida para el presente estudio es la no probabilística ya que al ser selecciona intencionalmente se puede obtener una gran variedad de información para su recolección y análisis de datos.

El tamaño de la muestra es la cantidad de respuestas completas que la encuesta que se va aplica. Se le llama muestra representativa o muestra estadística porque solo representa parte del grupo de personas (o población objetiva) cuyas opiniones o comportamiento son importantes. Para ello se tomará una “muestra aleatoria”, en la que los encuestados se eligen completamente al azar de entre la población total del grupo objetivo (Survey Monkey, 2020).

Existen tres términos clave que se debe comprender para calcular el tamaño de la muestra estadística y darle contexto:

Tamaño de la población: Está compuesta por la cantidad total de personas en el grupo que se va a estudiar. Como se está tomando una muestra aleatoria de personas en el cantón Loja, entonces el tamaño de la población será de 137.079 persona.

Margen de error: Es un porcentaje que dice en qué medida se puede esperar que los resultados de la encuesta reflejen la opinión de la población general. Entre más pequeño sea el margen de error, más cerca estaremos de tener la respuesta correcta con un determinado nivel de confianza.

Nivel de confianza del muestreo: Es un porcentaje que revela cuánta confianza se puede tener en que la población seleccione una respuesta dentro de un rango determinado. Por ejemplo, un nivel de confianza del 95 % significa que se puede tener una seguridad del 95 % de que los resultados oscilarán entre los números x e y.

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población (137.079)

p: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$

E: error, se confianza el 5%;

$E = 0,5$ Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

Fórmula para conocer el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N^3 * p * q}{\frac{(N-1)e^2}{z^2} + p * q}$$

$$n = \frac{137.079 * (0.50) * (0.50)}{\frac{(137.079 - 1)0,05^2}{1,96^2} + (0,5)*(0,5)}$$

$$n = \frac{34.269,75}{\frac{(342,70)}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{34.269,75}{89,20 + 0,25}$$

$$n = \frac{34.269,75}{89,46}$$

$$n = (384) \text{ Encuestas}$$

Análisis De Resultados

El trabajo de campo fue realizado por el autor del proyecto los días 2, 3, 4, 5 y 6 de marzo del 2020, en los diferentes colegios nocturnos y talleres artesanales de la ciudad de Loja, que representan los clientes potenciales para el proyecto, con un total de 384 personas entre 15 y 40 años, de sexo masculino y femenino.

Con la finalidad de recolectar los datos de modo suficiente y confiable para el desarrollo de la investigación, se estableció seguir los siguientes pasos:

1. Aplicación de encuestas
2. Recolección de información
3. Clasificación de datos
4. Tabulación
5. Elaboración de cuadros y gráficos estadísticos
6. Análisis e interpretación de resultado

1. Sexo

Tabla 2. *Sexo*

Detalle	Número	Porcentaje
Masculino	183	52%
Femenino	171	48%
Total	354	100%

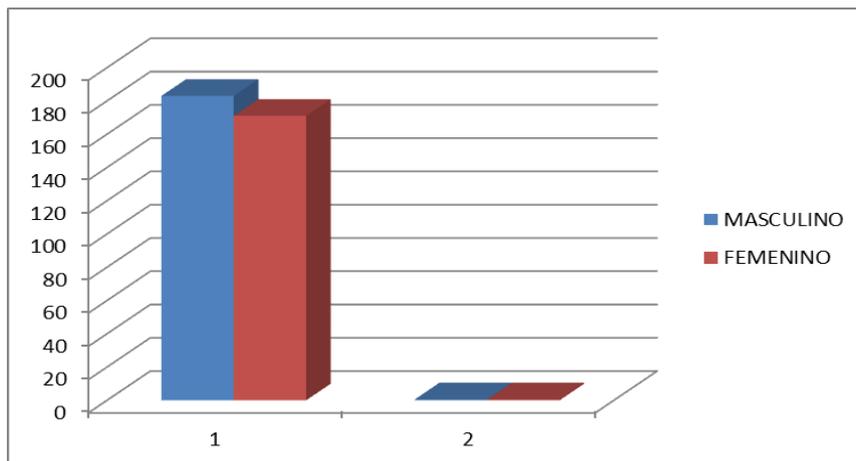


Figura 4. Sexo

La figura 4 presenta la distribución de las encuestas según el sexo de la persona encuestada, el 52 % corresponde al sexo masculino y el 48 % al sexo femenino. Esto tiene que ver mucho con las alternativas de capacitación que el Centro va a ofertar a la población de la ciudad de Loja

2. ¿Qué actividades realiza ud?

Tabla 3. Actividad

Detalle	Número	Porcentaje
Estudio	65	18%
Trabajo	43	12%
Desempleado	112	32%
Trabajo ocasional	134	38%

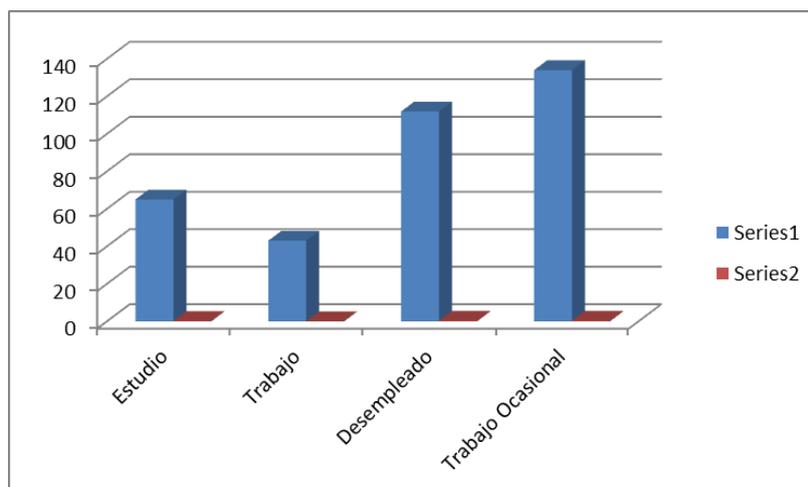


Figura 5. Actividad

En la figura 5 se pudo conocer las actividades que realizan los encuestados: el 38 % de los mismos son personas que tienen un trabajo ocasional, el 32 % manifestaron estar desempleados, el 18 % son personas que tienen un trabajo en relación de dependencia y el 12 % son personas que aún están estudiando. Nuestro trabajo estará orientado a captar este segmento de la población desempleada y trabajo ocasional para ofrecerles una fuente de ingresos, a través de la obtención de un Certificado que abalice el curso en el centro de capacitación profesional.

3. ¿Conoce usted de algún Centro de Capacitación Artesanal en la ciudad de Loja?

Tabla 4. *Conocimiento de un centro de Capacitación Artesanal*

Detalle	Número	Porcentaje
Si	150	39%
No	234	61%
Total	384	100%

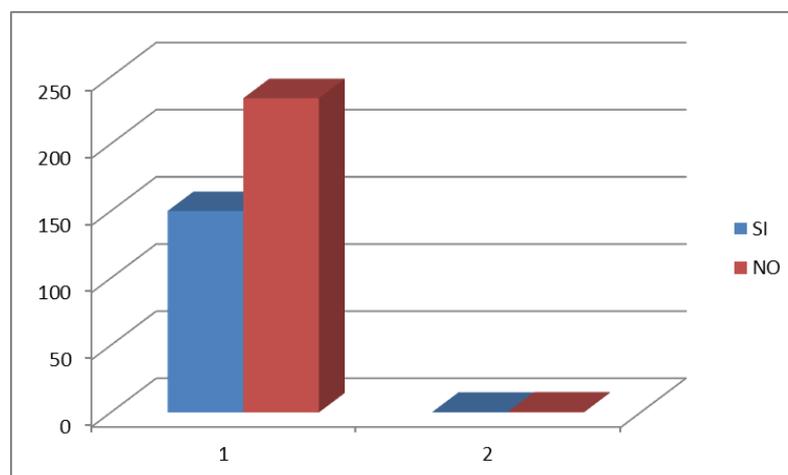


Figura 6. *Conocimiento de un centro de Capacitación Artesanal*

En la figura 6 se puede observar que el 61% de los encuestados desconocen la existencia de centros de capacitación artesanal. Mientras que, el 39 % supo manifestar que si conocen. Esto es vital para realizar la publicidad pertinente.

4. ¿Le gustaría a usted participar como estudiante en un Centro de capacitación Artesanal?

Tabla 5. *Participación como estudiante en un Centro de Capacitación Artesanal*

Detalle	Número	Porcentaje
Si	217	61%
No	64	18%
Tal vez	73	21%
Total	354	100%

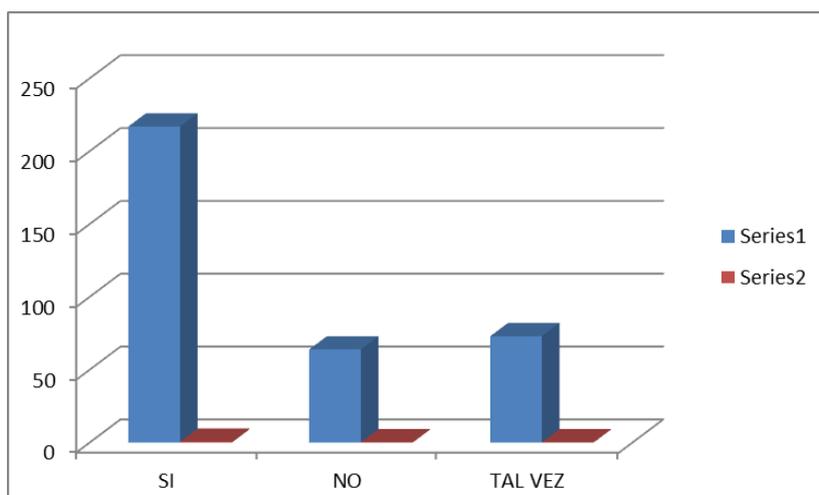


Figura 7. *Participación como estudiante en un Centro de Capacitación Artesanal*

Como se puede observar en la figura 7, el 61% de las personas encuestadas les gustaría participar como estudiante en un Centro de Capacitación Artesanal, el 21% considera que tal vez y un 18% piensa que no les gustaría.

5. ¿Si Ud. fuese parte de un centro de capacitación artesanal? ¿Por qué lo haría?

Tabla 6. *Por qué estar en un Centro de Capacitación Artesanal*

Detalle	Número	Porcentaje
Profesión	97	27%
Capacitación	86	24%
Conocimientos	55	16%
Aprende algo	116	33%
Total	354	100%

Fuente: Encuesta

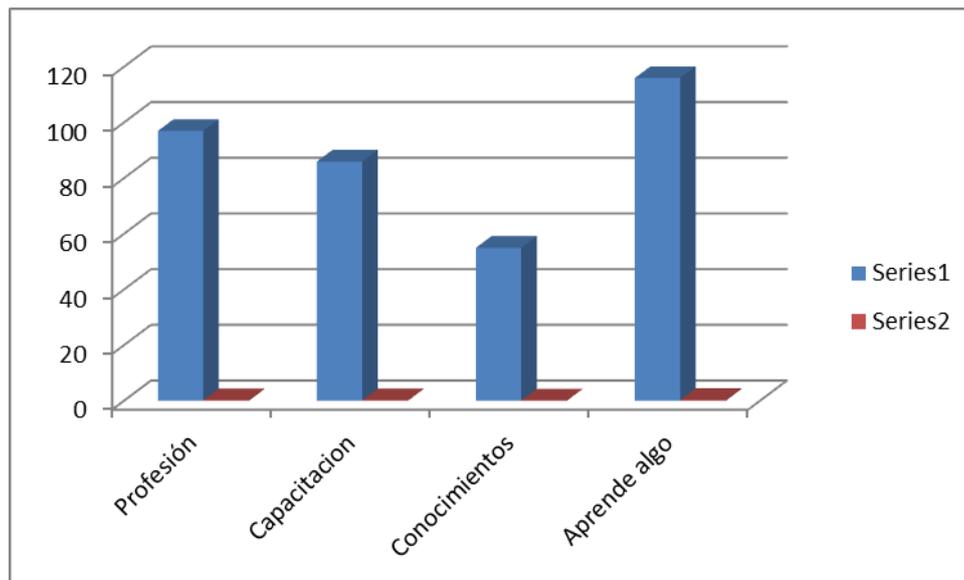


Figura 8. Por qué estar en un Centro de Capacitación Artesanal

En la figura 8 se presentan las inquietudes por qué desean ser parte del Centro de capacitación Artesanal. En donde, el 33 % manifiestan su deseo de aprender algo, el 27% porque anhela tener una profesión y que se constituya en una fuente de ingresos y el resto porque quieren capacitarse e incrementar sus conocimientos.

6. ¿Considera usted, que la ciudad de Loja carece de nuevos proyectos

Innovadores que impulsen su crecimiento y desarrollo económico?

Tabla 7. Si Loja carece de nuevos proyectos innovadores

Detalle	Número	Porcentaje
Si	245	69%
No	76	21%
Tal vez	33	9%
Total	354	100%

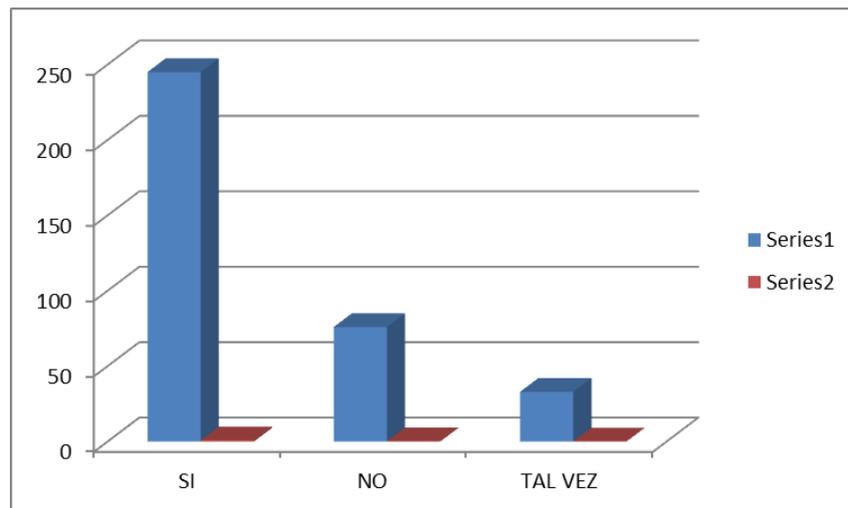


Figura 9. Si Loja carece de nuevos proyectos innovadores

En la figura 9 se puede observar que el 69 % de las personas encuestadas consideran que la ciudad de Loja carece de nuevos proyectos innovadores que generen ingresos, el 21 % manifiesta que, si existen y son los tradicionales, y el resto está en duda porque no tienen conocimiento de los mismos.

