



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

CARRERA

EMPRENDIMIENTO E INNOVACION SOCIAL.

TEMA:

Propuesta para la creación de una fundación que brinda capacitaciones en emprendimiento a mujeres de bajos recursos.

AUTOR:

Quimi Ruiz Ingrid Nataly

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Licenciatura en Emprendimiento e Innovación**

TUTOR:

Castro Peñarreta Ángel Aurelio

Guayaquil, Ecuador

2026



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

Emprendimiento e Innovación Social

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Ingrid Nataly Quimi Ruiz**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciatura en Emprendimiento e Innovación social**.

TUTOR

f. _____

Ing. Castro Peñarreta, Ángel Aurelio

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Mgs. Hurtado Cevallos Gabriela Elizabeth

Guayaquil, a los 26 del mes de febrero del año 2026



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

Emprendimiento e Innovación social

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ingrid Nataly Quimi Ruiz

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una fundación que brinda capacitaciones en emprendimiento a mujeres de bajos recursos.** previo a la obtención del título de Licenciatura en Emprendimiento e innovación social. ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 26 del mes de febrero del año 2026

LA AUTORA(A):

f. _____

Quimi Ruiz Ingrid Nataly



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRES

Emprendimiento e Innovación social

AUTORIZACIÓN

Yo, **Quimi Ruiz Ingrid Nataly**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una fundación que brinda capacitaciones en emprendimiento a mujeres de bajos recursos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 26 del mes de febrero del año 2026

LAAUTOR(A):

f. _____

Quimi Ruiz Ingrid Nataly

Reporte Compilatio



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

Ingrid Quimi Trabajo Titulacion 17-feb-2026

< 1%
Textos
sospechosos



< 1% Similitudes

0 % similitudes entre comillas

0 % entre las fuentes mencionadas

2% Idiomas no reconocidos (Ignorado)

0% Textos potencialmente generados
por la IA (Ignorado)

Nombre del documento: Ingrid Quimi Trabajo Titulacion 17-feb-
2026.docx
ID del documento: bdd80451b5bcf4f9752e404b9c375ec2fb40758f
Tamaño del documento original: 5,99 MB

Depositante: Ángel Aurelio Castro Pefarreta
Fecha de depósito: 17/2/2026
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 17/2/2026

Número de palabras: 22.472
Número de caracteres: 154.300

Ubicación de las similitudes en el documento:



Angel Castro

AGRADECIMIENTO

Le agradezco principalmente a Dios, ya que sin el no estaría en donde he logrado llegar hoy, a mis padres por hacer de mí una mujer humilde, luchadora y trabajadora, A mi querido esposo, por ser mi luz en los días más oscuros.

Mi sincero agradecimiento a mi tutor Mgs. Ángel Aurelio Castro Peñarreta, quien me ha guiado a lo largo de este proceso, aun en los momentos en que sentía no poder continuar, supo levantar mi ánimo y mantenerme enfocada en la meta, gracias por su guía, dedicación, paciencia y por su amistad.

Y, por último, pero no menos importante le agradezco a la Universidad Católica Santiago de Guayaquil por brindarme esta maravillosa oportunidad gracias por la formación y el crecimiento académico, los cuales han contribuido notablemente a mi crecimiento personal y profesional.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a mi hijo Allan Muñoz, quien con su condición me ha enseñado que nada es imposible, que cada logro por pequeño que parezca merece ser celebrado y que, con fe amor y de la mano de Dios siempre se puede seguir adelante. Él es mi mayor inspiración, mi fuerza diaria y la prueba viva de que los límites solo existen cuando dejamos de creer.

También me dedico este proyecto a mí misma, por no rendirme nunca, por seguir adelante aun cuando estaba saturada por las responsabilidades de la vida cotidiana y por siempre buscar la manera de alcanzar este objetivo, recordándome que la constancia, la fe y el esfuerzo siempre dan frutos.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

Emprendimiento e innovación social

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

ANGEL AURELIO CASTRO PEÑARRETA

TUTOR

f. _____

GABRIELA ELIZABETH HURTADO CEVALLOS

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

ROSA MARGARITA ZUMBA CORDOVA

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Contenido

CAPÍTULO 1.....	5
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.1. Tema.....	5
Propuesta para la creación de una fundación que brinda capacitaciones en emprendimiento a mujeres de bajos recursos.	5
1.2. Justificación	5
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio.....	5
1.4. Planteamiento del Problema.....	6
1.5. Formulación de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	7
1.6. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio.	7
1.7. Objetivos de la Investigación	8
1.7.1. Objetivo General.....	8
1.7.2. Objetivos Específicos	9
1.8. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.	9
1.9. Fundamentación Teórica del Proyecto.....	10
1.9.1. Marco Referencial	10
1.9.2. Marco Teórico	11
1.9.3. Marco Conceptual	13
1.9.4. Marco Legal.....	13
1.9.4.1. Aspecto Societario de la Empresa	15
1.9.4.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa).....	15
1.9.4.1.2. Fundación de la Empresa.....	15
1.9.4.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones	16
1.9.4.1.4. Permisos.....	17
CAPÍTULO 2.....	19
2.Descripción del negocio.....	20
2.1. Análisis de la Oportunidad	20
2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio	21
2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa	23
2.3. Objetivos de la Empresa.....	23
2.3.1. Objetivo General.....	24

2.3.2. Objetivos Específicos	24
CAPÍTULO 3.....	25
3. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	26
3.1 PEST	26
3.2. Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimiento en la Industria.....	29
3.3. Análisis del Ciclo de Vida de la Industria	30
3.4. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones	31
3.5. Análisis del mercado.....	32
3.5.1. Tipo de Competencia.....	33
3.5.2. Tamaño del mercado: TAM, SAM, SOM	33
3.5.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.	34
3.5.4. Segmentación de Mercado.....	35
4.8.2 Criterio de Segmentación	36
4.8.3 Selección de Segmentos	36
4.8.4 Perfiles de los Segmento.....	37
3.6. Matriz FODA.....	38
3.7. Investigación de Mercado.....	38
3.7.1. Método.....	38
3.7.2. Diseño de la Investigación	39
3.7.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos	39
3.7.2.2. Tamaño de la Muestra	40
3.7.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos	40
3.7.2.4. Análisis de Datos	42
3.7.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado.....	50
4. PLAN DE MARKETING	52
4.1. Objetivos: General y Específicos.....	52
4.1.1. Mercado Meta.....	52
4.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración	52
4.1.1.2. Cobertura.....	53
4.2. Posicionamiento	53
4.3. Estrategias de Marketing Mix	54
4.3.1. Estrategia de Producto o Servicios.....	54

4.3.1.1. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado	54
4.3.1.2. Amplitud y Profundidad de Línea	55
4.3.1.3. Marcas y Submarcas	56
4.3.2. Estrategia de Precios.....	56
4.3.2.1. Precios de la Competencia	57
4.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta	57
4.3.2.3. Políticas de Precio	57
4.3.3. Estrategia de Plaza.....	58
4.3.3.1. Localización de Puntos de Venta.....	58
4.3.3.1.1. Distribución del Espacio	58
4.3.3.1.2. Merchandising	58
4.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial	60
4.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes,	60
Depósitos y Almacenes.	60
4.3.4. Estrategias de Promoción.....	60
4.3.4.1. Mix Promocional	60
4.3.4.2. Cronograma y presupuesto promocional	61
CAPÍTULO 5.....	63
5. PLAN OPERATIVO.....	63
5.1. Producción.....	63
5.1.1. Proceso Productivo.....	63
5.1.2. Flujogramas de procesos	64
5.1.3. Ubicación e Infraestructura	64
5.1.4. Mano de Obra.....	65
5.1.5. Capacidad Instalada	65
5.1.6. Presupuesto	65
5.2. Estructura Organizacional	66
5.2.1. Cargos y Perfiles del Equipo Gerencial	67
5.2.2. Organigrama.....	67
CAPÍTULO 6.....	69
6. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO	69
6.1. Inversión Inicial	69
6.1.1. Tipo de Inversión	69

6.1.1.1. Fija.....	69
6.1.1.2. Diferida	70
6.1.1.3. Corriente.....	71
6.1.2. Financiamiento de la Inversión	71
6.1.2.1. Fuentes de Financiamiento	71
6.1.2.2. Tabla de Amortización.....	71
6.1.3. Cronograma de Inversiones	73
6.2. Análisis de Costos	73
6.2.1. Costos Fijos.....	73
6.2.2. Costos Variables.....	73
6.3. Capital de Trabajo	74
6.3.1. Gastos de Operación.....	74
6.3.2. Gastos Administrativos	74
6.3.3. Gastos de Ventas	74
6.3.4. Gastos Financieros.....	75
6.4. Análisis de Variables Críticas.....	75
6.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.	75
6.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas.....	76
6.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio	76
6.5. Estados Financieros proyectados.....	77
6.5.1. Balance General.....	77
6.5.2. Estado de Pérdidas y Ganancias	78
6.5.2.1. Flujo de Caja Proyectado	78
6.5.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital	79
6.5.2.1.1.1. TMAR	79
6.5.2.1.1.2. VAN	79
6.5.2.1.1.3. TIR.....	79
6.5.2.1.1.4. PAYBACK	79
6.6. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples	79
6.6.1. Principales riesgos	79
6.6.2. Mitigación del riesgo.....	79
6.7. Razones Financieras	80
6.7.1. Liquidez	80