7. ¿Considera usted que la falta de nuevos proyectos o emprendimientos ha impedido que la ciudad de Loja, no se desarrolle en el ámbito económico por las siguientes razones?

Tabla 8. Falta de nuevos proyectos o emprendimientos

Detalle	Número	Porcentaje
Falta iniciativas	156	44%
Falta presupuestos	85	24%
Falta asesoría	113	32%
Total	354	100%

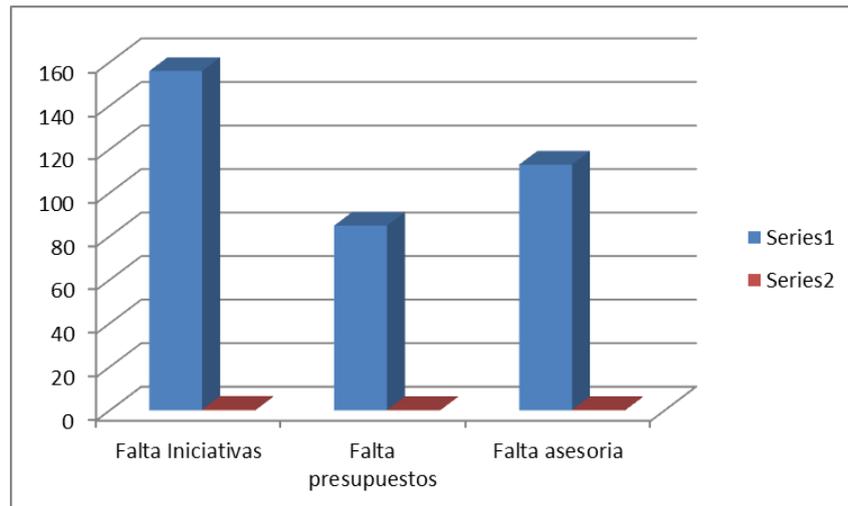


Figura 10. Falta de nuevos proyectos o emprendimientos

Como se puede ver en la figura 10, el 44 % de las personas encuestadas consideran que por falta de iniciativas innovadoras por parte de la población ha impedido que la ciudad de Loja se desarrolle en el ámbito económico. Mientras que, el 32 % manifiesta que no existe asesoría para ello y el 24 % considera el factor económico o carencia de recursos para invertir en un nuevo negocio o emprendimiento.

8. ¿Considera usted, que la ciudad de Loja necesita nuevos proyectos que promuevan y fomenten el crecimiento y desarrollo económico?

Tabla 9. Necesidad de nuevos proyectos

Detalle	Número	Porcentaje
Si	310	88%
No	37	10%
Tal vez	7	2%
Total	354	100%

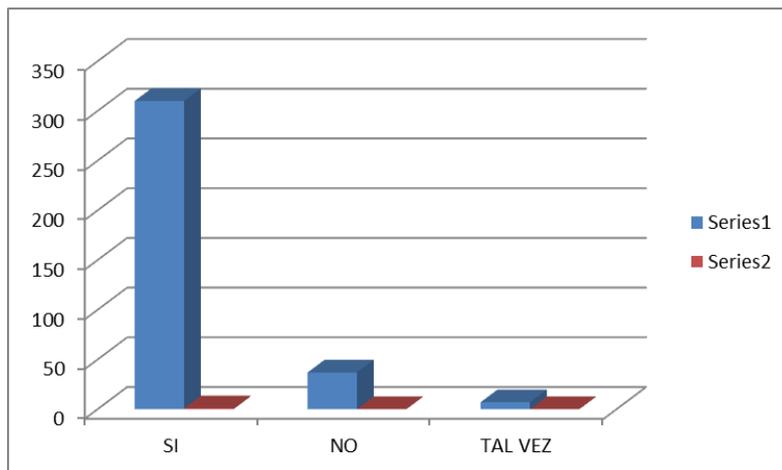


Figura 11. Necesidad de nuevos proyectos

En la figura 11 se puede observar que el 88% de la población está de acuerdo con que se debe implementar nuevos proyectos, el 10% comunica que no y el 2% lo considera. Esto es importante por cuanto la población está deseosa de emprender en nuevos negocios que les aportes ingresos económicos y además se constituya en un aporte al crecimiento económico de la ciudad de Loja.

9. ¿Qué características debe de tener la infraestructura de un centro de capacitación artesanal para su mayor confort?

Tabla 10. Características de un Centro de Capacitación Artesanal

Detalle	Número	Porcentaje
Clásica	128	36%
Moderna	226	64%
Total	354	100%

Fuente: Encuesta

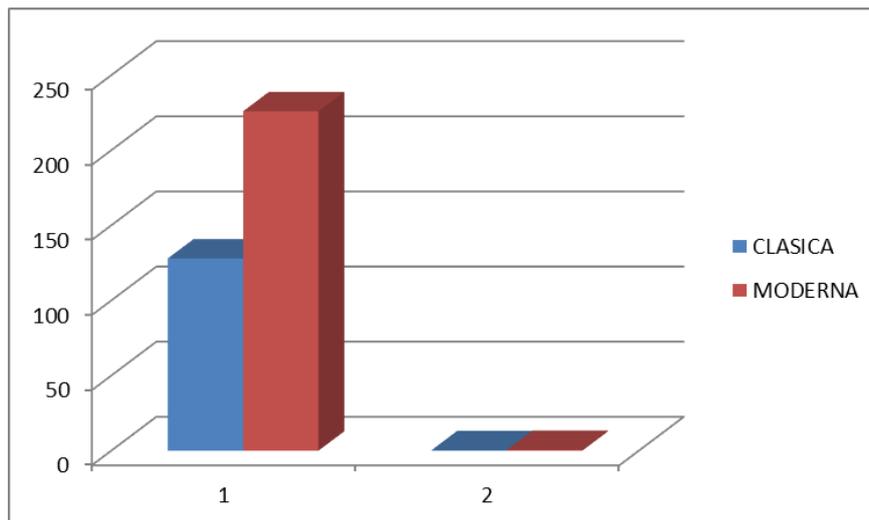


Figura 12. Características de un Centro de Capacitación Artesanal

En la figura 12 se puede apreciar que el 64 % de los encuestados manifiestan que la infraestructura de un centro de capacitación artesanal para su mayor confort debe ser moderna, mientras que el 36 % prefieren que sea clásica. Esto es importante en el momento de implementar la logística de las salas de clase, el tener presente la aplicación de las TICs, para mejorar el proceso enseñanza aprendizaje, y con ello garantizar la educación que se va a impartir.

10. ¿Usted conoce alguna publicidad o propaganda, de alguna institución que ofrezca los servicios de Capacitación artesanal en la ciudad de Loja?

Tabla 11. *Publicidad o propaganda*

Detalle	Número	Porcentaje
Si conozco	67	19%
Desconozco	195	55%
No he conocido	92	26%
Total	354	100%

Fuente: Encuesta

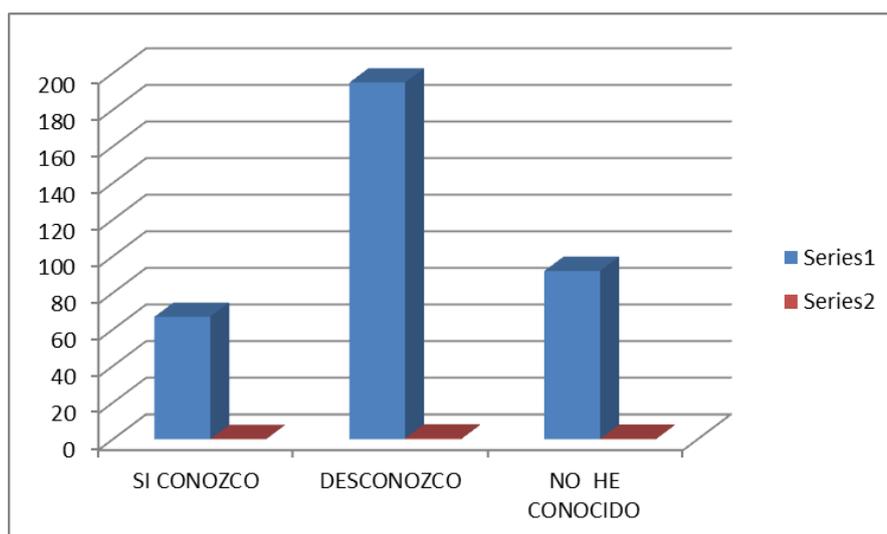


Figura 13. Publicidad o propaganda

Como se puede observar en la figura 13, el 55 % de las personas encuestadas manifiestan desconocer de alguna publicidad o propaganda de una institución que ofrezca los servicios de Capacitación artesanal en la ciudad de Loja; mientras que, el 26% no tiene ningún conocimiento y el 19 % que si los tiene.

11. ¿Considera usted, que se deben realizar campañas publicitarias

Impulsando la capacitación artesanal en la ciudad de Loja

Tabla 12. Campañas publicitarias para impulsar la capacitación artesanal en la ciudad de Loja

Detalle	Número	Porcentaje
De acuerdo	285	81%
Neutral	57	16%
En desacuerdo	12	3%
Total	354	100%

Fuente: Encuesta

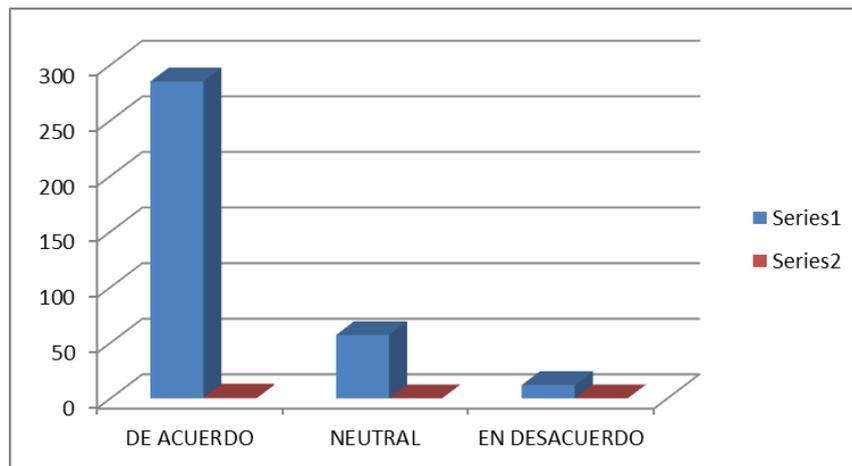


Figura 14. Campañas publicitarias para impulsar la capacitación artesanal en la ciudad

En la figura 14 se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas, más exactos el 81 %, están de acuerdo que se deben realizar campañas publicitarias, impulsando la capacitación artesanal en la ciudad de Loja; mientras que, 16 % no tiene preferencia y el 3% no están de acuerdo. Con este resultado se puede considerar de vital importancia realizar el plan de marketing de los servicios que oferta el centro de Capacitación Artesanal.

12. ¿Qué considera usted importante el momento de asistir a un Centro de capacitación Artesanal?

Tabla 13. Importancia para asistir a un Centro de Capacitación Artesanal

Detalle	Número	Porcentaje
Transporte urbano	135	38%
Seguridad	186	53%
Fácil acceso	33	9%
Total	354	100%

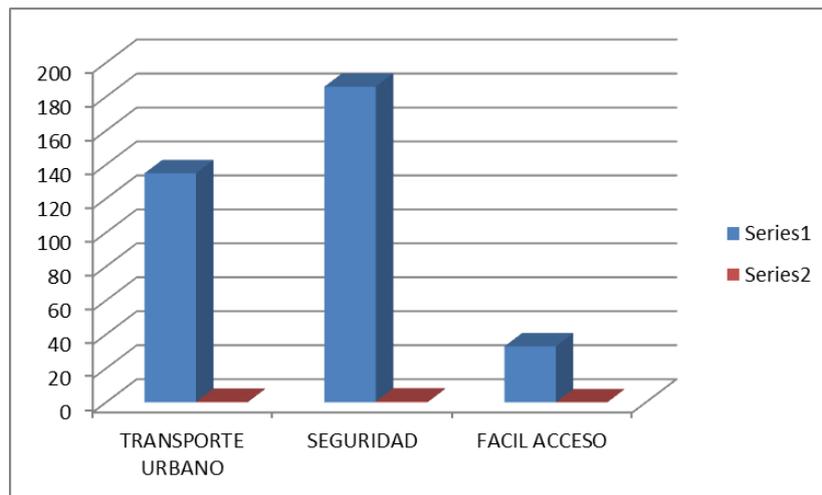


Figura 15. Importancia para asistir a un Centro de Capacitación Artesanal

En la figura 15, el 53 % de los encuestados manifiesta que al momento de asistir a un centro de capacitación artesanal es importante la seguridad, el 38 % que exista líneas de transportación urbana que pasen cerca del establecimiento y el 9% considera que tenga un fácil acceso, sobre todo para las personas con discapacidad física o motriz.

13. ¿Considera usted que un centro de capacitación artesanal, además de impartir la formación académica, debería tener servicios como cafetería y biblioteca?