6.7.2. Gestión	80
6.7.3. Endeudamiento	80
6.7.4. Rentabilidad.....	81
6.8. Conclusiones del Estudio Financiero.....	81

Índice de tablas

Tabla 1	16
Tabla 2	34
Tabla 3	34
Tabla 4	35
Tabla 5	35
Tabla 6	38
Tabla 7	57
Tabla 8	61
Tabla 9	61
Tabla 10	66
Tabla 11	67
Tabla 12	69
Tabla 13	70
Tabla 14	70
Tabla 15	71
Tabla 16	71
Tabla 17	71
Tabla 18	72
Tabla 19	73
Tabla 20	73
Tabla 21	73
Tabla 22	74
Tabla 23	74
Tabla 24	75
Tabla 25	75
Tabla 26	76
Tabla 27	76
Tabla 28	76
Tabla 29	77
Tabla 30	78
Tabla 31	78
Tabla 32	79
Tabla 33	79
Tabla 34	80
Tabla 35	80
Tabla 36	80
Tabla 37	81

Índice de figuras

Figura 1	23
Figura 2	27
Figura 3	27
Figura 4	28
Figura 5	30
Figura 6	31
Figura 7	34
Figura 8	40
Figura 9	42
Figura 10	42
Figura 11.....	42
Figura 12	43
Figura 13	43
Figura 14	44
Figura 15	44
Figura 16	44
Figura 17	45
Figura 18	45
Figura 19	45
Figura 20	46
Figura 21	46
Figura 22	46
Figura 23	47
Figura 24	47
Figura 25	48
Figura 26	48
Figura 27	49
Figura 28	49
Figura 29	49
Figura 30	54
Figura 31	56
Figura 32	58
Figura 33	59
Figura 34	59
Figura 35	59
Figura 36	64
Figura 37	67

RESUMEN

En Ecuador la desigualdad en la accesibilidad a oportunidades de capacitación y apoyo para emprender sigue siendo una realidad que golpea sobre todo a las mujeres de escasos recursos, el objetivo de la presente investigación es proponer la creación de una fundación que brinde capacitaciones en emprendimiento a mujeres de bajos recursos del cantón General Villamil (Playas), con la finalidad de impulsar a emprender y así que obtengan sus propios ingresos, mejorar su independencia económica y calidad de vida, ya que es notorio la falta de oportunidades de capacitación y guía en emprendimiento, situación que no les permite un desarrollo económico y social. Algunas de estas mujeres dependen del sueldo de sus convivientes o de trabajos mal remunerado, son ingresos inestables que no les da la seguridad de crecer y aun así asumen responsabilidades familiares que dificultan tener un buen trabajo e incluso estudiar algún cursos o carrera. El estudio se realizó bajo un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos, se realizaron y entrevistas a emprendedores y creadores de organizaciones y encuestas a mujeres del sector los resultados evidencian que la mayoría de las mujeres se encuentran en edades productivas, y se analiza que crear una fundación dedicada a el emprendimiento de mujeres resulta una idea factible que estimula la independencia económica y fortalece las habilidades productivas. La viabilidad financiera de la propuesta se demuestra porque se obtiene un VAN de \$15.594,84 y una TIR de 21% la inversión necesaria para empezar es de 14.199,97 lo que confirma la rentabilidad del proyecto.

Palabras Claves: *Emprendimiento femenino, Mujeres de bajos recursos, Capacitaciones, libre económica, Fundación.*

Abstract

In Ecuador, inequality in access to training and support for entrepreneurship remains a reality that disproportionately affects low-income women. The objective of this research is to propose the creation of a foundation that provides entrepreneurship training to low-income women in the General Villamil canton (Playas), with the aim of encouraging them to start their own businesses, earn their own income, and improve their economic independence and quality of life, since the lack of training and guidance opportunities in entrepreneurship is evident, preventing their economic and social development. Some of these women depend on their partners' salaries or on low-paying jobs; their income is unstable, preventing them from feeling secure enough to grow, and yet they still shoulder family responsibilities that make it difficult to hold a good job or even pursue courses or a degree. The study was conducted using a mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative methods. Interviews were conducted with entrepreneurs and organization founders, and surveys were administered to women in the sector. The results show that most of the women are of productive age, and it is determined that establishing a foundation dedicated to women's entrepreneurship is a feasible idea that fosters economic independence and strengthens productive skills. The financial viability of the proposal is demonstrated by a net present value (NPV) of 15,594.84 and an internal rate of return (IRR) of 21%; the initial investment required is 14,199.97, which confirms the project's profitability.

Keywords: *Women's entrepreneurship, Low-income women, Training, Economic independence, Foundation.*

Introducción

Hoy en día, el emprendimiento se ha convertido en una de las principales opciones para mejorar la situación económica y social de las poblaciones que tienen pocas oportunidades de un empleo formal. Las mujeres con escasos recursos son la mayor parte y las más vulnerables en esta situación, a causa de escasez de trabajo, las pocas oportunidades para capacitarse, las responsabilidades familiares y la falta de apoyo que las ayuden a desarrollarse en términos productivos. No solo su estabilidad financiera se ve afectada por estas circunstancias, sino también sus condiciones de vida y su autonomía.

Esta problemática es muy clara en el cantón Playas ya que la mayoría de las mujeres, que son jóvenes y madres en su mayor parte, se ven obligadas a depender de empleos informales y temporales que no les aseguran un ingreso estable y suficiente para cubrir sus necesidades básicas y las de sus familias. Muchas de ellas asumen el cuidado de sus hijos solas o con escaso apoyo, lo que no les permite tener más opciones de trabajo, sin embargo, estas mujeres muestran un gran deseo de aprender, superarse y ganar dinero por medio del emprendimiento esto les ayuda a promover la independencia económica y generar nuevas oportunidades de empleo.

Esta investigación se realizó para ofrecer una solución a esta problemática social, a través de la creación de una fundación destinada a proporcionar cursos y educación en emprendimiento que sean fáciles. Para respaldar este proyecto, se realizó un estudio de mercado que encuestó a mujeres del sector y entrevistó a pequeños y grandes emprendedores también con miembros de organizaciones sociales aquí en playas. Los resultados muestran que la mayoría de las mujeres entrevistadas tiene edades productivas, están muy dispuestas a emprender y tienen un interés en especial en áreas como la belleza, cocina, la repostería y otros trabajos prácticos, también se detectó una preferencia por las capacitaciones en línea y económicas, ya que se ajustan a sus horarios y obligaciones familiares.

Este estudio tiene como objetivo diseñar una propuesta para la creación de una fundación que brinda capacitaciones en emprendimiento a mujeres de bajos recursos. De esta manera, se pretende que las beneficiarias no solo desarrollen sus emprendimientos, sino que también construyan un mejor futuro para ellas y sus familias.

Esta investigación está estructurada en seis capítulos: En el Capítulo 1 se desarrolla la descripción de la investigación se analiza la realidad social y económica de las mujeres de bajos recursos del cantón General Villamil Playas.

En el Capítulo 2 se presenta la descripción del negocio y se desarrollan los fundamentos teóricos de la investigación. En el Capítulo 3 se determina la metodología de investigación y recogida de información, también se evalúa el entorno político, económico, social y tecnológico del proyecto además del análisis del mercado, demostrando la viabilidad social y económica de la propuesta de la fundación.

En el Capítulo 4 correspondiente al Plan de Marketing, se definen las estrategias para atraer, captar a estas mujeres, mediante capacitaciones accesibles, alianzas con instituciones públicas y privadas, y acciones de promoción comunitaria y digital adaptadas a sus necesidades. El Capítulo 5 es sobre el plan operativo explica la estructura interna de la fundación, sus procesos de operación, su personal y su capacidad instalada, con el objetivo de asegurar que funcione de manera eficaz, sostenible y en consonancia con su enfoque social. Y finalmente, el Capítulo 6 sobre el estudio financiero que hace posible establecer la viabilidad económica y la rentabilidad del proyecto aquí vemos que el monto invertido al inicio es de \$14.199,97, además, el análisis financiero señala un VAN de \$15.594,84 y una proyección de TIR del 21% lo cual se puede decir que la propuesta es viable.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 1

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

Propuesta para la creación de una fundación que brinda capacitaciones en emprendimiento a mujeres de bajos recursos.

1.2. Justificación

En el ámbito del avance social en Ecuador, se ha detectado un desafío que afecta de manera generalizada a muchas personas, en su mayoría mujeres de bajos recursos, que expresan el deseo de iniciar negocios como forma de mejorar sus condiciones de vida.

No obstante, sin el respaldo de herramientas adecuadas, ese deseo va perdiendo fuerza, y muchas ideas con alto potencial son finalmente abandonadas (Moreira & Katzkowicz, 2024b)

Este estudio ofrecer una solución ante esta realidad propone la creación de una fundación dedicada a brindar capacitaciones en emprendimiento a mujeres de bajos recursos, como un mecanismo sostenible de apoyo, formación y empoderamiento económico. Claro y práctico, que actúa como un verdadero apoyo para quienes quieren emprender un negocio, pero no tienen idea de cómo hacerlo. Se parte de la idea de dar capacitaciones que si están bien estructuradas puede ser crucial para determinar el éxito de un emprendimiento en su primer año, diferenciando entre el que no logra mantenerse y el que se establece, progresa y tiene un efecto positivo en la comunidad.

Esta propuesta quiere ser útil y práctica, que sea muy fácil poder entrar a las capacitaciones y se espera que los resultados de esta investigación pueda ser las bases para una solución que pueda replicarse, reduciendo las diferencias que existen y así promover la inclusión. Cuando una persona adquiere nuevos conocimientos para realizar sus ideas esta aumenta considerablemente su capacidad de soñar, innovar y cambiar su entorno.

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

Este estudio se da por que se visualizó la necesidad en la zona del cantón Villamil (Playas) de obtener una comprensión clara y contextualizada de la situación actual, tomando en cuenta las características sociales, económicas y culturales del área, como el auge del turismo, la informalidad en los negocios locales y las barreras para acceder a formación y financiamiento que enfrentan las mujeres.

Se tomaron en cuentas varios ejemplos de gestoría empresarial de empresas medianas o grandes, ya que el enfoque es centrarse únicamente en soluciones simples y prácticas que puedan ser un apoyo efectivo para mujeres que inician sus iniciativas desde el principio. La presente delimitación ayudará a identificar estrategias específicas y efectivas que atiendan las verdaderas necesidades y potencialidades de este grupo social, fomentando así el empoderamiento de las mujeres y el desarrollo del ecosistema emprendedor local en el cantón Playas. La investigación se realizó en el cantón Villamil Playas entre los meses de octubre de 2025 a enero de 2026 en concordancia con el calendario académico del Semestre B-2025 por la carrera de Emprendimiento e Innovación Social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.4. Planteamiento del Problema

Uno de los principales problemas identificados es la falta de acceso a capacitaciones prácticas, ya que no se diseñan formas comprensibles para mujeres sin formación técnica. Las soluciones existentes en el mercado suelen ser complejas, costosas o poco contextualizadas, lo que las vuelve inaccesibles para quienes están dando sus primeros pasos en el mundo del emprendimiento, especialmente a mujeres que además deben enfrentar barreras sociales, económicas y familiares, como la dependencia económica, la sobrecarga de responsabilidades domésticas o la falta de redes de apoyo (Tepan Cochancela et al., 2024).

En el cantón Playas, más que todo en áreas de escasos recursos, hay una gran cantidad de mujeres que quieren emprender, sin embargo, se chocan con diversos impedimentos que les complican la puesta en marcha y la continuidad de sus propios negocios. Aunque tienen motivación, y el deseo de mejorar su vida, muchas de estas emprendedoras no saben cómo organizar, planear y hacer crecer sus proyectos de forma sostenible y ordenada. Esto produce un estancamiento en el progreso de sus ideas de emprender y, en numerosas ocasiones, lleva a dejar de lado prematuramente sus planes (Pesántez-Céleri et al., 2020).

Viendo esta situación de necesidad se debe de crear capacitaciones que sean accesibles, sencillas, prácticas y adecuadas al entorno de Playas. Capacitaciones como estas dará la posibilidad de guiar a las emprendedoras en cada paso del proceso de transformar sus ideas en emprendimientos exitosos, contribuyendo a su autonomía y a la libertad financiera, y también ayudar a sus comunidades y al bienestar de sus familias.

Este problema no permite el crecimiento económico individual, sino que también afecta el progreso en la zona, y así se crea un ciclo de dependencia y vulnerabilidad. Por ello resulta

indispensable investigar, diseñar e implementar una solución que empodere a estas mujeres, brindándoles los medios necesarios para tomar el control de sus propios proyectos de vida.

1.5. Formulación de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

¿Cuál es la demanda que existe en las mujeres de bajos recursos del Cantón Villamil (Playas) interesadas en capacitarse?

¿Cuáles son los obstáculos y las necesidades educativas que enfrentan las mujeres de bajos recursos en el Cantón Villamil (Playas) para crear un emprendimiento

¿De qué manera se debería desarrollar un plan operativo para determinar los procesos, la estructura interna y los recursos requeridos para establecer y gestionar la fundación?

¿Cuáles son las herramientas y tácticas que tiene que incorporar un plan de marketing con el objetivo de establecer la fundación y divulgar sus programas formativos entre las mujeres del cantón que tienen escasos recursos?

¿Qué tan viable es económicamente la propuesta de creación de la fundación?

1.6. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio.

La "Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (LOEI)" en Ecuador establece un marco legislativo con el fin de impulsar la creación de empresas, la innovación y el avance tecnológico. Sin embargo, en áreas como el Cantón Villamil (Playas), los beneficios de esta legislación no llegan a todos los que comienzan su trayecto en el emprendimiento (Spina, 2006). Se está brindando gran cantidad de recursos económicos y soporte técnico a proyectos ya existentes, y casi no consideran a los nuevos emprendedores. Esta iniciativa propone una formación accesible y sostenible, demostrando que es posible impulsar emprendimientos viables mediante capacitación y acompañamiento, fortaleciendo progresivamente la autonomía económica de las participantes (Spina, 2006).

En Playas, un gran número de mujeres depende de los ingresos de sus parejas y no cuenta con recursos para iniciar sus propios proyectos. Esta idea tiene como objetivo fortalecerlas con herramientas sencillas que les permitan crear sus propios ingresos y mejorar su situación económica. La falta de conocimientos que son realmente básicos en emprendimiento es una barrera común al iniciar un negocio. Por eso se ofrece una guía precisa que apoye a las mujeres en el establecimiento y sostenimiento de sus propios negocios (Pesántez-Céleri et al., 2020).

Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), el proyecto se encuentra dentro de las actividades de enseñanza (P8550) y consultoría de gestión (M7020). Su

propósito es ofrecer capacitación y asesoría a mujeres de bajo recursos en Playas, Ecuador, a través de un programa práctico, inclusivo y accesible que ha sido diseñado para aquellas que no tienen experiencia previa. Esto tiene el objetivo de fomentar la inclusión y la igualdad de género, beneficiándose del crecimiento del sector que es impulsado por el desempleo y la mentalidad emprendedora local, en contraposición a las ofertas dispersas que ya están disponibles (Armijos et al., 2012).

También revisando los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 5 y 8, impulsados por la ONU. El ODS 5 se concentra en la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres que son económicamente dependientes, por otro lado, el ODS 8 respalda el empleo digno, la expansión económica y la generación de ingresos sostenibles (Narvaez & Holguín, 2023). Igualmente, se relaciona directamente con el objetivo número 4 del país de promover un desarrollo económico que incluya a todos y que ofrezca empleos de calidad, así como con los componentes sociales y económicos, laborales y productivos del *Plan Nacional de Desarrollo (2025- 2029)*. El Eje Social respalda el incremento de oportunidades para las mujeres en situación de vulnerabilidad y la reducción de las desigualdades. Por su parte, el Eje Económico fomenta el emprendimiento inclusivo, la capacitación y el acceso equitativo a los recursos productivos.

Por último, la investigación responde al enfoque transversal de igualdad y autonomía de las mujeres presente en el PND 2025–2029, al priorizar el empoderamiento femenino y la reducción de brechas socioeconómicas mediante oportunidades reales de capacitación y desarrollo económico y esto se enmarca en el dominio *Economía para el desarrollo social y empresarial* de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil (UCSG, 2025) .

También se vincula con la línea de investigación de la Facultad de Economía y Empresa, denominada “Emprendimiento e Innovación”, la cual tiene como misión ser un dinamizador de la investigación en ciencia, tecnología, innovación y emprendimiento de base tecnológica, orientado a crear, absorber, integrar y reconfigurar conocimiento que contribuya al desarrollo de las organizaciones públicas y privadas, tanto a nivel regional como nacional (UCSG, 2025).

1.7. Objetivos de la Investigación

1.7.1. Objetivo General

Diseñar un plan para fundar una Fundación que ofrezca formación en emprendimiento a mujeres con pocos recursos del cantón Villamil (Playas), de manera que puedan desarrollar habilidades y oportunidades para crear y mantener sus propios negocios, que les permita

adquirir conocimientos prácticos obteniendo habilidades y oportunidades que les permita la creación y sostenibilidad de sus propios negocios.

1.7.2. Objetivos Específicos

Desarrollar un estudio de mercado que permita determinar la demanda de mujeres de bajos recursos interesadas en capacitarse en emprendimiento en el Cantón Villamil (Playas).

Diseñar un plan operativo que defina la estructura de la organización, los procedimientos internos y los recursos requeridos para crear y operar la fundación.

Elaborar un plan de mercadeo con el objetivo de ubicar a la fundación y promover sus programas formativos en las mujeres de escasos recursos del cantón.

Realizar un estudio financiero que permita establecer si la propuesta es económicamente viable, tomando en cuenta los costos, las fuentes de financiación y la viabilidad a largo plazo.

Determinar las dificultades y necesidades de capacitación que tienen las mujeres con escasos recursos del cantón Villamil (Playas) a la hora de emprender.

1.8. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.

Este estudio tiene un carácter exploratorio y descriptivo, ya que la investigación exploratoria se utiliza cuando existen pocos estudios sobre un tema o no hay datos disponibles, de acuerdo con Bernal (2010) por lo tanto, su propósito es examinar una problemática desde una perspectiva inicial para identificar patrones, ideas o posibles relaciones.

Según el mismo autor, por otra parte, la investigación descriptiva busca describir un fenómeno, una situación o un grupo tal como se presenta en la realidad, reconociendo sus peculiaridades, comportamientos y atributos sin modificar las variables. En este contexto, la presente investigación explora los retos a los que se enfrentan las mujeres de escasos recursos para recibir educación emprendedora y presenta las circunstancias, necesidades y oportunidades que apoyan el establecimiento de una fundación con el objetivo de mejorar sus habilidades productivas.

Esta investigación es de enfoque mixto, combinará técnicas cualitativas y cuantitativas para recoger y analizar los datos de manera integral. La fusión de técnicas cualitativas y cuantitativas potencia la investigación al posibilitar un entendimiento más detallado e integral de la problemática (Hernández Sampieri et al., 2014).