Tabla 14. Servicios adicionales para el Centro de Capacitación Artesanal

Detalle	Número	Porcentaje
Si	287	81%
No	7	2%
Tal vez	60	17%
Total	354	100%

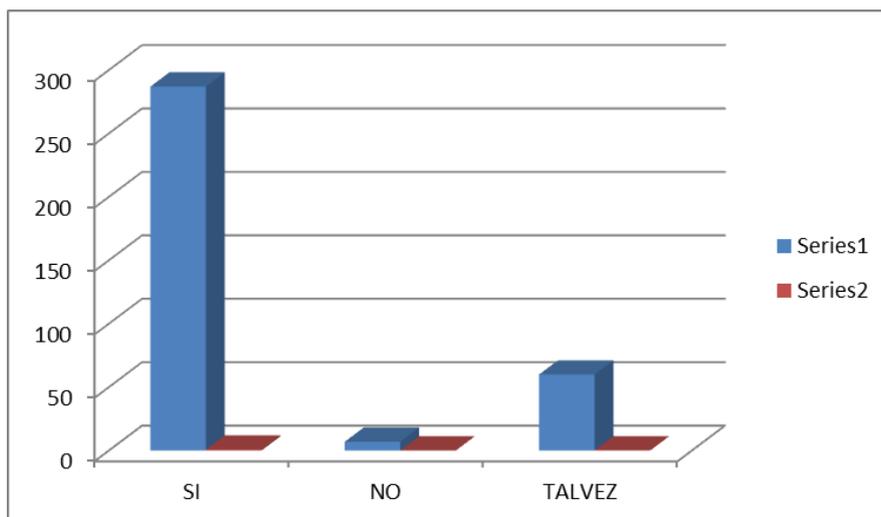


Figura 16. Servicios adicionales para el Centro de Capacitación Artesanal

En la figura 16 se puede observar que el 81 % manifiesta que un centro de capacitación artesanal, además de impartir la formación académica, debería tener servicios como cafetería y biblioteca, el 17% no expresa ninguna preferencia y el 2% consideran que no es necesario.

En conclusión, se puede decir que el capítulo tres se encuentra dividido en dos partes; la primera está conformada por los métodos, técnicas o procedimientos aplicados y la segunda por los resultados obtenidos en la investigación de mercado. En la parte de la metodología de la investigación se detalló el método científico, inductivo, deductivo, empírico, la investigación pura, aplicada, documental y de campo que fueron utilizados en la investigación, aplicando una encuesta de 13 preguntas a una muestra de 384 personas que se encuentran dentro del rango de 15 a 40 años de edad, hombre o mujer, que sean estudiantes de educación básica media, superior, sección nocturna, así como dueños de negocios y personas que trabajan en talleres artesanales, con el fin de conocer si es factible o no, la creación de un centro de capacitación artesanal en la ciudad de Loja.

En la segunda parte del capítulo se muestran los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la muestra que se determinó. Se detallan datos generales como género,

actividad; así como preguntas sobre la competencia, donde se buscó conocer si los encuestados tienen conocimiento de algún centro de capacitación artesanal y si su plan de marketing está llegando al cliente de manera óptima. En cuanto a preguntas sobre la oferta, se pretendió conocer que tal funcionaría el plan de marketing y si lo que se va a ofertar está dentro del alcance del usuario. Finalmente, en la sección de preguntas sobre el comportamiento de la demanda se buscó conocer si las personas encuestadas están interesadas en formar parte de un centro de capacitación artesanal, su motivo de participar y que características considera que debe tener el centro de capacitación.

Capítulo IV

Propuesta para la creación de un Centro de Capacitación Artesanal en la ciudad

Hoy en día las personas de escasos recursos se han visto afectadas por las leyes de educación, que han limitados que puedan continuar con sus estudios universitarios, debido a las barreras que han impuesto dejando un sin número de bachilleres fuera de la preparación académica. Así mismo, existen personas desempleadas que buscan emprender, pero no saben en qué y cómo hacerlo y otras que trabajan en talleres artesanales y desean capacitarse.

Por tal motivo, se presenta la propuesta de creación de un centro de capacitación artesanal con varios talleres asequibles y para todo tipo de personas, buscando llegar al usuario como una alternativa de profesión, capacitación y de emprendimiento.

Justificación de la propuesta

Actualmente se observa en la ciudad de Loja la falta de centros de capacitación artesanal en diferentes sectores artesanales y productivos, para que las personas de escasos recursos puedan salir adelante con sus propias ideas, administrando adecuadamente los medios que poseen.

De acuerdo a los resultados arrojados se ha determinado la realidad de varias personas que están trabajando en diferentes actividades sin seguir los lineamientos correspondientes, para alcanzar el éxito empresarial o se sienten frustradas por no tener los conocimientos necesarios para poder emprender.

Por esta razón, la presente propuesta está orientada a captar el segmento de la población desempleada y trabajo ocasional, con el fin de ofrecer capacitaciones en varias ramas artesanales con las mejores condiciones de infraestructura, seguridad, certificado abalado y con personal altamente capacitado, para brindar el mejor servicio educativo con las mejores técnicas y herramientas tecnológica para obtener una fácil

comprensión y desenvolvimiento de sus pupilos, ayudando de tal manera, que tengan la mejor preparación que se necesita para emprender en nuevos proyectos innovadores, que generen ingresos y que contribuyan con el desarrollo económico del Cantón Loja.

Beneficiarios

Serán beneficiarios de este proyecto todas las personas que quieran ser los gestores de sus propios emprendimientos, personas que trabajen en talleres artesanales de la ciudad de Loja y público en general que desee aprender algo nuevo para su propio uso

- Se beneficiará indirectamente a todas las personas identificadas en los talleres artesanales que trabajan familiar o independientemente.
- Beneficiará a la pequeña, mediana y gran industria.

A través de este proyecto se trata de incentivar a la población en general, sin restricciones de edad, sexo, raza o instrucción previa o formación actual, en la perspectiva de consolidar un sistema de educación y capacitación permanente, que permita democratizar el conocimiento tecnológico, en un mundo globalizado.

En este sentido, una capacitación técnicamente concebida y seriamente conducida, impacta en la elevación de la calidad de los procesos de enseñanza-aprendizaje que constituye una alternativa en la lucha contra la pobreza y es el eje central del proceso de mejoramiento de las condiciones de vida de los sectores urbanos marginales del cantón Loja

La pequeña dimensión de los talleres artesanales, su separación tradicional del mercado, la peculiar idiosincrasia de los artesanos, junto a su debilidad financiera, explica que, en ocasiones, se hayan realizado escasas innovaciones tecnológicas en sus procesos de producción manteniendo a veces, diseños superados y una escasa formación en materia de organización y dirección empresarial artesanal.

Es necesario un esfuerzo colectivo, para dotar de los medios tecnológicos y de diseño que le sitúen en condiciones de competitividad en los mercados nacionales e internacionales. La creación de empleo, la mejora de la competitividad y la identidad de la producción artesanal serán los objetivos a alcanzar mediante la creación del centro de capacitación artesanal en la ciudad de Loja.

Normativa legal y comercial

El marco legal del Centro de Capacitación se refiere a los aspectos legales que permitirá al centro desarrollar sus actividades. Según la Junta Nacional de Defensa del Artesano (2015) manifiesta:

Para la apertura, reapertura, cambio de domicilio, de propietario, de denominación, de ampliación de rama, supresión o actualización artesanal de los centros de formación artesanal, se presentará en original los siguientes requisitos:

- a) Solicitud dirigida a la o el presidente de la Junta Nacional de Defensa del Artesano y a la o el Ministro del Trabajo;
- b) Plan Formativo Integral que responda a las demandas e intereses de la comunidad;
- c) Instructores y facilitadores idóneos;
- d) Los centros particulares deberán presentar copias de los contratos de trabajo de los instructores, facilitadores y personal administrativo;
- e) Copia del título de propiedad, contrato de arrendamiento, comodato, anticresis u otro documento que indique que se cuenta con un bien inmueble funcional de conformidad al número de participantes;
- f) Equipos técnicos, laboratorios, maquinarias, herramientas y mobiliario indispensables para la formación teórica - práctica según el número de participantes y rama de formación artesanal, adjuntando la copia del inventario respectivo;

- g) Presupuesto y financiamiento, en el que conste rubros de ingresos y egresos reales, este balance será suscrito por el Contador o Colector del centro de formación artesanal;
- h) Planes y programas analíticos de formación artesanal, elaborados en conjunto entre los instructores y facilitadores;
- i) Las escuelas de Educación Básica PCEI que se transformen en Centros de Formación Artesanal Fiscomisional, deberán presentar la autorización de funcionamiento, otorgada por el Ministerio de Educación; e, j) Informe favorable de la Comisión Interinstitucional Nacional o Provincial. (Art.12)

Organización Administrativa

Es la parte primordial en la empresa, en virtud de que, para funcionar en forma correcta, es necesario tener un proceso administrativo bien organizado, para ello es necesario definir las acciones que deben llevarse a cabo con la finalidad de potenciar su eficiencia y lograr aprovechar al máximo todos los recursos de los que se dispone tanto humanos como materiales y técnicos. Para ello es importante tener una jerarquía y una buena organización administrativa del Centro de capacitación, porque en ello radica que todo el trabajo que se realice dentro de la Institución sea totalmente rentable, optimo y eficaz.

Estructura del centro de capacitación

El Centro de capacitación artesanal para su funcionamiento y operatividad, contara con un personal calificado, idóneo y con vasta experiencia en la formación artesanal y vinculación con la colectividad lojana. En virtud de ello Según el Reglamento de formación y titulación artesanal expedido el 15 de agosto del 2015 y que está en vigencia en su art. 9, La estructura orgánica – funcional será la siguiente:

1. Nivel Directivo a) Consejo Integral; y, b) Director/a.

2. Nivel de Apoyo a) Secretario/a b) Contador/a - Colector/a; y, c) Servicios.

3. Nivel Formativo a) Instructor/a (teórico - práctico); b) Facilitadores/as (legislación y complementarias); y, c) Responsable de proyectos de producción y/o servicios.

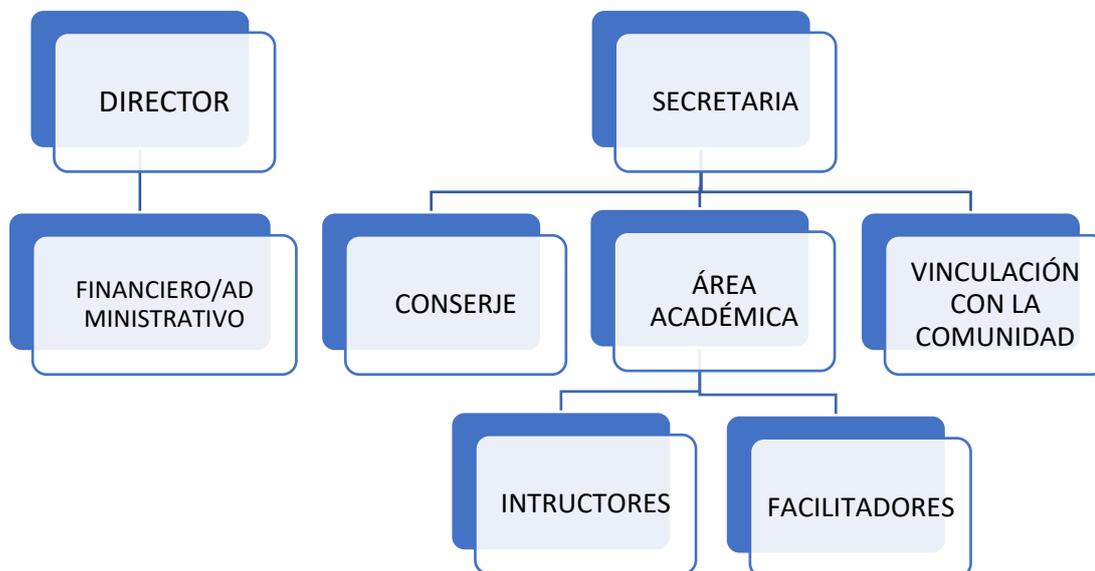


Figura 17. Organigrama funcional

Nombre o razón social

Se refiere al nombre comercial que tendrá el Centro de Capacitación y con el que se dará a conocer en el medio. El nombre seleccionado para el Centro de Capacitación es:

CECARL “Centro de capacitación artesanal Loja”

Logo de la institución



Eslogan



Visión y misión de la empresa

Visión.

Ser una institución líder en la ciudad de Loja que ofrezca servicios de capacitación artesanal de alta calidad e impacto económico, manteniendo un soporte humano y tecnológico para brindar un servicio de calidad que nos permita aportar al crecimiento y desarrollo de la ciudad de Loja.

Misión.

Proporcionar el servicio de capacitación artesanal de manera eficiente y segura, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, enfocándose en un mejoramiento continuo, garantizando así la optimización de sus recursos

Tabla 15. *Principios y Valores*

Principios	Valores
<p>Cultura de calidad. - Perfeccionar nuestros procesos, a través de una mejora continua, para lograr eficacia, eficiencia y productividad buscando alcanzar la excelencia, en beneficio y satisfacción de nuestro personal y clientes.</p> <p>Cultura de innovación. - Mantener los equipos y procesos actualizados con la tecnología más avanzada, para garantizar una continua producción e incremento en la productividad y competitividad de nuestras operaciones</p> <p>Responsabilidad social con la comunidad. - Integrar de modo permanente las actividades de la empresa con su entorno social; participar en las actividades y eventos comunitarios e impulsar el desarrollo sustentable de la sociedad.</p>	<p>Responsabilidad. - Obrar de manera que se contribuya al logro de los objetivos de la empresa</p> <p>Puntualidad. - Cumplir con los compromisos y obligaciones en el tiempo acordado, valorando y respetando el tiempo de los demás</p> <p>Laboriosidad. - Emplear el trabajo como una poderosa fuerza transformadora, para así alcanzar los objetivos de la empresa y hacer que ella logre los más altos niveles de productividad y desarrollo</p> <p>Solidaridad. - Generar compañerismo y un clima de amistad, trabajando juntos para cumplir nuestra misión y encaminarnos hacia el logro de nuestra visión.</p> <p>Respeto. - Desarrollar una conducta que considere en su justo valor los derechos fundamentales de nuestros semejantes y de nosotros mismos.</p>

Compromiso en el servicio. - Destacarse por el elevado nivel de los servicios que se ofrecen en la empresa

Desarrollo y bienestar del recurso humano. - Proporcionar una adecuada calidad de vida a los trabajadores; velar por su seguridad física, social y emocional; brindarles los servicios que los valoren como personas; promover su crecimiento a través del entrenamiento y desarrollo profesional y social, estimular su autorrealización.