En el ámbito cualitativo, la información se obtendrá mediante entrevistas semiestructuradas aplicadas a profesores de emprendimiento, emprendedoras y a líderes

comunitarios de distintas localidades del cantón General Villanmil Playas, permitiendo identificar experiencias, percepciones y necesidades locales.

En el enfoque cuantitativo, se aplicarán encuestas cuyos datos serán organizados y analizados mediante la plataforma Google Forms, con el fin de obtener resultados que complementen la información cualitativa (Hernández Sampieri et al., 2014).

1.9. Fundamentación Teórica del Proyecto

Un plan de negocios es un documento estratégico que describe de forma detallada los objetivos de un proyecto, las estrategias para alcanzarlos, el análisis de mercado, la estructura organizativa, el plan de marketing, las proyecciones financieras y los posibles riesgos. Un plan de negocios bien diseñado permite al emprendedor anticipar escenarios, asignar recursos de manera eficiente y comunicar su propuesta de valor a potenciales inversores o aliados estratégicos (Kotler y Keller, 2021).

En Playas un plan de capacitaciones sería un gran impulso, ya que la economía local se sustenta principalmente en actividades como el turismo, la pesca, el comercio y los servicios, sectores que requieren planes que sean claros para diferenciarse y adaptarse a la demanda. De igual manera el estudio de Jiménez (2024), indican la importancia de empoderar a mujeres en situación de dependencia económica, a través de capacitación y guía empresarial. Esta investigación propone crear y poner en marcha un plan de negocios que se adecue a las situaciones socioeconómicas del cantón Playas y sus alrededores, para fomentar la creación de emprendimientos que sean sostenibles, viables y estén alineadas con las oportunidades del mercado local.

Esto contribuirá no solo al crecimiento económico de la región, sino también al fortalecimiento de la autonomía financiera de sus habitantes, fomentando así el desarrollo social inclusivo (Tepan Cochancela et al., 2024).

1.9.1. Marco Referencial

Hurtado Regalado & Herrera Loaiza (2025), analizan con un enfoque cuantitativo, el emprendimiento por necesidad de mujeres en Ecuador utilizando datos de la ENEMDU. Se centra en mujeres que inician negocios debido a la falta de empleo formal y la desigualdad de género.

Por último, pese a las condiciones desfavorables, muchas emprendedoras demuestran su inventiva y creatividad al optimizar los servicios, productos o procesos, así como al contribuir a la economía local y al bienestar social. Los impedimentos más notables son la

inestabilidad de los ingresos, la escasez de acceso a financiación y la sobrecarga familiar elementos que entorpecen el desarrollo y la sostenibilidad de las compañías (Iza, 2024).

Además, estudios anteriores como "Mujeres emprendedoras y el contexto social ecuatoriano" analizan este fenómeno desde un enfoque bibliográfico y cualitativo, poniendo el foco en las barreras y motivaciones sociales que afrontan las mujeres que emprenden en Ecuador. Esta investigación demuestra que, a pesar de que el emprendimiento femenino está en aumento, todavía hay escasa investigación exhaustiva acerca de su papel económico y social. Se sugieren investigaciones más variadas que integren métodos cualitativos y cuantitativos para entender mejor la realidad de las mujeres en el sector empresarial y su contribución al desarrollo social y económico del país (Iza, 2024).

1.9.2. Marco Teórico

La Teoría de Aprendizaje Experiencial, que fue desarrollada por Kolb (2015), defiende que los individuos adquieren conocimientos de forma más efectiva cuando tienen interacción directa con su medio ambiente y crean saberes a partir de la experiencia que han vivido. Kolb indica que se aprende con práctica.

Dado que proporciona un marco que empodera al emprendedor para avanzar incluso cuando las circunstancias no están completamente definidas, esta perspectiva es particularmente beneficiosa en contextos contemporáneos marcados por la volatilidad y la incertidumbre. Por lo tanto, la effectuation se ha vuelto uno de los modelos más influyentes para entender la manera de pensar y actuar de los emprendedores con experiencia (Sarasvathy, 2022).

La teoría del capital humano, por Becker (1975), afirma que la educación el desarrollo y la formación de las habilidades son formas de capital que aumentan la capacidad para producir, generar ingresos y tener oportunidades de empleo, invertir en capacitación también mejora la eficacia de las empresas, así como invertir en maquinaria o tecnología.

También apoya la importancia de dedicar recursos a la capacitación empresarial, en especial en los sectores vulnerables o con menores oportunidades de acceso, desde el enfoque de los programas de capacitación y las políticas públicas. La formación mejora la capacidad para ser contratado, fomenta la creación de microempresas y fortalece el crecimiento económico a nivel local. Por lo tanto, este planteamiento se vuelve un pilar fundamental para comprender la razón por la cual la educación en emprendimiento produce efectos económicos y sociales, al aumentar la aptitud productiva de las personas y colaborar con el desarrollo sostenible (Becker, 1975).

En la Teoría del Emprendimiento por Necesidad y por Oportunidad planteada a partir de estudios del Global Entrepreneurship Monitor, distingue entre quienes emprenden por necesidad para sobrevivir ante la falta de empleo y quienes lo hacen por oportunidad al detectar una demanda insatisfecha. En Ecuador, muchas mujeres emprenden por la necesidad; aunque, con una formación apropiada, estos negocios pueden convertirse en iniciativas sustentables fundamentadas en oportunidades de mercado auténticas (Lasio et al., 2020).

La Teoría del Desarrollo Humano se plantea que el desarrollo debe medirse por las capacidades y libertades reales que poseen las personas. De esta manera, el emprendimiento se vuelve un medio para que las mujeres obtengan poder, aumentando su libertad en términos económicos, su habilidad para tomar decisiones y su posición en la sociedad (Sen, 2001).

La discriminación, la falta de apoyo y las tareas de la casa son obstáculos adicionales a los que se enfrentan las mujeres en el emprendimiento (Lasio et al., 2020).

Para las mujeres que están emprendiendo, no solo es simplemente de la economía, sino que también incluyen aspectos importantes como la creatividad, las habilidades, el conocimiento por lo tanto, el impulsar estas habilidades pueden hacerse con capacitación (Barney & Clark, 2007).

Se espera que el emprendimiento se convierta en una estrategia de aprendizaje transversal, aplicable a múltiples campos del conocimiento, en lugar de ser solo un medio para aprender cómo establecer empresas. También propone transformar el aula en un espacio dinámico donde los alumnos aprenden a razonar de manera crítica, a decidir y a llevar sus ideas a la acción, capacitándolos para no solo iniciar una empresa, sino también para ser catalizadores de cambio en su entorno (Rodríguez, 2016).

La educación emprendedora, en este contexto, es la herramienta que permite transformar los negocios por necesidad en proyectos sostenibles que generen ingresos, empleo y bienestar social Moreira & Katzkowicz (2024). La capacitación en emprendimiento dirigida a mujeres de bajos recursos en Villamil (Playas) no solo tendrá un efecto económico, sino también social, al empoderarlas como agentes de cambio, incrementar sus capacidades y contribuir al desarrollo local desde una perspectiva de equidad e inclusión

El emprendimiento es un proceso que involucra la identificación de oportunidades, la innovación y la creación de nuevos productos o servicios con el objetivo de generar valor económico y social. Según Bárcena (2017), el emprendimiento de las mujeres es esencial para la inclusión social y económica, ya que fomenta la igualdad de género, la independencia financiera y la implicación en el progreso local. Además, es crucial para disminuir la pobreza y mejorar el desarrollo económico.

Sin embargo, las empresarias se topan con retos específicos, como la falta de acceso a capital, capacitación, redes de apoyo y discriminación cultural. Por ello, apoyar a las mujeres con programas y herramientas que faciliten el aprendizaje de habilidades de gestión, planificación y comercialización es vital para fortalecer sus capacidades y asegurar la sostenibilidad de sus emprendimientos

1.9.3. Marco Conceptual

Al integrar esta herramienta con procesos de capacitación y acompañamiento, se busca que las personas puedan adquirir los conocimientos básicos en gestión, mejorando así la probabilidad de éxito de sus emprendimientos. Este último es un documento organizado que contiene la descripción del negocio, el análisis de mercado, la estrategia de marketing, el plan operativo y las previsiones financieras. (Tepan Cochancela et al., 2024).

Autonomía económica: Es la habilidad de producir dinero y tomar decisiones acerca de su vida sin tener que depender económicamente de otra persona (Jiménez, 2024).

Emprendimiento: Se refiere a las iniciativas de negocios que tienen como líderes a mujeres, cuyo impacto fomenta la inclusión social y la autonomía económica, disminuyendo así las diferencias de desigualdad (Cervantes & Cuero, 2022).

Innovación: Es la capacidad de crear y poner en práctica ideas innovadoras que optimizan productos, procesos o servicios, lo que favorece la competitividad de los empresarios. (Hernández Sampieri et al., 2014).

Modelo de negocio: es un recurso, ya sea tecnológico o metodológico, que permite organizar, planificar y supervisar tareas de manera que se optimice la toma de decisiones en los negocios y proyectos (Tepan Cochancela et al., 2024).

La capacitación: es un proceso educativo a través del cual las personas obtienen habilidades y conocimientos particulares para optimizar su rendimiento en ciertas tareas (Idrovo, 2024)

1.9.4. Marco Legal

La creación de una fundación en el Ecuador se encuentra regulada principalmente por el Código Civil ecuatoriano, que en su Título XXX, artículos 564 al 586, establece las normas generales que rigen la creación, funcionamiento y disolución de las personas jurídicas de derecho privado sin fines de lucro, entre las que se incluyen las fundaciones. Esta normativa define que las fundaciones son entidades creadas por una o más personas, que destinan un patrimonio a la consecución de fines de interés social o comunitario, sin fines de lucro (Código Civil, 2015).