Equidad. - Otorgar a cada cual, dentro de la empresa, lo que le corresponde según criterios ciertos y razonables

Honestidad. - Obrar con transparencia y clara orientación moral cumpliendo con las responsabilidades asignadas en el uso de la información, de los recursos materiales y financieros.

Creatividad. - Buscar, en forma permanente, nuevas formas de hacer las cosas, de modo que ello sea beneficioso para el trabajador, la empresa, y la sociedad.

Análisis FODA

Tabla 16. *Matriz FODA*

	Positivo	Negativo
	Fortalezas	Debilidades
Internos (factores de la empresa)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Personal Administrativo muy especializado y con experiencia en el ámbito educativo. ➤ Excelentes relaciones con instructores y facilitadores en diferentes temas. ➤ Colaboración de un equipo multidisciplinario en la elaboración del proyecto ➤ El grupo emprendedor tiene liderazgo, es disciplinado, responsable y tienen una buena visión empresarial. ➤ Precios accesibles ➤ Calidad en el servicio ➤ Inclusión de las TICs en el ámbito educativo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos financieros limitados ➤ Es necesario la adecuación de la infraestructura donde funcionara el Centro de capacitación. ➤ No se dispone de muebles de oficina y mobiliario académico
Externos	Oportunidades	Amenazas

(factores del ambiente)	<ul style="list-style-type: none">➤ Amplia clientela potencial➤ Crecimiento económico de la ciudad➤ Las personas que integran la empresa, son reconocidas por su capacidad y honestidad en el medio económico y social de la ciudad de Loja.➤ Realizar alianzas estratégicas con diferentes instituciones y organizaciones➤ Existe la predisposición de la CFN para financiar este proyecto➤ Buenas relaciones con los representantes de las instituciones locales.	<ul style="list-style-type: none">➤ Mal manejo de información que pueda afectar el desarrollo del proyecto.➤ Inestabilidad social➤ Cambios climáticos que afecten la salud de los participantes.➤ Inesperada inestabilidad política de nuestro país.➤ Capacitaciones gratuitas por instituciones y organismos del estado como municipios➤ Existencia de competencia gubernamental en la ciudad de Loja.
--------------------------------	--	--

Matriz Implicación (FCB)

Con la Matriz Implicación FCB (Foot, Cone y Belding) se analiza el comportamiento de la elección de las personas, cuando optan por seguir una determinada profesión o capacitación, en este caso por los cursos de capacitación artesanal que les brindara la Empresa

El objetivo de utilizar esta matriz es analizar el comportamiento de elección de los consumidores o beneficiarios potenciales y examinar su reacción ante los estímulos del marketing puestos a su disposición en el marco de la política de ventas y de comunicación de la empresa

Tabla 17. *Matriz de implicación (FCB)*

		APREHENSION	
		Racional	Emocional
IMPLICACION	Fuerte	Aprendizaje	Afectividad "CURSOS DE CAPACITACION ARTESANAL "
	Débil	Rutina	Gusto o preferencia

La implicación de compra es Fuerte porque el valor de participar en un Centro de capacitación Artesanal es alto y cambiara sus hábitos de enseñanza-aprendizaje y horario.

El modo de elección es emocional ya que se basa en el deseo de aprender y tener una nueva profesión que le brinde comodidad y réditos económicos.

El consumidor primero siente y evalúa las opciones existentes en el mercado, las investiga y cuando está completamente seguro opta por matricularse en la empresa y seguir una determinada carrera o capacitación artesanal

Cuando realicemos nuestros anuncios publicitarios dado que tenemos una elevada implicación y procesamiento afectivo, debemos utilizar anuncios largos y con efectos visuales.

Marketing Mix

Producto.

El Centro de Capacitación brindará un servicio de asesoramiento y especialización en las diferentes áreas que las personas que desean capacitarse consideren necesario, solucionando sus falencias que impiden el crecimiento y sostenibilidad de su taller o microempresa.

Además, se desarrollarán conferencias en las que se difundirán temas de importancia general para el público concurrente.

Precio.

Los valores del curso serán de \$ 10,00 por inscripción, la misma se cobrará por única vez al inicio de la formación académica, \$ 45,00 dólares por matrícula y \$ 70,00 y \$ 80,00 por colegiatura durante los 5 meses; incluye capacitación, materiales de estudio. El régimen de estudio por quimestres, dos en el año y el tiempo de duración será de 2 años. Los horarios serán acorde a la elección del capacitado, que puede ser en jornada matutina y jornada nocturna.

Plaza.

Los eventos de capacitación se llevarán a cabo en las instalaciones del Centro de Capacitación Artesanal, el mismo que estará ubicado en las calles Celica entre 18 de Noviembre y Avda. Universitaria, barrio Los Molinos y será dirigido a personas desde los 16 años en adelante, quienes recibirán conocimientos que los preparará para emprender en cualquier iniciativa que tengan.

Promoción.

El Centro de capacitación artesanal no está en condiciones de establecer promociones, pero sí puede establecer alianzas con Instituciones gubernamentales que apoyen con el financiamiento de los cursos y conferencias que permitan el acceso a estos servicios por parte de cualquier joven que no cuente con los recursos para cubrirlo.

En cuanto a la publicidad, ésta se la realizará a través de los medios locales, como son televisión, prensa y afiches. Afortunadamente el canal local tiene precios bajos que permiten acceder sin incurrir en gastos elevados; para todo esto, se deberá asignar un rubro que cubra con estas necesidades.

Estudio Técnico**Requerimiento de Maquinaria y equipos para la implementación.**

Las inversiones en equipamiento incluyen aquellas máquinas que permitan la operación normal de la empresa como lo son la maquinaria y equipos que se van a utilizar en los talleres de: Belleza y peluquería, Corte y confección, Ilustradores comerciales y Cocina alternativa.

Requerimientos de Insumos.

Para realizar la parte práctica deberá contarse con un stock de insumos, entre los que habrá algunos que se deben cambiar o reemplazar más seguido que otros. Habrá ocasiones que los estudiantes o participantes tendrán que traer sus propios materiales e insumos y el producto terminado lo llevaran a sus casas. Sin embargo, este detalle no cambiará la calidad y éxito del curso.

Requerimientos de Equipo Humano.

Los Instructores y facilitadores constituye uno de los principales factores del proyecto se detallará la información del personal que laborará con nosotros.

Tabla 18. Requerimiento de equipo humano

Nombre	Título	Especialidad
Cecilia Samaniego	Licenciada en Belleza	Belleza y peluquería
Ana Belén González	Arquitecta	Ilustradores comerciales
Fredy Iturralde	Cheff / Licenciado	Cocina Alternativa
Carlos Poma Saca	Profesional de la sastrería	Alta costura
Jackson Mosquera	Ingeniero Finanzas	Finanzas y proyectos
Franco Correa Carreño	Ingeniero comercial	Ciencias Básicas
Betty Estrella T	Licenciada	Gastronomía
Ángel Pucha	Profesional de la sastrería	Corte y confección
Eduardo González	Ingeniero	Diseño gráfico

Estudio de Localización

Método de Localización por Puntos.

El estudio de localización se lo realizó mediante el método de la localización por puntos. Este método consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye.

Al comparar dos o más localizaciones opcionales, se procede a asignar una calificación a cada factor en una localización de acuerdo con una escala predeterminada como, por ejemplo, de 0 a 10. La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la localización que acumule el mayor puntaje.

Como resultado el estudio nos dice que la mejor ubicación es en la parroquia San Sebastián, por la cercanía de los mercados: San Sebastián, la Tebaida y Reina del Cisne, la cercanía a los centros comerciales: Reina del Cisne, Supermaxi, Romar, Don Daniel y Kiwi, y por la facilidad del transporte puesto que por aquí pasan varias líneas de buses y esto genera la comodidad para los estudiantes.

Tabla 19. *Método de Localización por Puntos*

Factor	Peso	PARROQUIA SUCRE		PARROQUIA SAN SEBASTIAN		PARROQUIA EL SAGRARIO	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Costos del alquiler	15%	7	1,05	9	1,35	8	1,2
Cercanía al mercado	35%	9	3,15	9	3,15	9	3,15
Sector comercial	40%	6	2,4	8	3,2	7	2,8
Costos del transporte	10%	9	0,9	9	0,9	8	0,8
Total	100%		7,5		8,6		7,95

Diseño arquitectónico del Centro de capacitación artesanal “CECARL”



Figura 18. Diseño arquitectónico, CECARL

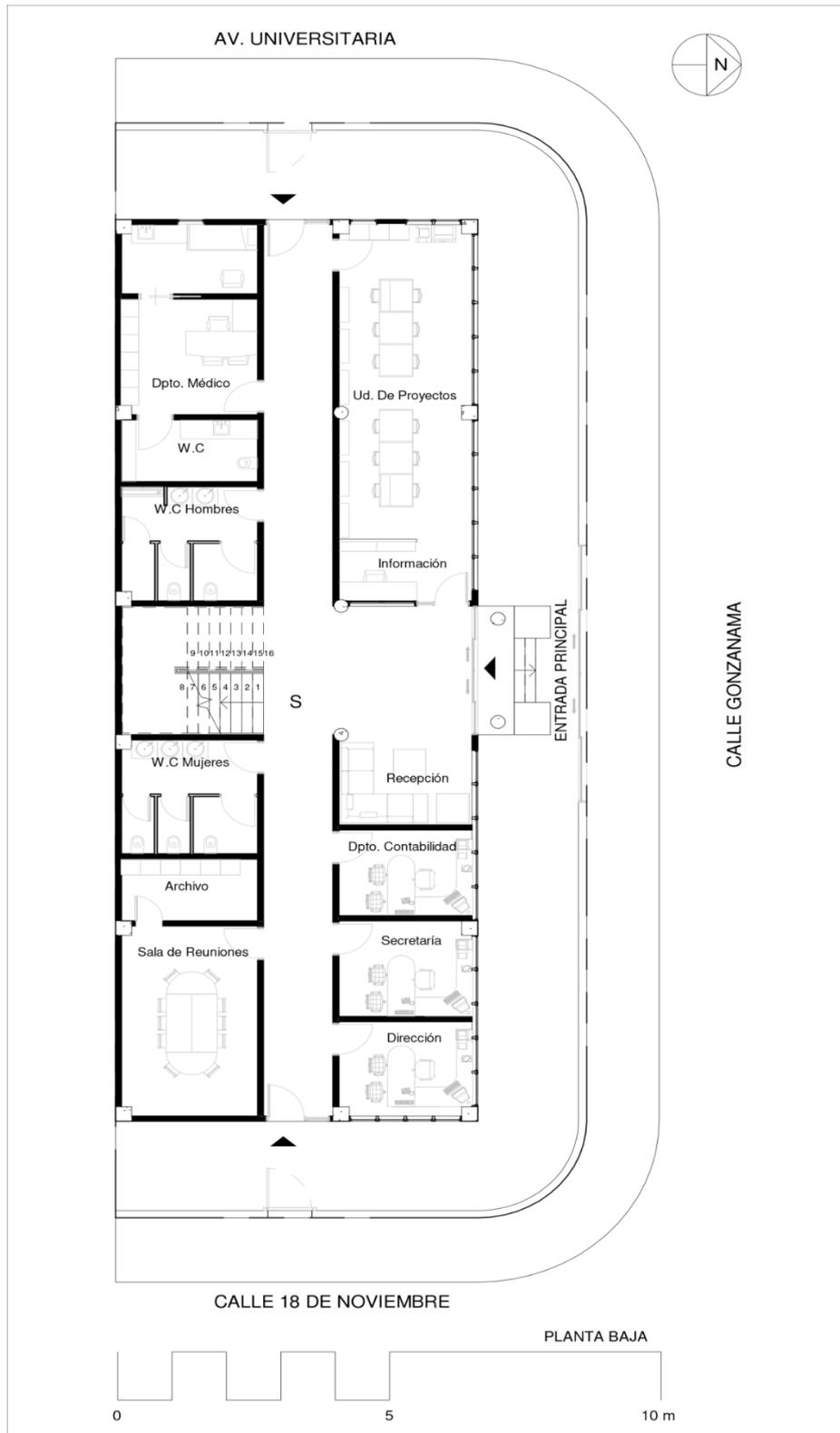


Figura 19. Planta Baja, CECARL

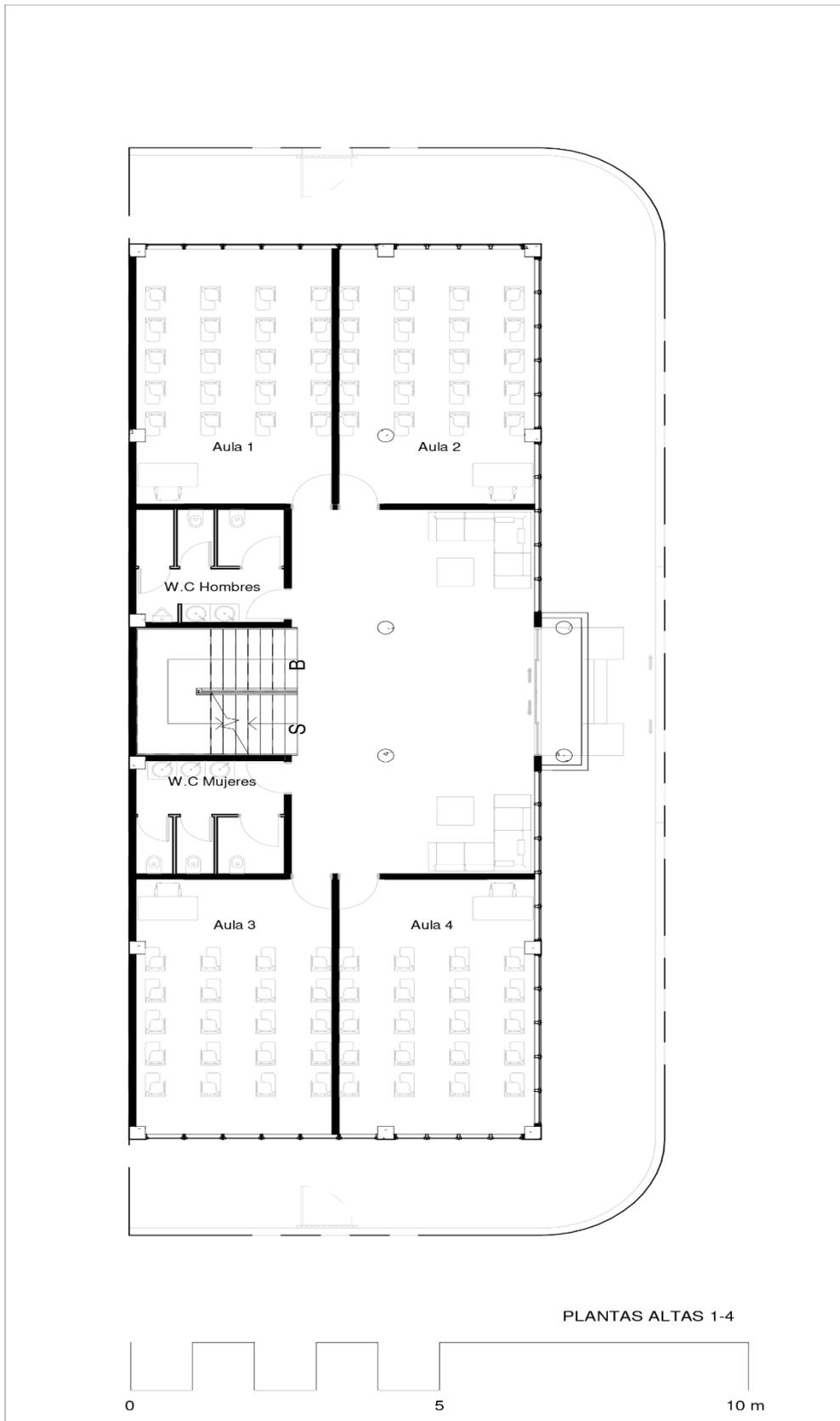


Figura 20. Plantas altas, CECARL

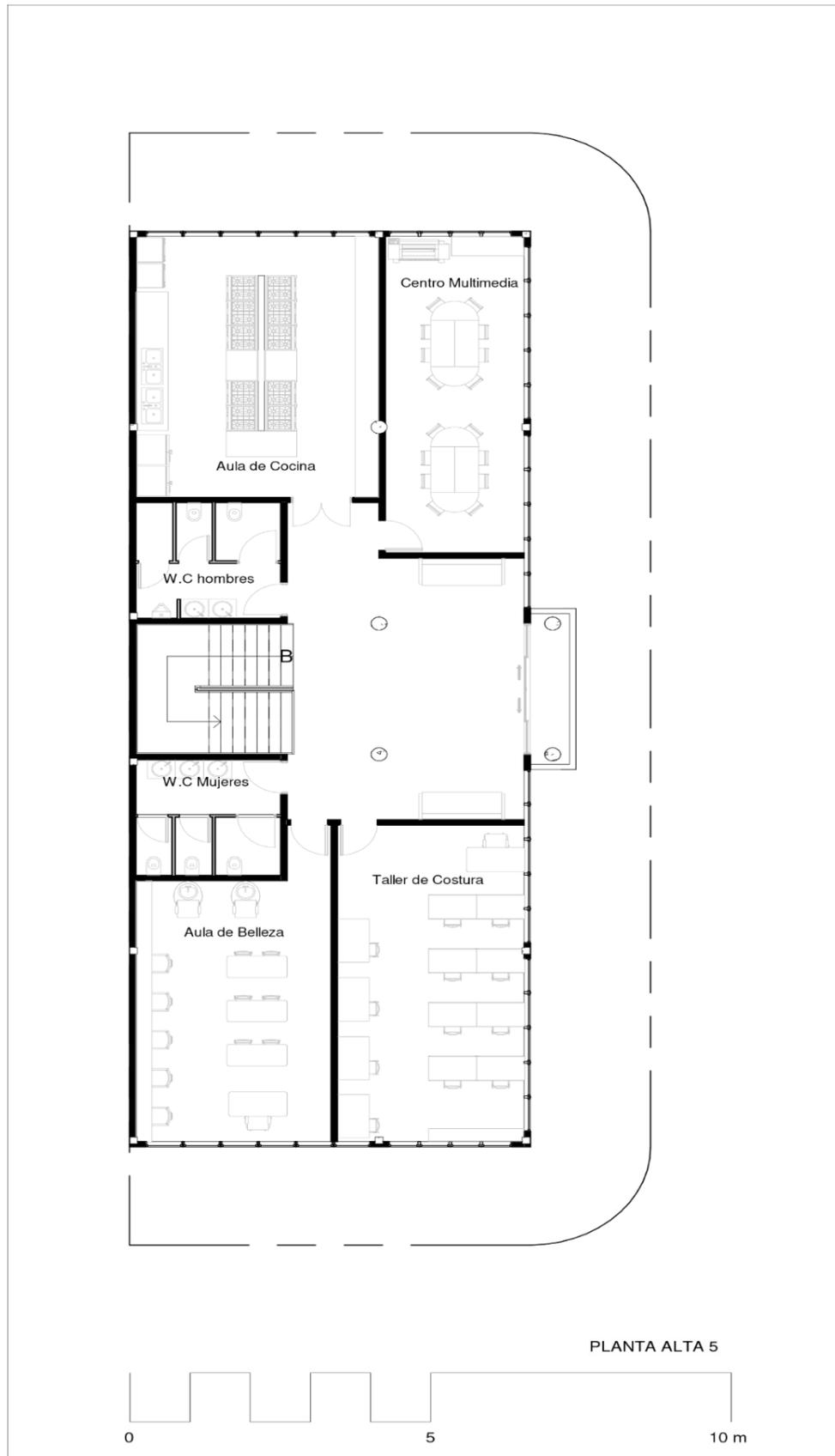


Figura 21. Plantas altas, CECARL

Proceso de Servicio

El aspirante viene a las oficinas o llama por teléfono a la empresa y solicita la información pertinente sobre los cursos de capacitación artesanal la secretaria toma los datos de los requerimientos de los aspirantes ser parte del programa de capacitación. La secretaria, que funciona como contadora, deberá indicar inmediatamente al aspirante los horarios, los costos y la metodología de estudio

En el momento de realizar la reserva en la empresa. Esta asignado su cupo de estudio por lo que deberá realizar su matrícula, posterior a ello el estudiante deberá acudir puntualmente a los cursos de capacitación artesanal que se haya matriculado y en los horarios asignados. Estos no podrán realizar trabajos adicionales a los pactados a menos que se le comunique a la empresa y esta lo autorice, lo cual aumentaría el valor del servicio a facturar.

Características de los cursos

Profesional en belleza y cosmetología.

La futura profesional puede ejercer su actividad en medianas y pequeñas empresas que tienen relación directa con la imagen personal, particularmente en establecimientos del sector de servicios de estética y peluquería, y en general en establecimientos relacionados con la venta de productos de imagen personal, así como la cosmética, desempeñando tareas de ejecución y maquillaje social, depilación mecánica, tratamientos básicos de higiene, hidratación facial y corporal, estética de manos y pies, asesoramiento sobre perfumes y cosmética natural, así como la comercialización de productos y servicios estéticos, ofreciendo un servicio de atención a los clientes de la empresa. Puede ser trabajador por cuenta propia realizando la organización de su propia empresa.

Las Asignaturas de este Curso de Belleza y Peluquería que los estudiantes deben aprender son:

Módulo 1

- Peinados y recogidos.
- Coloración capilar.
- Cosmética para peluquería.

Módulo 2

- Técnicas de corte del cabello.
- Cambios de forma permanente del cabello.
- Peluquería y estilismo masculino.
- Análisis capilar.

Módulo 3

- Estética de manos y pies.
- Imagen corporal y hábitos saludables.
- Marketing y venta en imagen personal

Módulo 4

- Formación y orientación laboral.
- Empresa e iniciativa emprendedora.
- Formación en centros de trabajo.

Profesional en corte y confección.

En este curso sobre corte y confección, los estudiantes aprenderán a **elegir telas, modelos, tomar medidas, trazar patrones, cortarlos en tela, hilvanar y entregar y confeccionar prendas** de su propia autoría.

Este curso consiste en una capacitación básica de diseño de modas y colección de prendas hechas a la medida. Este es uno de los oficios más reconocidos en la sociedad,

ya que la ropa hecha a la medida les garantiza calidad, exclusividad y acabado perfecto. Con la fabricación en serie de ropa, apoderándose de los armarios de la mayoría de las personas, sería una manera fácil y rápida de conseguir resaltar o incluso formar un negocio propio.

La ropa a la medida es una excelente solución a los problemas de moda de muchos, Vestidos, camisas, trajes y ropa formal, todo se podrá hacer a la medida y según las especificaciones, incluyendo tejidos y telas que hayan escogido.

Los temas a tratar a lo largo del curso son:

Módulo 1:

- Seguridad, higiene y aseguramiento en el trabajo
- Herramientas y materiales para corte y confección, telas, características corporales, orientación de la tela.
- La máquina de coser, cómo coser, cómo hilvanar y puntadas a mano.
- Atención al cliente

Módulo 2:

- Medidas y patrones para faldas y pantalones
- Medidas para confeccionar una blusa
- Trazo de pantalones rectos

Módulo 3:

- Reparaciones, pinzas a la cintura
- Transformar una camisa o una prenda

Módulo 4:

- Responsabilidad social, actualización, innovación.

Profesional como Cheff de cocina alternativa.

Con esta formación se prepara al alumnado para ser un buen Chef especializado en cocina alternativa, y poder desarrollar los procesos de pre elaboración, preparación, presentación y conservación de toda clase de alimentos y definir ofertas gastronómicas, aplicando con autonomía las técnicas correspondientes, consiguiendo la calidad y objetivos económicos establecidos y respetando las normas y prácticas de seguridad e higiene en la manipulación alimentaria. Además, el cheff en cocina alternativa se prepara en términos de seguridad alimentaria obteniendo además el título de manipulador de alimentos. Una vez el alumnado haya concluido su formación, habrá desarrollado las siguientes competencias y conocimientos: actuar bajo normas de seguridad, higiene y protección ambiental en hostelería; definir ofertas gastronómicas sencillas, realizar el aprovisionamiento y controlar consumos; preparar elaboraciones básicas de múltiples aplicaciones y platos elementales de cocina alternativa; preparar y presentar los platos más significativos de la cocina tradicional regional del Ecuador; conseguir buenos hábitos en seguridad alimentaria; adquirir conocimientos acerca de limpieza y desinfección de manera adecuada.

Este curso en cocina alternativa está dirigido a todas aquellas personas que se dedican al mundo de la restauración, más concretamente, que pretendan obtener conocimientos relacionados con la cocina tradicional, así como a cualquier persona interesada en adquirir los conocimientos propios de este sector y aprender a ser uno de los mejores chefs.

Los temas a tratar a lo largo del curso son:

Modulo 1

- Costos de Alimentos y Bebidas
- Almacenes y Compras
- Bar y Coctelería

Modulo 2

- Instalación y Mantenimiento de Equipo
- Hospitalidad y Servicio
- Administración de los Servicios Alimenticios

Modulo 3

- Bases Culinarias
- Higiene y Manejo de los Alimentos

Modulo 4

- Fotografía Gastronómica

A través de ella aprenderás cuáles son los aspectos comunicacionales y sensoriales que deben evocar fotografías e imágenes de alimentos y platillos, con la finalidad de captar la atención de los consumidores.

Ilustrador comercial.

Una de las funciones de un ilustrador más importantes es la de crear ilustraciones y diagramas, para acompañar y apoyar los productos de medios impresos y digitales. Otras funciones incluyen la creación de dibujos técnicos, creativities para productos comerciales y creativities para medios digitales, redes sociales y publicidad online. Además, es importante resaltar que los ilustradores visualizan y producen obras de arte y dibujos lineales basados en conceptos establecidos por sus clientes. Por ello, entre sus funciones y habilidades debe estar la comunicación con el cliente durante todas las etapas del proceso de ilustración. Para que le acompañe en la toma de decisiones y le pueda asesorar sobre los medios y técnicas necesarios para producir la ilustración deseada.

La formación de un ilustrador gráfico varía mucho y puede ir desde la formación autodidáctica o con cursos no regulados. Además de la propia formación, a la hora de

salir al mercado laboral se le da una gran importancia al portafolio de trabajos, ya que es lo que demuestra el talento, creatividad y habilidad del ilustrador.

Los ilustradores trabajan normalmente tanto en empresas como de manera freelance y pueden tener salidas profesionales en distintas industrias, incluyendo los medios impresos (periódicos y revistas), la publicidad, el gobierno y la moda.

Como se ha comentado, hay muchas vías para formarse como ilustrador. Pero, generalmente, los ilustradores adquieren los conocimientos técnicos y la experiencia a través de programas de capacitación constante y avanzada.

Capítulo V

Análisis Financiero del proyecto

El presente capítulo está conformado por el estudio financiero que el Centro de Capacitación Artesanal CECARL deberá considerar para poner en marcha la creación del mismo en la ciudad de Loja. Se establecerá la inversión fija, inversión intangible, el capital de trabajo; que ayudará para conocer el valor total que se necesita para la creación del centro, de la misma forma se expondrá cuál será el financiamiento, los costos, los gastos, se proyectarán los estados financieros: el estado de resultados, el balance general y el flujo de caja, el cual servirá para determinar el valor del VAN, de la TIR, TMAR, que ayudarán a determinar la viabilidad del proyecto.