La fundación también se vincula con la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, la cual promueve formas asociativas y solidarias de organización orientadas al desarrollo productivo y social, especialmente en sectores vulnerables.

El Decreto Ejecutivo Decreto Ejecutivo N.º 193 (2018) que es el reglamento para adquirir personalidad jurídica de las organizaciones sociales, y el Código Civil son los procedimientos administrativos que tienen que seguir las fundaciones y asociaciones para su constitución legal.

Según este reglamento, las fundaciones tienen que gestionar su personería jurídica frente al Ministerio de Gobierno o ante la entidad competente del sector pertinente, según la naturaleza de sus operaciones. La entidad que tiene la autoridad para conceder la personería jurídica a la Fundación "Creciendo Juntas", cuyo propósito es el de capacitar y empoderar a las mujeres empresarias del cantón Playas, sería el Ministerio de Gobierno.

La creación legal comienza con la redacción de los Estatutos y el Acta Constitutiva, que tienen que incluir los componentes básicos definidos en la legislación, como el nombre de la fundación, su domicilio, el patrimonio inicial, el objeto social, las normas de funcionamiento y disolución y los órganos de administración y gobierno. Posteriormente, estos documentos deben ser protocolizados ante notaría y presentados junto con una solicitud formal dirigida a la autoridad competente (Secretaría Nacional de Planificación, 2024).

Una vez aprobada la solicitud, el Ministerio de Gobierno otorga la personería jurídica mediante Acuerdo Ministerial, con lo cual la fundación adquiere plena capacidad legal para actuar, contratar, recibir donaciones y ejecutar sus proyectos. Posteriormente, se debe realizar el registro de la primera directiva dentro de los treinta (30) días posteriores a la obtención de la personería jurídica, conforme lo exige la normativa vigente. Por otra parte, la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación LOEI (2024). Esta ley tiene como objetivo fomentar el emprendimiento, la innovación y la competitividad en el país. Facilita el acceso a financiamiento y capacitación, especialmente para emprendedores en situación vulnerable, incluyendo mujeres de bajos recursos (Barrezueta, 2024).

De igual forma, la Ley Orgánica para la Igualdad Intergeneracional y la Erradicación de la Violencia contra las Mujeres (2019). Promueve políticas públicas para garantizar igualdad de oportunidades, lo que incluye apoyo para mujeres emprendedoras y su autonomía económica (Barrezueta, 2024).

Finalmente, estas leyes y regulaciones ofrecen un marco legal que apoya el avance de este proyecto, también respalda la creación y funcionamiento de la fundación enfocada a

motivar a las mujeres de escasos recursos a iniciar y administrar sus emprendimientos de manera eficaz (Cervantes & Cuero, 2022).

1.9.4.1. Aspecto Societario de la Empresa

El proyecto de esta fundación “Creciendo Juntas” se desarrollará sin fines de lucro, dedicada a promover la autonomía económica y el emprendimiento de mujeres en situación de vulnerabilidad. Esta forma organizativa permite canalizar esfuerzos sociales y comunitarios para brindar capacitaciones, asesoría y recursos que faciliten la creación y consolidación de pequeños negocios liderados por mujeres.

En sus inicios, la fundación se conformará por un conjunto de mujeres comprometidas con la causa y contará con un equipo coordinador que gestionará las actividades, los seminarios y la asignación de recursos educativos. El capital social, teniendo en cuenta su carácter no lucrativo, será simbólico y se enfocará en la reutilización integral de los recursos para fortalecer los programas de formación y asistencia.

Una Junta Directiva, escogida de forma democrática entre las asociadas, se encargará de la gestión y asumirá funciones tanto de supervisión como de ejecución. Este mandato tiene la obligación de controlar el uso adecuado de los recursos, administrar alianzas con entidades públicas y privadas y organizar las reuniones. La asociación se adecúa a las leyes ecuatorianas que regulan las entidades sin fines de lucro, en particular la "Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario".

1.9.4.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa)

La organización que se plantea en este proyecto se asemeja a una organización no lucrativa, cuyo propósito principal es fomentar y respaldar el emprendimiento femenino, especialmente enfocado en mujeres de escasos recursos que quieren comenzar su propio negocio.

Desde el punto de vista legal, esta entidad se organiza como una fundación o una ONG, cumpliendo con las normativas actuales en Ecuador que regulan este tipo de asociaciones. Esto incluye los registros necesarios ante las autoridades competentes para garantizar su funcionamiento correcto y la posibilidad de acceder a beneficios fiscales que apoyen su sostenibilidad.

1.9.4.1.2. Fundación de la Empresa

La propuesta para desarrollar esta fundación “Creciendo Juntas” destinada a fomentar el emprendimiento femenino, nació en 2025 en la localidad de Villamil Playas, Ecuador, prestando especial atención a las comunidades apartadas de la cabecera cantonal. Este proyecto,

que se lleva a cabo sin fines de lucro. La iniciativa de este proyecto está en el deseo de que las madres no tengan que depender únicamente de una pensión o del salario de sus esposos para cubrir las necesidades de sus hijos. En vez de eso podrán disponer de capacitaciones útiles que les permitan pensar en ideas de negocio.

Además, necesidad de fomentar el empoderamiento tanto económico como social de las mujeres ya que hoy en día enfrentan obstáculos muy grandes para obtener capacitación, recursos y oportunidades de emprendimiento. Es un entorno donde un gran número de mujeres de áreas rurales no tienen acceso a formación y apoyo, esta iniciativa se propone ser una herramienta accesible que ayude a elevar su calidad de vida, así como la de sus familias.

1.9.4.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

El proyecto de la fundación *Creciendo Juntas*, el proyecto se llevará a cabo con préstamo del banco e ingresos de los fundadores, con la ayuda de empresas, voluntarios y colaboradores. Durante esta fase, los recursos se usarán solamente para satisfacer las necesidades de operación y materiales. Más adelante, se podrá determinar una contribución económica, que será utilizada únicamente para cubrir los gastos de materiales y asegurar que las actividades sigan adelante, conservando siempre su naturaleza social y no lucrativa.

La fundación se establecerá con una inversión inicial de 14.199.97 dólares, cantidad que permitirá satisfacer las condiciones de capital mínimo y cubrir los gastos administrativos y operativos iniciales. Esta inversión se verá aumentada por futuras donaciones, aportes voluntarios y apoyo de socios estratégicos, asegurando así la continuidad de las actividades educativas y sociales que la entidad realizará en beneficio de mujeres con escasos recursos.

Tabla 1

Fundadores

Fundadores	Aporte Inicial
Nataly Quimi	1.893,33
Leonardo Maldonado	1.893,33
Carlos Muñoz	1.893,33
TOTAL	5.679,99

Los aportes realizados por estos fundadores son el patrimonio con el cual funcionara inicialmente esto no generan derechos accionarios ni distribución de utilidades, ya que es una fundación sin fines de lucro.

En este proyecto se contará con la colaboración de diversas organizaciones y personas clave para el desarrollo de las mujeres del cantón Playas. La organización **Manos Amigas**,

liderada por Carolina Calderón, reconocida abogada, brindará clases de derecho a las participantes. Además, se contará con el apoyo de **Agua Latina**, de la mano de Leonardo Maldonado, quien contribuirá con apoyo económico para garantizar la implementación del proyecto.

La **Universidad de la Península de Santa Elena**, a través de su extensión en Playas, apoyará con un profesor de economía para impartir conocimientos financieros teniendo en cuenta que cuenta con programas de vinculación y responsabilidad social, los cuales pueden aportar formación, asesoría técnica y apoyo logístico para la ejecución del proyecto (UPSE, 2025).

Por otra parte, colegas maestras en belleza ofrecerán cursos prácticos en esta área, mientras que la asociación **Manitos Laboriosas** impartirá talleres de artesanía, incluyendo la elaboración de pulseras, cadenas, tallado de tagua y otros recuerdos y productos artesanales.

Cáritas Ecuador es una organización sin fines de lucro vinculada a la Iglesia Católica, dedicada al desarrollo comunitario, la educación y el apoyo a grupos vulnerables. Su experiencia en programas sociales aporta conocimiento y respaldo a iniciativas comunitarias (Cáritas Ecuador, 2024).

1.9.4.1.4. Permisos

La fundación debe inscribirse ante el Servicio de Rentas Internas (SRI) para obtener su Registro Único de Contribuyentes (RUC). En este paso se determina su condición como organización sin fines de lucro, lo que le permite acceder a ciertos beneficios tributarios y cumplir con las obligaciones fiscales básicas, tales como la presentación de declaraciones informativas y la contabilidad de ingresos y egresos (Secretaría Nacional de Planificación, 2024).

La Alcaldía del Cantón Playas necesita que la fundación adquiera la Patente Municipal y el Permiso de Funcionamiento para que pueda operar en el ámbito local. Estos permisos garantizan que la entidad cumpla con las normativas de la municipalidad en lo que respecta al uso de la tierra, a la gestión administrativa y a las actividades económicas. Además, si la fundación cuenta con un espacio físico para realizar sus actividades o formaciones, debe conseguir el permiso de seguridad que otorga el Cuerpo de Bomberos de Playas.

Por otra parte, en caso de recibir donaciones internacionales o financiamiento público, la fundación deberá registrarse ante las entidades de control correspondientes y presentar informes de transparencia y rendición de cuentas, conforme lo establecen las normativas ecuatorianas.

- Elaboración del Acta Constitutiva y de los Estatutos conforme a lo establecido en el Código Civil y en el Decreto Ejecutivo N.º 193.
- Protocolización legal de los documentos de fundación.
- Petición de personería jurídica ante el Ministerio de Gobierno.
- Obtención del Acuerdo Ministerial, mediante el cual se concede la personalidad jurídica.
- Inscripción de la primera directiva dentro del periodo que la ley establece.
- Adquisición del RUC en el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Gestión de permisos locales y de la patente municipal en la Alcaldía de Playas.
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos (si existe sede física).
- Permisos sanitarios o ambientales según el tipo de actividades.
- Registro y cumplimiento de normas de transparencia ante las entidades de control si se manejan fondos públicos o donaciones externas.

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.Descripción del negocio

La fundación *Creciendo Juntas* es una organización sin fines de lucro, que dará enseñanza de emprendimientos artesanales en el sector de la belleza y otros, proporcionando capacitación y conferencias para mujeres de escasos recursos en el cantón Villamil. Su propósito principal es ofrecer capacitaciones y cursos prácticos y fáciles en áreas como, cuidados de la piel, auto maquillaje, pestañas y pigmentación de cejas, junto con conocimientos fundamentales en gestión empresarial, marketing, finanzas cocina y repostería. A sí, las mujeres no solo van a adquirir habilidades técnicas para brindar un buen servicio sino también estos cursos que les faciliten iniciar, administrar y mantener sus propios negocios.

Con este enfoque, la fundación no solo apoya el crecimiento económico a nivel local al establecer microempresas en el sector de la belleza, sino que también produce un efecto social favorable al fomentar la igualdad de género, elevar la autoestima de las participantes y fortalecer la estructura productiva de Villamil.

2.1. Análisis de la Oportunidad

La capacitación en emprendimiento para mujeres de bajos recursos representa una alternativa sólida, ya que responde a una necesidad social y económica real. Según Moreira & Katzkowicz (2024), emprendimiento femenino es una herramienta clave para la inclusión social y económica, ya que promueve la independencia financiera y reduce la pobreza. Asimismo, Hurtado Regalado & Herrera Loaiza (2025), señala que los programas de apoyo a mujeres emprendedoras generan impactos positivos en la equidad de género y el desarrollo local.

La industria de la belleza y el cuidado personal en Ecuador se ha fortalecido como uno de los segmentos más activos y en expansión en años recientes, motivada tanto por la demanda interna como por el interés cada vez mayor que muestran hombres y mujeres hacia su bienestar e imagen. (Moreira & Katzkowicz 2024). Los cursos de belleza, en esta situación, constituyen una alternativa estratégica para formarse, porque brindan una opción asequible a mujeres con escasos recursos que desean emprender un negocio propio sin requerir inversiones iniciales elevadas.

El respaldo de Agua Latina, bajo la dirección de Leonardo Maldonado, constituye un momento estratégico en términos financieros, ya que garantiza los recursos requeridos para llevar a cabo las actividades y talleres del proyecto. Además, la intervención de un docente de economía de la Universidad de la Península de Santa Elena ayuda a obtener conocimientos financieros prácticos, lo cual favorece el afianzamiento de empresas locales (UPSE, 2025).

2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio

En la Figura 1, consta el *lean canvas* que permite apreciar el modelo de negocios que se ha diseñado para proporcionar las capacitaciones en emprendimiento a las mujeres de bajos recursos

En el **segmento de clientes** este programa está diseñado para mujeres adultas residentes en el Cantón Villamil (Playas), especialmente aquellas que son madres solteras o jefas de hogar que desean generar ingresos propios que han iniciado pequeños negocios de manera informal o que simplemente buscan mejorar sus competencias para formalizar o fortalecer sus emprendimientos este proyecto se enfoca en mujeres con motivación emprendedora, pero con pocas oportunidades de formación accesible.

El **problema** que enfrentan las emprendedoras que viven en los barrios vulnerables de Playas desconocen cómo planificar y crear un pequeño negocio que les ayude a tener ingresos. La falta de herramientas y la escasa educación en emprendimiento, así como la falta de prácticas adaptadas a sus necesidades serían algunas de las causas del desconocimiento.

La **propuesta única de valor** este punto nos dice qué se ofrece el proyecto que lo hace único y valioso para las mujeres este programa ofrece una capacitación fácil y accesible en emprendimiento, combinando teoría y práctica, dándole así empoderamiento femenino esta propuesta busca que las mujeres adquieran conocimientos, confianza y autonomía económica, transformando sus ideas en negocios que les ayude a construir una empresa en el futuro.

En la **solución** se describe cómo se resolverá el problema una de las soluciones consiste en implementar un programa donde se de formación y acompañamiento a las mujeres en los cuales se harán talleres presenciales y sobre gestión empresarial, finanzas, marketing, ventas y liderazgo también capacitaciones con profesionales y emprendedoras experimentadas se realizará una feria de emprendimientos para mostrar y vender los productos o servicios creados.

Los **canales** representan los medios por los cuales se llegará al público en este caso se utilizarán diversos canales uno de ellos será redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp) para difusión y registro también alianzas locales con el municipio, fundaciones y centros educativos incluso medios comunitarios como radios locales y murales informativos y una página web o micrositio con información del programa y formularios de inscripción.

Estos canales permiten llegar a las mujeres de manera más directa y rápida

En la **estructura de costo** se establecen los principales gastos que implica la implementación del programa los costos incluyen Honorarios de capacitadores, profesores y coordinadores. Materiales didácticos e insumos para los talleres prácticos. Publicidad y

comunicación para la promoción del programa. Logística de ferias, transporte y certificaciones. Esta estructura ayuda a planificar y optimizar los recursos disponibles, estos recursos serán utilizados exclusivamente para el cumplimiento de la misión social de la fundación

Las principales **fuentes de ingresos** son: aportes o donaciones de instituciones públicas, privadas o internacionales, cuotas de inscripción después de los dos años de funcionamiento de la fundación, fondos provenientes de proyectos de desarrollo social y económico, venta de productos elaborados por las mismas participantes durante los talleres. Esta combinación de fuentes de ingresos permite mantener la continuidad del proyecto a largo plazo.

Las **métricas claves** le permiten medir el éxito y el impacto de un proyecto con indicadores se medirán el número de mujeres capacitadas y certificadas el porcentaje que mejora su negocio después del programa el nivel de satisfacción y aprendizaje alcanzado las alianzas y apoyo institucional. Incrementar los ingresos o la estabilidad financiera de los miembros. Estos datos nos permitirán evaluar resultados y mejorar el gasto futuro.

La **ventaja diferencial** pertenece a un grupo de rasgos exclusivos que diferencian un ambiente. el valor agregado nos muestra que es complicado de replicar para terceros aquí se ve que es su visión integral, ya que combina la educación técnica, el desarrollo personal y la ayuda a adaptarse a las necesidades de las mujeres del cantón. Esta iniciativa promueve la adquisición de competencias prácticas adecuadas a las condiciones locales y, a la vez, estimula el liderazgo, la independencia económica y la autoestima. Además, fomenta la creación de una red de apoyo recíproco entre los participantes.

Las **alternativas** ofrecen talleres rápidos y capacitaciones prácticas, lo que es muy beneficioso dado que las mujeres tienen poca experiencia laboral y poco acceso.

Los **early adopters** son las primeras mujeres que se ingresan a las capacitaciones.

Figura 1

Modelo de Negocios (Lean Canvas)



2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión: Capacitar y empoderar a mujeres que quiere tener un negocio en el Cantón Playas, brindándoles herramientas de emprendimiento que les permita ser libre financieramente y también a su vez que contribuyan a su sector.

Visión: Ser una fundación que, de capacitación para mujeres, promoviendo las ganas de emprender y lleguen a tener una gran empresa.

Valores de la empresa

Solidaridad: Fomentar el apoyo mutuo y la colaboración entre mujeres.

Respeto: Valorar la diversidad de pensamientos, culturas y experiencias.

Igualdad: Brindar las mismas oportunidades de aprendizaje y crecimiento a todas las mujeres.

2.3. Objetivos de la Empresa

Incrementar la participación de mujeres emprendedoras en el cantón en 3 años, y Posicionar el programa como principal impulsor de emprendimiento femenino en Villamil.

2.3.1. Objetivo General

Fortalecer las capacidades emprendedoras de mujeres del Cantón Villamil (Playas) mediante programas de capacitación, talleres prácticos y una red de apoyo integral que promueva la creación y sostenibilidad de sus emprendimientos en un periodo de cinco años.

2.3.2. Objetivos Específicos

Capacitar a al menos 1.500 mujeres en emprendimiento en los primeros cinco años.

Implementar talleres prácticos de modelos de negocio y finanzas básicas.

Establecer una red de apoyo y seguimiento para los nuevos emprendimientos

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

3. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

El análisis de la industria es el estudio del entorno en el que opera un negocio o proyecto, evaluando la competencia, las oportunidades, las amenazas, el tamaño y las tendencias del mercado, con el fin de tomar decisiones estratégicas informadas. En el caso de este estudio llamado capacitación en emprendimiento para mujeres en el Cantón Villamil (Playas), el análisis de la industria consiste en estudiar el sector del emprendimiento local, identificando los tipos de negocios que predominan, los recursos disponibles, la competencia existente, las necesidades de las mujeres emprendedoras y las oportunidades de capacitación que pueden potenciar su crecimiento económico.