Inversión Inicial.

La inversión total requerida para la implementación de nuestra empresa de capacitación artesanal es de \$ 146.142,35 activos diferidos \$ 3.300,00 y capital de trabajo 125.415,35, tal como se muestra en la tabla 20.

Tabla 20. *Plan de Inversiones*

a) ACTIVOS FIJOS	TOTAL
Construcciones y predios	2.000,00
Muebles y enseres	7.635,00
Equipos de oficina	1.635,00
Equipos de computación (Salas de clase)	3.396,00
Maquinaria y equipos (Cursos)	2.761,00
Subtotal Activos Fijos	17.427,00
b) ACTIVOS DIFERIDOS	TOTAL
Gastos administrativos (trámites)	2.000,00
Servicios auxiliares (cont. agua, luz y teléfono)	100,00
Montaje e instalación	200,00
Imprevistos	1.000,00
Subtotal Activo Diferido	3.300,00
c) CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL
a) COSTOS DE PRODUCCION	13.320,00
b) GASTOS GENERALES	4.234,78
c) COSTOS DE OPERACIÓN	107.860,57
Subtotal Capital de Trabajo	125.415,35
TOTAL DE INVERSIÓN (Fijos+Diferidos+Circulante)	146142,35

Inversión Intangible del Proyecto.

Los Gastos administrativos (trámites para constituir la empresa), los servicios auxiliares para adecuación del local y el montaje e instalación forman parte de los Activos Diferidos, los mismos que también son considerados como parte de la inversión inicial de la empresa. Tal como se muestra en la tabla 21.

Tabla 21. *Activos Diferidos*

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Gastos administrativos (trámites)	2.000,00
Servicios auxiliares (cont. agua, luz y teléfono)	200,00
Montaje e instalación	500,00
TOTAL	2.700,00

Capital de Trabajo.

Además de la inversión de la organización, es de vital importancia calcular la inversión que se necesita para financiar los desfases de caja que puedan presentarse durante el desempeño del proyecto.

Este rubro corresponde al capital de trabajo, que es de \$ 125.415,25, el mismo que comprende los costos de producción, gastos generales y costos de operación por lo que esta será la inversión a efectuarse en capital de trabajo para financiar la operación normal del proyecto.

Ingresos por Venta del Servicio.

Los ingresos que hemos proyectado para las ventas del servicio serán de acuerdo a la demanda estimada de cada año, para facilitar el cálculo se estableció la demanda mensual, anual y para la vida útil del proyecto.

Para la rama de belleza, ambas jornadas matutinas y nocturnas se estima un ingreso mensual de \$23000,00 para cada jornada, dando un total de \$46000,00 de ingresos mensuales, tal como se observa en la tabla 22.

Tabla 22. *Ingresos mensuales del curso de Belleza en dos jornadas*

CURSO No. 01 PROFESIONAL EN BELLEZA (JORNADA MATUTINA)					
NOMBRE	No. Estudiantes	Costo	Ciclos	Meses	Ingresos
Inscripcion	25	10			250
Matricula	25	55	2		2750
Pension	25	80		10	20000
Total Curso					23000
CURSO No. 01 PROFESIONAL EN BELLEZA (JORNADA NOCTURNA)					
NOMBRE	No. Estudiantes	Costo	Ciclos	Meses	Ingresos
Inscripcion	25	10			250
Matricula	25	55	2		2750
Pension	25	80		10	20000
Total Curso					23000
					46000

Para la rama de Corte y Confección, jornada matutina se prevé un ingreso mensual de \$18400,00. Mientras que la jornada nocturna proyecta un ingreso de \$23000,00; dando un total de \$41400,00 de ingresos mensuales. Tal como se observa en la tabla 23.

Tabla 23. *Ingresos mensuales del curso de Corte y Confección en dos jornadas*

CURSO No. 02 PROFESIONAL EN CORTE Y CONFECCION (JORNADA MATUTINA)					
NOMBRE	No. Estudiantes	Costo	Ciclos	Meses	Ingresos
Inscripcion	20	10			200
Matricula	20	55	2		2200
Pension	20	80		10	16000
Total Curso					18400
CURSO No. 02 PROFESIONAL EN CORTE Y CONFECCION (JORNADA NOCTURNA)					
NOMBRE	No. Estudiantes	Costo	Ciclos	Meses	Ingresos
Inscripcion	25	10			250
Matricula	25	55	2		2750
Pension	25	80		10	20000
Total Curso					23000
					41400

Para el curso de ilustradores comerciales, se estima un ingreso mensual de \$12000,00 en la jornada matutina y de \$16000,00 en la jornada nocturna, dando un total de \$28000,00 en ingresos mensuales. Tal como se observa en la tabla 24.

Costos Fijos.

Los Costos Fijos son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad, sino que permanecen invariables ante esos cambios.

Así, se estima que los costos de administración serán de \$8113,68 mensuales, \$48682,10 semestrales y de 97364,20 anuales, tal y como se observa en la tabla 26.

Tabla 26. *Costos de Administración*

DESCRIPCIÓN	TOTAL		
	Mensual	Semestral	Anual
Director	1.410,00	8.460,00	16.920,00
Secretaria - Contadora	928,17	5.569,02	11.138,04
Auxiliar 1	652,83	3.917,00	7.834,00
Instructor 1	1.134,67	6.808,02	13.616,04
Instructor 2	1.134,67	6.808,02	13.616,04
Instructor 3	1.134,67	6.808,02	13.616,04
Instructor 4	1.134,67	6.808,02	13.616,04
Auxiliar servicios generales	584,00	3.504,00	7.008,00
Total	8.113,68	48.682,10	97.364,20

Por servicios básicos se prevé que tendrá un costo de 1\$91,64 mensuales, \$1149,84 semestrales y de \$2299,68 anuales, tal como se observa en la tabla 27.

Tabla 27. *Servicios básicos*

DESCRIPCIÓN	Cant.	Precio Unitario	TOTAL		
			Mensual	Semestral	Anual
Agua Potable	560,00	0,06	33,60	201,60	403,20
Energía Eléctrica KW/H	1256,00	0,09	113,04	678,24	1.356,48
Teléfono	500,00	0,09	45,00	270,00	540,00
Total			191,64	1.149,84	2.299,68

Se estima que por la depreciación de activos fijos como; construcciones y predios, equipos de oficina, computación, maquinaria y equipos será de \$1935,10. Tal como se observa en la tabla 28.

Tabla 28. *Depreciaciones*

DESCRIPCIÓN	Inversión Inicial	Vida Útil	Tasa Anual	TOTAL
Construcciones y Predios	2.000,00	10	10	200,00
Equipos de oficina	1.635,00	5	20	327,00
Equipo computación	3.396,00	3	33	1.132,00
Maquinaria y equipos	2.761,00	10	10	276,10
Total Depreciación Activos Fijos				1.935,10

El costo estimado por arriendo de local es de \$1000,00 mensuales, dando un monto de \$12000,00 anuales. Tal como se observa en la tabla 29.

Tabla 29. *Arriendo del local*

DESCRIPCIÓN	Número Meses	Costo Mensual	Costo Total
Arriendo del local	12	1.000,00	12.000,00
Total	12		12.000,00

Se prevé que el costo de ventas mensual será de \$229,17; \$1375,00 semestrales y de \$2750,00 anuales. Tal como se observa en la tabla 30.

Tabla 30. *Costo de ventas*

DESCRIPCIÓN	Cant.	Precio Unitario	TOTAL		
			Mensual	Semestral	Anual
Radio	1,00	2.400,00	200,00	1.200,00	2.400,00
Tripticos	1.000,00	0,35	29,17	175,00	350,00
Total			229,17	1.375,00	2.750,00

Finalmente, en gastos financieros se estima que será de \$7746,38. Tal como se observa en la tabla 31.

Tabla 31. *Gastos Financieros*

DESCRIPCION	TOTAL
Gastos financieros	7.746,38

Costos Variables.

Los costos variables se verán reflejados por la cantidad de materiales que se utilicen en el desarrollo de cada uno de los talleres.

Deuda.

El Centro de capacitación artesanal Loja “CECARL” necesita \$ 146.142,35 como inversión inicial, pero contraerá una DEUDA con la Corporación Financiera Nacional Sucursal Loja por el monto de \$ 70.000,00 a diez años plazo, con pagos semestrales y a una tasa de interés del 11,35 %. El Banco solo financiara el 47,90 % del valor total de la inversión necesaria para el proyecto ya que es una política del tipo de crédito al cual se aplicará financiar el 50 %. Tal como se observa en la tabla 32.

Tabla 32. *Estructura del capital*

DETALLE	V/DOLARES	PORCENTAJE
CAPITAL PROPIO	76.142,35	52,10
CREDITO	70.000,00	47,90
TOTAL INVERSION	146.142,35	100,00

Monto= \$ 70.000

Plazo = 10 años

Cuotas = 24

Interés = 11,35 %

Plazo de gracia= No

Cuota semestral a pagarse: \$ 7.746,38

Tasa de descuento.

Para calcular la tasa de descuento, consideramos el costo de la deuda y también el costo del capital propio, que considera la tasa libre de riesgo y la rentabilidad del mercado, así como el de la empresa.

Costo del Capital Propio (CAPM).

Para evaluar el proyecto se debe considerar el capital patrimonial. De este modo, para determinar el costo de capital propio, se utiliza la siguiente ecuación:

$$K_e = [R_f + B_i (R_m - R_f)] + \text{Riesgo País}$$

K_e: Costo del Capital propio

R_f: es la tasa “libre de riesgo”, la tasa de los bonos del Tesoro de Estados Unidos con vencimiento a 5 años con un valor de 3,25 % al 10 de junio del 2020.

B_i: es la correlación del retorno de las acciones del sector (Servicios de capacitación en este caso con respecto al índice general del mercado).

R_m: La rentabilidad del mercado será reconocida como la rentabilidad actual del índice S&P 500 (de servicios), que actualmente alcanza 17,5%. Al 31 de mayo del 2020

Riesgo País: Obtenida de los datos del Ministerio de Economía y Finanzas del Gobierno del Ecuador, se encuentra actualmente en el 4,518 %.

$$K_e = 0,0325 + 0,63 (0,175 - 0,0325) + 0,04518$$

$$K_e = 0,12226$$

$$K_e = 12,22 \%$$

Costo de Capital.

El costo del capital corresponde aquella tasa que se utiliza para determinar el valor actual de los flujos futuros que genera el proyecto y representa la rentabilidad que se le debe exigir a la inversión por renunciar a un uso alternativo de los recursos en proyectos de los riesgos similares. Para calcularlo se utiliza la siguiente ecuación:

$$K_o = K_d (1-t) * D/A + K_e * P/A$$

K_d: es el costo de la deuda.

t: representa la tasa de impuestos.

D/A: es la razón deuda/activos.

K_e: es el costo del capital propio

P/A: es la razón patrimonio/activos

Por lo tanto, para obtener el costo promedio ponderado de capital, se necesita determinar qué porcentaje de financiación se hará con deuda y que porcentaje con recursos propios. La deuda corresponde al 47,90 % de la inversión total. El costo de la deuda está dado por el interés que cobra la Corporación Financiera Nacional (CFN-Loja), el cual es de 11,35 %. La tasa de impuesto a la renta es del 25%.

$$K_o = (0,1135) (1-0,25) (0,521) + 0,1222(0,4790)$$

$$K_o = 0,04435 + 0,00.0585$$

$$K_o = 0,1028$$

$$K_o = 10,29 \%$$

Costo de la deuda.

La medición del costo de la deuda, se basa en el hecho que el proyecto va ser apalancado por un préstamo el cual deberá ser reembolsado en una fecha futura específica, con un monto mayor al obtenido originalmente. La diferencia constituye el costo que debe pagarse por la deuda. En este caso la tasa de interés anual del préstamo es de 11,35 % el cual se define como el costo de la deuda.

$$K_d = 11,35 \%$$

Se presenta el estado de resultados de la ejecución del proyecto programado para 10 años, teniendo una utilidad neta de \$12805,90 en el año 1 y de \$28142,17 para el año 10. Tal como se observa en la tabla 33.

Tabla 33. *Estado de Resultados*

CONCEPTO	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
+ INGRESOS	147.600,00	147.600,00	154.980,00	157.395,00	165.264,75	167.927,29	176.323,65	179.259,10	188.222,05	191.458,39
- Costos Producción	16.789,78	17.100,24	17.417,19	17.740,77	18.071,11	18.408,35	18.752,64	19.104,13	19.462,96	19.829,29
= UTILIDAD MARGINAL	130.810,22	130.499,76	137.562,81	139.654,23	147.193,64	149.518,94	157.571,01	160.154,97	168.759,09	171.629,09
- Costos Administración	97.364,20	99.399,11	101.476,55	103.597,41	105.762,59	107.973,03	110.229,67	112.533,47	114.885,42	117.286,52
- Costos de Ventas	2.750,00	2.807,48	2.866,15	2.926,05	2.987,21	3.049,64	3.113,38	3.178,45	3.244,88	3.312,70
- Intereses pagados	7.746,38	6.951,88	6.157,38	5.362,88	4.568,38	3.773,88	2.979,38	2.184,88	1.390,38	595,88
= UTILIDAD BRUTA	22.949,65	21.341,30	27.062,73	27.767,89	33.875,46	34.722,39	41.248,59	42.258,18	49.238,42	50.434,00
- 23% Impuesto Renta	5.278,42	4.908,50	6.224,43	6.386,62	7.791,36	7.986,15	9.487,17	9.719,38	11.324,84	11.599,82
- 15% Trabajadores	3.442,45	3.201,19	4.059,41	4.165,18	5.081,32	5.208,36	6.187,29	6.338,73	7.385,76	7.565,10
= UTILIDAD ANTES DE RESERVAS	14.228,78	13.231,61	16.778,89	17.216,09	21.002,79	21.527,88	25.574,12	26.200,07	30.527,82	31.269,08
- 10% Reservas Capitalización	1.422,88	1.323,16	1.677,89	1.721,61	2.100,28	2.152,79	2.557,41	2.620,01	3.052,78	3.126,91
= UTILIDAD NETA	12.805,90	11.908,45	15.101,00	15.494,48	18.902,51	19.375,09	23.016,71	23.580,06	27.475,04	28.142,17

A continuación, se observa el flujo de caja proyectado a 10 años, permitiendo evaluar la rentabilidad; así como conocer los flujos de efectivo del proyecto. Tal como se observa en la tabla 33.

Tabla 34. *Flujo neto de efectivo*

CONCEPTO	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
+ INGRESOS	147.600,00	147.600,00	154.980,00	157.395,00	165.264,75	167.927,29	176.323,65	179.259,10	188.222,05	191.458,39
- Costos Producción	16.789,78	17.100,24	17.417,19	17.740,77	18.071,11	18.408,35	18.752,64	19.104,13	19.462,96	19.829,29
= UTILIDAD MARGINAL	130.810,22	130.499,76	137.562,81	139.654,23	147.193,64	149.518,94	157.571,01	160.154,97	168.759,09	171.629,09
- Costos Administración	97.364,20	99.399,11	101.476,55	103.597,41	105.762,59	107.973,03	110.229,67	112.533,47	114.885,42	117.286,52
- Costos de Ventas	2.750,00	2.807,48	2.866,15	2.926,05	2.987,21	3.049,64	3.113,38	3.178,45	3.244,88	3.312,70
- Intereses pagados	7.746,38	6.951,88	6.157,38	5.362,88	4.568,38	3.773,88	2.979,38	2.184,88	1.390,38	595,88
= UTILIDAD BRUTA	22.949,65	21.341,30	27.062,73	27.767,89	33.875,46	34.722,39	41.248,59	42.258,18	49.238,42	50.434,00
- 23% Impuesto Renta	5.278,42	4.908,50	6.224,43	6.386,62	7.791,36	7.986,15	9.487,17	9.719,38	11.324,84	11.599,82
- 15% Trabajadores	3.442,45	3.201,19	4.059,41	4.165,18	5.081,32	5.208,36	6.187,29	6.338,73	7.385,76	7.565,10
= UTILIDAD ANTES RESERVA	14.228,78	13.231,61	16.778,89	17.216,09	21.002,79	21.527,88	25.574,12	26.200,07	30.527,82	31.269,08
- 10 % Reservas capitalización	1.422,88	1.323,16	1.677,89	1.721,61	2.100,28	2.152,79	2.557,41	2.620,01	3.052,78	3.126,91
= UTILIDAD NETA	12.805,90	11.908,45	15.101,00	15.494,48	18.902,51	19.375,09	23.016,71	23.580,06	27.475,04	28.142,17
+ Depreciación.	1.935,10	1.935,10	1.935,10	1.935,10	1.935,10	1.935,10	1.935,10	1.935,10	1.935,10	1.935,10
+ Pago de capital	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
= FLUJO NETO EFECTIVO	21.741,00	20.843,55	24.036,10	24.429,58	27.837,61	28.310,19	31.951,81	32.515,16	36.410,14	37.077,27

Evaluación Financiera

Una vez que se ha confeccionado los flujos de efectivo vinculados con el proyecto, se debe evaluar la viabilidad económica financiera de las diferentes alternativas que se presentan. La decisión pasará por aceptar o rechazar la propuesta cuando se trata de proyectos independientes.

La teoría financiera brinda una gran gama de herramientas para la evaluación y selección de proyectos, siendo las más utilizadas las basadas en el descuento de flujos de efectivo, Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno/Rendimiento (TIR). Y existen la Relación beneficio costo y el Periodo de recuperación de la inversión que no toman en cuenta los descuentos en los flujos de efectivo.

Para saber si el presente proyecto es factible o no, es necesario calcular algunos indicadores como lo son el VAN, la TIR; los mismos que se indican a continuación.

El VAN que se obtuvo del presente proyecto fue de \$20159,25. Al ser este mayor que 0, se puede decir que el proyecto es factible. La TIR es de 12,54%; la cual es mayor a la TMAR que es de 10,29%, lo que se concluye que el proyecto es rentable. B/C (beneficio / Costo) es de $1,25 > 1$, lo que indica que los beneficios son mayores a los costos y el periodo de recuperación de la inversión será dentro de 9 años. Tal como se indica en la tabla 35.

Tabla 35. Indicadores financieros

INDICADORES	VALOR
VAN (Valor actual neto)	\$ 20.159,25
TIR (Tasa Interna de Retorno)	12,54 %
B/C (beneficio / Costo)	1,25
PRI (Periodo recuperación inversión)	9 años

El análisis y evaluación del presente proyecto necesariamente se ve afectado por el riesgo e incertidumbre; si a esta situación se le agrega la utilización de herramientas que presentan supuestos restrictivos y problemas en simultáneo, se encontraría en un escenario que dista de

ser el ideal para tomar decisiones tan controversiales como las de obtención e inversión de dinero. Se considera que la aplicación de las herramientas de VAN, TIR, B/C, y PRI le agregan solidez al análisis y evaluación de este proyecto de inversión. Debemos tener presente que este proyecto se nos presenta en todos los ámbitos, además del financiero: administración, marketing, ingenierías, sistemas, etc. y que hoy en día resulta imprescindible efectuar un análisis pormenorizado y lo más exacto posible de la sostenibilidad financiera de la empresa y como es privada debe generar rentabilidad. Es en este sentido que, y tomando en consideración los resultados obtenidos mediante la aplicación de los indicadores financieros se puede concebir que el proyecto de la creación de un centro de capacitación artesanal es viable su ejecución y puesta en operatividad.

Flujo de caja del Inversionista

El flujo de caja permite medir la rentabilidad de toda la inversión; como se desea medir la rentabilidad de los recursos propios deberá agregarse el efecto financiamiento para incorporar el impacto del apalancamiento de la deuda.

Las tasas que incluirá el Flujo de Caja del Inversionista se desglosan a continuación:

- $K_o = TMAR = 10,29 \%$
- $TIR = 12,54 \%$

En este flujo se obtienen un VAN \$ 20.159,25 que es mayor a cero y arroja una TIR de 12,54 % mayor a la TMAR 10,29 % lo cual indica que el proyecto analizado desde el flujo de caja del Inversionista es rentable.

Flujo de caja del Proyecto

En el flujo de caja del proyecto también llamado proyecto puro se asume que la inversión que requiere el proyecto proviene de fuentes de financiamiento internas, es decir, que los recursos totales que necesita el proyecto provienen de los socios del Centro de capacitación artesanal “CECARL”

Las tasas a utilizar en la realización de este flujo de caja del Proyecto se presentan a continuación.

- $K_e = \text{TMAR} = 12,22 \%$
- $\text{TIR} = 12,54 \%$

En conclusión, del capítulo financiero se pudo observar el detalle de la cantidad de inversión que se necesitará para ejecutar el presente proyecto, la cual es de \$146142,35. Se ha considerado cuales son las inversiones fijas, intangibles y el capital de trabajo. Cabe recalcar que el plan de inversiones está conformado por activos fijos como; construcciones y predios, muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación, maquinaria y equipos, con un monto de \$17427,00; activos diferidos como gastos administrativos, servicios auxiliares, montaje e instalación, imprevistos con el valor de \$3300,00 y Capital de trabajo conformado por costos de producción, gastos generales y de operación, que sumados dan un total de \$125415,35.

Así mismo, se detallaron todos los ingresos y gastos que la empresa tendrá; los ingresos se realizaron de manera mensual de acuerdo a cada taller y jornada, matrículas y pensiones para luego ser expresados en ingresos anuales, teniendo un monto total de \$147600,00 en el año 1 y de \$191458,00 en el año 10. Mientras que los costos fijos están dados por costos de administración con un valor de \$97364,20 anuales, servicios básicos con \$2299,68; depreciaciones de activo fijo con un valor de \$1935,10; arriendo de local con \$12000,00 anuales, costos de venta con \$2750,00 y gastos financieros con el valor de \$7746,38, teniendo un costo de operación de \$107860,57.

Finalmente se proyectan los estados financieros a 10 años: el estado de pérdidas y ganancias donde se observa la utilidad del proyecto en cada año y el flujo de caja proyectado, que a más de medir la liquidez de la empresa permite calcular el VAN y TIR. El VAN que se

obtuvo del proyecto fue de \$20159,25. La TIR del 12,54%, la TMAR del 10,29% y el costo beneficio de 1,25.

Conclusiones

Con la revisión bibliográfica se logró obtener la descripción detallada de los principales conceptos, la recopilación de los estudios, investigaciones, datos e información más relevantes sobre la creación de un Centro de Capacitación Artesanal.

Así mismo, ayudó a delimitar los márgenes de la investigación, los intereses, el alcance y la relevancia dentro del entorno donde se trabajó, de manera tal que se pudieron seleccionar los recursos y la información necesarios para armar el marco teórico, que es el que sustenta el trabajo de investigación.

En el estudio de casos similares al planteado, se tomó como referencia el proyecto de; Viabilidad y factibilidad de crear una empresa especializada en capacitación de operarios de campo del sector bovino en la ciudad de Pereira, en el que se pudo terminar que es viable y factible, con una tasa interna de retorno de 30,76% en un periodo de 5 años.

También cabe señalar que la TIO podría aumentarse por el escaso riesgo que figura para el inversionista. De hecho, en un estudio prospectivo se encontró que al proyecto se le puede exigir una TIO máximo del 40%, que, desde el punto de vista financiero, éste seguirá siendo viable.

De acuerdo con la información obtenida en el estudio de mercado se puede concluir que existe un grado de interés potencial para el Centro de capacitación artesanal CECARL, ya que a través de las encuestas realizadas se determinó que el proyecto tendría una gran aceptación, siendo así que, el 61% de las personas encuestadas les gustaría participar como estudiantes en el Centro de Capacitación Artesanal.

Así mismo, se pudo detectar que los competidores directos de la empresa son los establecimientos ya constituidos y las universidades de la ciudad de Loja, los cuales se encuentran ocupando gran parte del mercado objetivo. Sin embargo, el concepto de ellos es diferente al de esta empresa, la cual está enmarcada en la calidad del servicio, con una

educación para la activación humana que ayude en el desarrollo potencial del sujeto, que encuentre su talento y se enfoque en él, que construya perspectivas de donde quiere llegar y que debe hacer para lograrlo.

La inversión que se necesita para poner en marcha el proyecto es de \$146.142,35 de los cuales \$76.142,35 es capital propio y \$70.000,00 financiados con la Corporación Financiera Nacional Sucursal Loja, a diez años plazo, con pagos semestrales y a una tasa de interés del 11,35 %.; valores que serán manejados en activos fijos, intangibles y como capital de trabajo. La inversión será recuperada dentro de 9 años.

Según el estudio financiero el proyecto es viable y factible con una Tasa Interna de retorno (TIR) del 12,54%, en donde, la rentabilidad que proyecta (TIR) es mayor a la rentabilidad mínima exigida por los inversionistas (TMAR o tasa de Descuento). El VAN es de \$20159,25, mayor a 0; por lo que se concluye que la ejecución del proyecto es rentable y atractivo para la empresa de capacitación artesanal “CECARL”

Recomendaciones

Implementar el centro de capacitación considerando las características socioeconómicas de la ciudad de Loja, tomando en cuenta que la capacitación es una herramienta que promueve el mejoramiento de las capacidades microempresariales y emprendimientos.

Perfeccionar y aplicar las estrategias de marketing para ingresar al top of mind de los consumidores, con el fin de conseguir ventajas competitivas en base a las decisiones del mix de los servicios de capacitación y satisfacer en forma óptima las necesidades de formación en cada una de las ramas artesanales.

Establecer las políticas de fijación de precios con el propósito de minimizar los costos, maximizar las utilidades y tener precios competitivos, lo que implicará alcanzar los flujos netos de efectivo determinados en el proyecto y ajustarse a los indicadores financieros obtenidos en el mismo.

Emplear la estructura organizativa propuesta, de tal forma que el centro cumpla con los requisitos legales para su funcionamiento, teniendo en cuenta la cultura organizacional.

Para ejecutar el proyecto se debe iniciar con la aportación inicial, de los recursos propios y financiados, en conjunto con todos los trámites respectivos para la implementación del Centro de Capacitación Artesanal.

Finalmente se recomienda que en base al estudio de localización se debe buscar la infraestructura adecuada, que esté acorde a las actividades que se van a llevar a cabo, con un personal altamente capacitado para brindar el mejor servicio a los usuarios. Así, también la implementación de equipos tecnológicos, muebles y enseres, todo cuanto se necesite para el Centro de Capacitación Artesanal.