3.1 PEST

De acuerdo con Sánchez (2020), el análisis PEST es una herramienta de diagnóstico estratégico que permite evaluar el entorno externo de una organización a través del estudio de factores **Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos**, con el propósito de identificar las oportunidades y amenazas que pueden influir en su desarrollo y toma de decisiones.

Político: El gobierno de Ecuador muestra un compromiso creciente con el emprendimiento femenino la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020) es una manifestación de este estímulo, que establece procedimientos para promover el espíritu empresarial, facilitar el acceso a la financiación y simplificar el establecimiento de empresas.

La fundación ejecutora debe cumplir con normativas y permisos del MIES y el GAD de Playas, pero existen oportunidades de colaboración con instituciones públicas que pueden potenciar la sostenibilidad del proyecto (ONU, 2025)

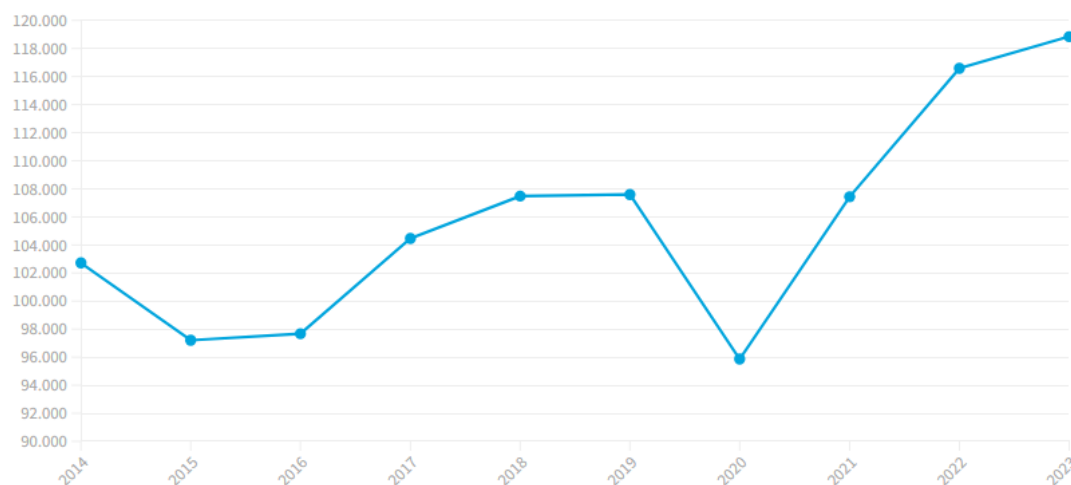
Económico: El contexto económico presenta tanto retos como oportunidades. Las mujeres de escasos recursos tienen problemas para conseguir créditos y financiamiento. Además, el desempleo y la informalidad laboral aumentan la necesidad de autoempleo. No obstante, el aumento del espíritu emprendedor y la recuperación progresiva del PIB, estimada en un 3.8 % para 2025, crean circunstancias propicias para poner en marcha programas de capacitación que mejoren las competencias financieras, comerciales y administrativas de las participantes. (Tapia, 2025)

Aunque la tasa de desempleo ha disminuido paulatinamente en los años recientes, diversos estudios señalan que esta tendencia no es igual para las mujeres, que continúan enfrentando más dificultades para lograr empleos formales y oportunidades económicas (Gontero et al., 2025). Además, el aumento de las tasas de interés hace más difícil acceder a

préstamos tradicionales y microcréditos, lo que obstaculiza aún más el progreso de los pequeños negocios.

Figura 2

Evolución del PIB

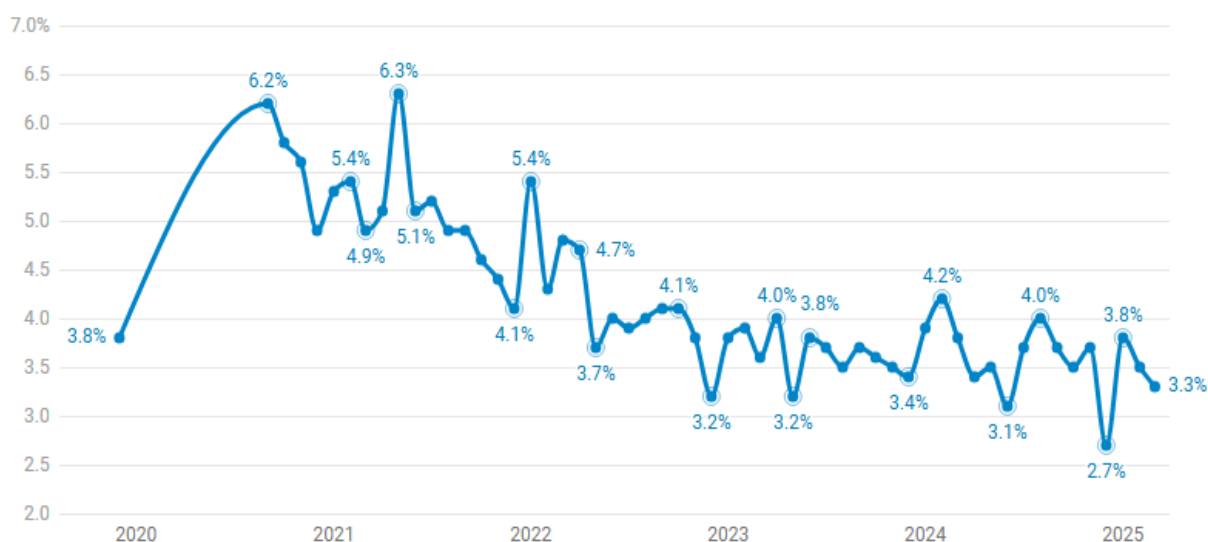


Nota: BCE Daniela Castillo - PRIMICIAS

La Figura 2 relacionada con PIB muestra que el desarrollo tiene un efecto directo en los emprendedores en estos últimos años ha subido después de una caída por pandemia, esto es beneficioso para los emprendedores (Castillo, 2024).

Figura 3

Tasas de desempleo en Ecuador



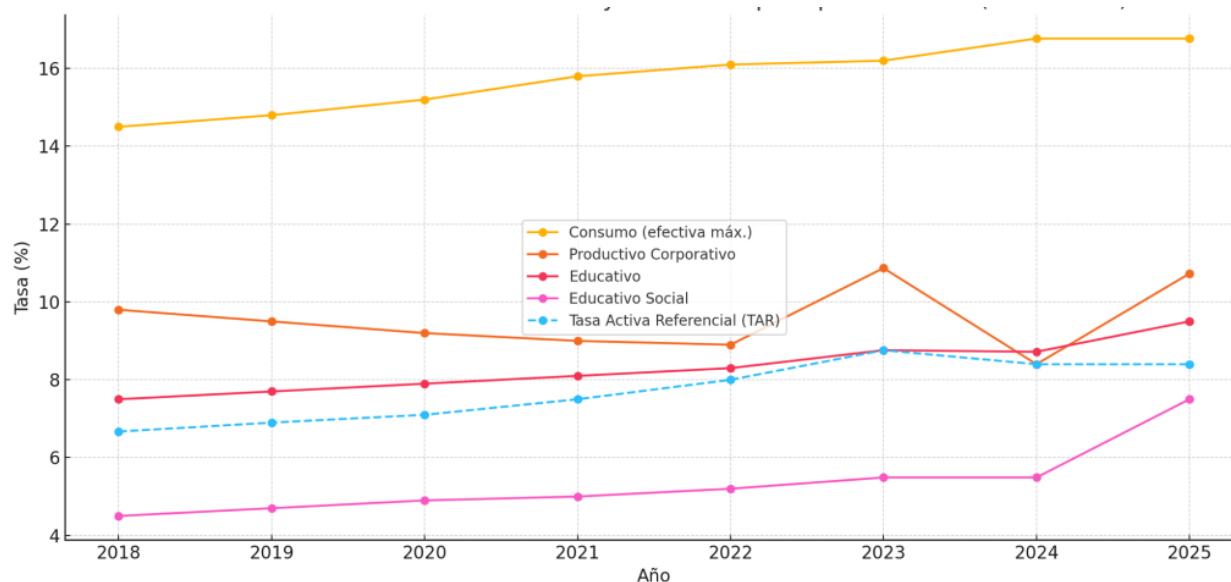
Nota: Lupa Media INEC Ecuador.

La figura 3 muestra que, La reducción de la tasa de desempleo es bueno, ya que indica que el mercado laboral se está recuperando esto muestra más personas con empleo se traduce

en un aumento del consumo y en un contexto más estable para la toma de decisiones (Sotaquira, 2025).

Figura 4

Tasa de interés



Nota: BCE. Elaboración: Kevin José Collaguazo

La figura 4 indica que, pedir un préstamo se complica ya que las tasas altas dificultan al emprendedor comenzar su emprendimiento o incluso comprar materiales para seguir creciendo (Collaguazo, 2025).

Social: Las desigualdades sociales y las brechas de género limitan la autonomía económica de las mujeres en Villamil, pero la motivación por superarse y la existencia de redes comunitarias y fundaciones que apoyan el emprendimiento fortalecen la viabilidad del proyecto (ONU, 2025).

La Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) del INEC reporta que la participación de las mujeres en el mercado laboral se ha sostenido alrededor del 52 %, pero la mayor parte de ellas trabaja en empleos informales o con ingresos por debajo del promedio nacional (INEC, 2024).

La brecha salarial también continúa presente, el ingreso laboral promedio de las mujeres es menor que el de los hombres, quienes mantienen ingresos más altos, tanto en empleo adecuado como en el total nacional aunque las cifras exactas varían por trimestre y sector, los estudios coinciden en que la brecha salarial en Ecuador oscila entre el 13 % y el 20 %, dependiendo del tipo de ocupación y nivel educativo estas diferencias limitan la autonomía

económica de las mujeres y su capacidad para invertir en emprendimientos o acceder a procesos de formación (INEC, 2024).