Bibliografía

- Instituto Guatemalteco de Educación. (2019). *Productividad y Desarrollo 3.º básico – IGER*. Ciudad de Guatemala: IGER.
- A., N. (2012). *Investigación de Mercados*. Pearson.
- ALADI, A. L. (2011). *Capacitación de artesanos para desarrollar capacidades para exportación a países de la región*. Ecuador. Obtenido de [http://www2.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/d61ca4566182909a032574a30051e5ba/bf61e74c140f6ec20325794f006ca17b/\\$FILE/22-10.pdf](http://www2.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/d61ca4566182909a032574a30051e5ba/bf61e74c140f6ec20325794f006ca17b/$FILE/22-10.pdf)
- Alianza para el Emprendimiento e Innovación 2013-2014. (2017). *Ecuador, un país emprendedor e innovador en el 2020. Estrategia para desarrollar un ecosistema de emprendimiento e Innovación*. Obtenido de AEI: http://www.aei.ec/wp-content/uploads/2017/05/ESTRATEGIA_EEI2020.pdf
- Balestrini, M. (2006). *Como se elabora el proyecto de Investigación*. Caracas: BL Consultores Asociados, Servicio Editorial.
- Barragán, J., Guerra, P., & Villalpando, P. (2017). La economía de la experiencia y el marketing emocional: estrategias contemporáneas de comercialización. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 12(2), 159-170.
- Bonta, P., & Farber, M. (1995). *199 preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Burgos, J. (2011). *EL ARTESANO CALIFICADO Y SUS BENEFICIOS EN EL AREA DE CAPACITACION EN LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO*. Obtenido de Universidad de Cuenca: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/857/1/g422.pdf>

- Cardona, D., Montenegro, A., & Hernández, H. (2016). Creación de Empresa como Pilar para el Desarrollo Social e Integral de la Región Caribe en Colombia: Apuntes Críticos. *Saber, Ciencia y Libertad, Vol. 12, No.1*, 134-143. doi:<https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2017v12n1.698>
- Cardona, L. A., & González, J. (2018). *Viabilidad y factibilidad de crear una empresa especializada en capacitación de operarios de campo del sector bovino*. Universidad Tecnológica de Pereira, Facultad de Ciencias de la Salud, Pereira. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/199450067.pdf>
- Cejas, O. (2006). *Dirección Estratégica. Desarrollo De Estrategias Ambientales de Turbulencias*. Buenos Aires: Nobuko.
- Constitución De La Republica Del Ecuador. (2018). *Registro Oficial 449*. Obtenido de Ministerios del Ambiente: <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>
- Cruz, D. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerveza artesanal premium con agregados naturales dirigida a la población LGBT*. Tesis, Fundación Universidad de América, Facultad de Ingenierías, Bogotá. Obtenido de <https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/666/1/3102310-2016-2-II.pdf>
- Custodio, C. (2020). *Diseño y planeación del producto*. Business & Economics.
- Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2011). *Investigación, Fundamentos y metodología* (Segunda ed.). México: Pearson. Obtenido de <https://josedominguezblog.files.wordpress.com/2015/06/investigacion-fundamentos-y-metodologia.pdf>

Diario El Comercio. (17 de noviembre de 2014). *El emprendimiento despunta en Loja*.

Obtenido de Diario El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/loja-emprendimiento-despunta-comercio.html>

Diario La Hora. (29 de junio de 2010). *Cursos básicos para los artesanos*. Obtenido de Diario

La Hora: <https://lahora.com.ec/noticia/1100979571/cursos-bsicos-para-los-artesanos>

Diario La Hora. (29 de Noviembre de 2016). *Loja es una provincia de emprendedores*.

Obtenido de Diario La Hora: <https://lahora.com.ec/noticia/1102006575/home>

EALDE Business School. (2019). *5 teorías del emprendimiento para conocer el significado de “emprender”*. Obtenido de <https://www.ealde.es/teorias-emprendimiento-emprender/>

El Telegrafo. (2018). Diario El Telegrafo. *La formación artesanal, una oportunidad para ser una emprendedora*.

Esteban, A. (2008). *Principios de Marketing*. Madrid: ESIC.

Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversión*. Costa Rica: Tecnológica de.

FLACSO. (2010). *Curso de capacitación artesanal paso a paso: Currículo y recursos didácticos*. Quito: Ediciones La Tierra.

FLACSO. (2020). *Curso de capacitación artesanal paso a paso: currículo y recursos didácticos*. Obtenido de Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/133900-opac>

Gallo, L. (2016). *Centro de difusión y capacitación artesanal*. Lima- Perú.

Gómez, D. (2002). *Ordenación territorial*. Madrid: Editorial Agricola Española.

Gómez, L. (2012). *Teorías del emprendimiento*. Obtenido de

<https://skat.ihmc.us/rid=1ND33J9TM-1VKK478->

[472N/TEORIAS%20DEL%20EMPREDIMIENTO.pdf](https://skat.ihmc.us/rid=1ND33J9TM-1VKK478-472N/TEORIAS%20DEL%20EMPREDIMIENTO.pdf)

- González, C., & Gálvez, É. (2008). Modelo de Emprendimiento en Red -MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, núm. 40, 13-31.
- Griffin, R. (2011). *Administración*. Cengage Learning Editores.
- Heredia, J., & Lavayen, V. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro artesanal en el cantón Milagro*. Obtenido de Universidad Estatal de Milagro: <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/153/3/Estudio%20de%20factibilidad%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20un%20centro%20artesanal%20en%20el%20cant%C3%B3n%20Milagro.pdf>
- Hernández, B., & Sánchez, J. (2018). *Educación, desarrollo e innovación social: claves para una mejor sociedad*. Editorial ANDAVIRA.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL.
- Instituto Superior Tecnológico Ohiggins. (2020). *Tecnología Superior en Marketing*. Obtenido de <http://www.instituto-ohiggins.com/tecnologia-superior-en-marketing>
- IPAC. (2013). *Capacitación artesanal*. Obtenido de Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural: <https://www.ipanc.org/capacitacion-artesanal/>
- Jaramillo, M., & Parodi, S. (2003). *JÓVENES EMPRENDEDORES*. Lima: Instituto APOYO.
- Junta Nacional de Defensa del Artesano. (2015). *Reglamento de formación y titulación artesanal*. Obtenido de <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/REGLAMENTO-DE-FORMACION-Y-TITULACION-ARTESANAL-MAESTROS-DE-TALLER-DE-CFA.pdf>
- Kantis, H., Angelelli, P., & Gatto, F. (2020). *Nuevos emprendimientos y emprendedores: de qué depende su creación y supervivencia? Explorando caso argentino*.

- Kinncar, T., & Taylor, J. (1995). *Investigacion de mercados: Un enfoque aplicado*. Bogota: McGraw Hill.
- Kunkel, S. (1991). *The impact of strategy and industry structure on new venture performance*. Georgia: University of Georgia.
- Lara, D., Muñoz, N., & Quevedo, C. (2009). *Escuela Politécnica del Litoral*. Obtenido de <https://psicolog.org/escuela-superior-politecnica-del-litoral-v4.html?page=18>
- Ley Orgánica De Educación Intercultural. (2015). Obtenido de Instituto Nacional de Evaluación Educativa: <https://www.evaluacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/LOEI1.pdf>
- López, M., Aceves, J., Pellat, A., & Puerta, C. (Abril de 2008). *Estudio administrativo.... un apoyo en la estructura organizacional*. México. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>
- Lozada, J. (s.f.). *ACADEMIA*. Recuperado el 07 de Julio de 2020, de https://www.academia.edu/5477164/INVERSIONES_DEL_PROYECTO
- Marulanda, J., Correa, G., & Mejía, L. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista EAN No. 66*, 153-168.
- Monge, C. (Octubre- marzo de 2010-2011). *Acta Herediana*. Obtenido de <file:///C:/Users/mabel/Downloads/1802-Texto%20del%20art%C3%ADculo-3078-1-10-20140902.pdf>
- Morin, E. (1998). *Epistemología de la complejidad*. Buenos Aires: Ediciones Paidós.
- Nuñez, E. (1997). *Guía para la preparación de proyectos de servicios públicos municipales*. Toluca, México: Instituto Nacional de Administración Pública, A.C. Obtenido de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1430/6.pdf>

- Pimentel, E. (04 de 04 de 2019). *REFLECTUNT*. Obtenido de <http://reflectunt.cevad.net/2019/04/04/los-aspectos-tecnicos-en-la-formulacion-de-proyectos-de-inversion-parte-i/>
- Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial. (2014). *PDOT*. Obtenido de Municipio De Loja: <https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>
- Raiteri, M. (2016). *EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ACTUAL*. Obtenido de Univrsidad Nacional de Cuyo: https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/8046/raiteri-melisa-daniela.pdf
- Riquelme, M. (9 de abril de 2020). *Tipos De Investigación*. Obtenido de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/tipos-de-investigacion/>
- Rizzo, M. (27 de Agosto de 2012). *Bitstream*. Obtenido de <http://201.159.223.2/bitstream/123456789/1809/1/tesis%20Jenny%20Velasquez.pdf>
- Rojas, F. (14 de Noviembre de 2007). *mailxmail.com*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Romero, J. (2015). *Estudio De Mercado Para La Creación De Un Centro De Capacitación De Alta Gerencia En La Ciudad De Chiclayo*. Obtenido de Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo: <https://core.ac.uk/download/pdf/71999619.pdf>
- Roncancio, E. (1999). *Artesanías*. Obtenido de http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos_de_apoyo/CERTIFICACI%D3N_DEL_PRODUCTO_ARTESANAL.pdf
- Santos, T. (Noviembre de 2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. *Contribuciones a la Economía*, 01. Obtenido de <https://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>

- Senplades. (2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito. Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- Soto, L. (2018). Teoría de la activación humana: una oportunidad para el desarrollo de la potencialidad del talento en el contexto escolar. *Educere*, vol. 22, núm. 73, 649-663.
- Survey Monkey. (2020). *Calculadora del tamaño de muestra*. Obtenido de <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- Tancara, C. (1993). *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S0040-29151993000100008&script=sci_arttext
- UMA. (2020). *Factibilidad Técnica y Operacional*. Obtenido de Universidad Monteávila: https://www.uma.edu.ve/moodle_uma/course/info.php?id=28
- UNID. (2020). *Investigación de Mercados*. Universidad Interamericana para el Desarrollo.
- Urdiales, J. (2015). *Definición abc*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/capacitacion.php>
- Villacís, B., & Carrillo, D. (2011). *Estadística Demográfica en el Ecuador*. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Quito- Ecuador. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Demografia/documentofinal1.pdf>

Anexos

Anexo 1. Estructura de encuesta

UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL
UNIDAD ACADÉMICA: MAESTRIA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONOMICAS.

La presente encuesta es con la finalidad de conocer sus inquietudes sobre la posible puesta en vigencia de un Centro de Capacitación Artesanal en la ciudad de Loja. Mucho le agradecemos se digne colaborar llenando las mismas. Le pedimos seleccione un solo ítem de cada una de las preguntas

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CIUDADANOS DE LA CIUDAD DE LOJA

1.- Que sexo es Ud.

() MASCULINO

() FEMENINO

2.- Que actividades realiza Ud

() ESTUDIO

() TRABAJO

() DESEMPLEADO

() TRABAJOS OCASIONALES

3. ¿Conoce usted de algún Centro de Capacitación Artesanal en la ciudad de Loja?

() SI

() NO

4. ¿Le gustaría a usted participar en un Centro de capacitación Artesanal, como estudiante aquí en la ciudad de Loja

() SI

() NO

() TAL VEZ

5. ¿Si usted fuese estudiante de un centro de capacitación, porque lo haría?

- Por tener una profesión
- Para capacitarme
- Por incrementar mis conocimientos
- Por aprender, hacer algo

6. ¿Considera usted, que la ciudad de Loja carece de nuevos proyectos Innovadores que impulsen su crecimiento y desarrollo económico?

- SI
- NO
- TAL VEZ

7. ¿Considera usted que la falta de nuevos proyectos o emprendimientos ha impedido que la ciudad de Loja, no se desarrolle en el ámbito económico por las siguientes razones?

- Falta de iniciativa
- Falta de presupuestos económicos
- Falta de asesorías

8.¿Considera usted, que la ciudad de Loja necesita nuevos proyectos que promuevan y fomenten el crecimiento y desarrollo económico?

- Si
- No
- Tal vez

9. ¿Qué característica debe de tener la infraestructura de un centro de capacitación artesanal para su mayor confort?

- Clásica
- Moderna

10. ¿Usted conoce alguna publicidad o propaganda, de alguna institución que ofrezca los servicios de Capacitación artesanal en la ciudad de Loja?

- Si conozco
- Desconozco
- No he conocido

11. ¿Considera usted, que se deben realizar campañas publicitarias Impulsando la capacitación artesanal en la ciudad de Loja

- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo

12. ¿Qué considera usted importante el momento de asistir a un Centro de capacitación Artesanal?

- Que exista transporte urbano
- Que este ubicado en una zona donde exista seguridad para los estudiantes
- Que las líneas de acceso o transporte sean fáciles de llegar

13. ¿Considera usted que un centro de capacitación artesanal, además de impartir la formación académica, debería tener servicios como cafetería y biblioteca?

- Si
- No
- Tal vez



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Mosquera Jackson Fernando, con C.C: # 1104024227 autor(a) del trabajo de titulación: Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Capacitación Artesanal en la ciudad de Loja previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 14 de septiembre de 2020

f. _____

Nombre: Jackson Fernando Mosquera

C.C: 1104024227

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Capacitación Artesanal en la ciudad de Loja.		
AUTOR:	Mosquera Jackson Fernando		
REVISORA:	Gutiérrez Candela Glenda Mariana		
TUTORA:	Lapo Maza María del Carmen		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Administración de Empresas		
GRADO OBTENIDO:	Magíster en Administración de Empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	14 de septiembre de 2020	No. DE PÁGINAS:	113
ÁREAS TEMÁTICAS:	Activación humana, emigración.		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Centro de Capacitación Artesanal, Estudio de Mercado, Factibilidad, Viabilidad Económica.		

RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):

El desarrollo del presente trabajo se direccionó en el campo artesanal, para el cantón Loja, que surge de la necesidad de capacitar a personas de 15 a 40 años en varias ramas artesanales, puesto que hoy en día la demanda de competencias especializadas en las organizaciones se han vuelto más exigentes, por esta razón el presente trabajo investigativo tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de capacitación artesanal, como un aporte al desarrollo del talento humano en la ciudad de Loja. La recopilación de la información se obtuvo a través de fuentes primarias y secundarias, que permitieron la construcción del marco teórico-conceptual. Así mismo, se realizó una encuesta dirigida a personas de 15 a 40 años aplicando un cuestionario de trece preguntas, cuyos resultados fueron favorables para la implementación del Centro de Capacitación artesanal, siendo así que el 61% de las personas encuestadas están en la necesidad de capacitarse y un 21 % en un tal vez.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-7-2107025 / 0995761525	E-mail: jackson.mosquera@cu.ucsg.edu.ec / jacksonfm1982@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: María del Carmen Lapo Maza	
	Teléfono: +593-4-2206950	
	E-mail: maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec	



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):

Nº. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):