La disposición de las mujeres para lanzarse y comprometerse con proyectos productivos se manifiesta en sus actitudes hacia el trabajo. Además, las posturas frente a la inversión y el ahorro posibilitan la implementación de estrategias para formar en planificación empresarial y gestión financiera.

Tecnológico: Aunque persiste una brecha digital que limita el acceso a internet y dispositivos, existen plataformas gratuitas como Moodle es un sistema de gestión del aprendizaje que centraliza materiales, tareas y evaluaciones para un acceso ordenado, Google Classroom permite crear clases, organizar tareas y comunicarse con los alumnos en un solo lugar, y redes sociales que facilitan la enseñanza de gestión de marca, marketing y comunicación digital (Santiadi et al., 2024).

La metodología híbrida, combinando enseñanza presencial y virtual, permite incluir a mujeres de zonas remotas y promover la visibilidad de sus emprendimientos en el ámbito local y regional asimismo este método ayuda a aumentar la visibilidad de sus proyectos en el ámbito local y regional, consolidando la identidad de marca y las oportunidades de comercialización. Al mismo tiempo, mejora la autonomía y la confianza de las participantes al usar herramientas digitales para hacer crecer sus negocios (El Gobierno Nacional, 2025).

3.2. Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimiento en la Industria

El tamaño del mercado educativo en Ecuador del 2023 logró un valor agregado bruto de 6,195 millones de dólares, evidenciando la economía generada por las instituciones de enseñanza del país. En términos generales, la inversión total en educación que abarca los fondos tanto públicos como privados llegó a 8,156 millones de dólares, lo que subraya la importancia de este sector en la economía de Ecuador. De esa cifra, los hogares aportaron 3,391 millones de dólares en gastos finales de consumo, con el fin de cubrir principalmente matrículas, pensiones, materiales y servicios educativos. Por otro lado, el Estado destinó 4,905 millones de dólares en gastos finales de consumo, lo que resalta el papel fundamental del Gobierno en la financiación del sistema educativo y en la oferta de servicios educativos a la población (INEC, 2023).

Según un informe de la Escuela de Negocios ESPAE (2023), casi todas las instituciones de educación superior (IES) brindan, al menos, un curso sobre emprendimiento, y aproximadamente el 70 % de ellos están vinculados con el proceso de creación de empresas (Rivas et al., 2024).

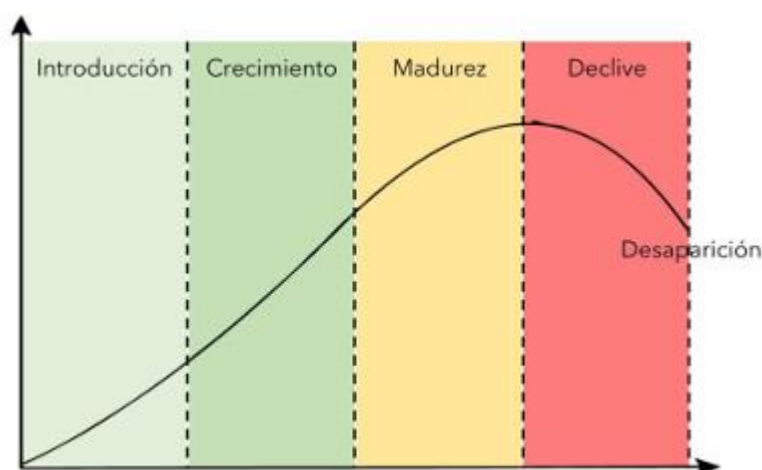
La educación emprendedora se vuelve un motor esencial para que las iniciativas de subsistencia se conviertan en proyectos sostenibles y con potencial de crecimiento. A pesar de que existe una gran participación femenina en la actividad emprendedora, según los datos del GEM y del INEC (2023), muchos de estos esfuerzos se mantienen en niveles informales con un impacto económico reducido porque no hay una formación apropiada. Por lo tanto, es estratégica la creación de una fundación que se enfoque en capacitar a mujeres con pocos recursos, pues ayudará a disminuir las diferencias de conocimiento y a mejorar sus habilidades para crear empresas más estables y competitivas.

3.3. Análisis del Ciclo de Vida de la Industria

Es un modelo que describe cómo las industrias pasan por diversas fases durante su existencia, desde la entrada de nuevos emprendedores hasta la consolidación y el posterior descenso de las compañías. (Klepper,1996).

Figura 5

Ciclo de vida de la Industria



El sector educativo emprendedor en Ecuador está en la fase de crecimiento del Ciclo de Vida de la Industria, un incremento en la demanda y una consolidación en las ofertas educativas más organizadas. En esta fase, las industrias observan un aumento rápido en el número de participantes debido a la validación del valor del servicio y a la necesidad social que satisface ese sector.

El crecimiento de la educación emprendedora se evidencia en el aumento del número de programas que instituciones públicas, universidades, etc. En este caso podemos evidenciar que la educación emprendedora en Ecuador pasó de estar presente en menos del 10 % de universidades en 2010 a cerca del 70 % en 2025, mostrando un crecimiento sostenido y una clara consolidación del ecosistema de formación para emprendedores (Herruzo Gómez, 2025).

3.4. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones

El Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter, creado por Michael Porter en 1980 tiene como objetivo comprender cómo los diferentes factores del entorno impactan la ubicación de una empresa o emprendimiento en el mercado. El código CIU de la Capacitación en emprendimiento y gestión empresarial es P8550.01

Figura 6

Modelo de 5 fuerzas



Amenaza de nuevas

entradas (Media)

La capacitación empresarial no necesita grandes inversiones iniciales suficiente con un aula, materiales básicos o incluso plataformas virtuales por eso, ONGs, profesional o pequeña empresa puede entrar al mercado fácilmente.

La lealtad de la marca en Ecuador, casi no hay empresas con un posicionamiento tan fuerte como para generar alta lealtad, en todo caso la gente siempre va a escoger algo que le quede cerca y que les de confianza.

Experiencia acumulada es muy valorada por las aprendices porque se requiere que el capacitante sea una persona que sepa del tema que va a tratar para así poder aprender.

Poder de negociación de los proveedores (Baja)

En el número y tamaño de proveedores vemos que existen muchos instructores y expertos disponibles en el mercado.

En exclusividad del producto del proveedor se ve que los contenidos no suelen ser exclusivos otros capacitadores pueden ofrecer lo mismo.

La capacidad de sustitución de la empresa es fácil porque pueden cambiar de instructor, plataforma o material educativo.

Rivalidad entre los competidores (Baja)

Pocas organizaciones ofrecen programas de educación emprendedora específicamente dirigidos a mujeres de bajos recursos.

Lealtad de marca es alta porque existen mujeres que necesitan sentirse seguras en un espacio de aprendizaje y además que este cerca de su lugar de residencia ya que son de bajos recursos.

En costo de cambio vemos que los estudiantes no pueden cambiar de proveedor tan fácil porque los demás tienen precios muy elevados y no son del lugar de donde viven.

Amenaza de productos sustitutos (Baja)

Alternativas, como cursos de Google sin costo, como Coursera, Google Actívate, videos de YouTube, estas guías, aunque sean gratuitas las emprendedoras no se sienten cómodas porque no es algo personalizado.

La propensión del comprador a sustituir es baja, ya que las mujeres valoran la guía, la orientación práctica y el seguimiento, elementos que no ofrecen los cursos en línea.

En rendimiento relativo se diferencia en cambiar a un producto sustituto implica perder el acompañamiento, la guía personalizada y el apoyo continuo que ofrece la fundación.

Poder de negociación de los compradores (Medio)

Hay un gran número de posibles participantes, lo cual disminuye la dependencia de la organización de un único cliente. No obstante, cada participante tiene la libertad para decidir si permanecer en el programa o no.

Los costos de cambiar son bajos, por lo que pueden abandonar fácilmente si no se ajusta a sus necesidades. Esto aumenta el poder de negociación de los compradores.

En Sensibilidad al precio es notorio que es alta, especialmente en segmentos de bajos recursos. Esto aumenta el poder de negociación de los compradores.

El análisis

El análisis de las Cinco Fuerzas de Porter indica que el atractivo del entorno competitivo del proyecto es MEDIO BAJO

3.5. Análisis del mercado

El análisis del mercado ayuda a entender las circunstancias presentes en el contexto donde se Pondrá en marcha un programa de capacitación sobre emprendimiento dirigido a mujeres de bajos recursos en el cantón Villamil (Playas). Esta evaluación tiene como finalidad

identificar obstáculos, oportunidades y aspectos fundamentales para la viabilidad del proyecto. Para ello, considera tanto la oferta actual como la demanda potencial (INEC, 2023).

Esto genera la necesidad de implementar programas de capacitación sostenibles e inclusivos que promuevan el desarrollo comunitario y la independencia económica.

Así, el análisis de mercado que se presenta se organiza en base a los siguientes aspectos: la naturaleza de la competencia, la demanda que ya existe y la potencial, la oferta actual de programas similares y la segmentación del público objetivo con estos elementos, se intenta determinar la viabilidad de la propuesta y las estrategias necesarias para situarla en el mercado local.

3.5.1. Tipo de Competencia

Kotler (2016) quien es conocido como el "padre del marketing moderno", señala que los tipos de competencia se clasifican en función del nivel de semejanza puede ser competencia directa, indirecta y genérica.

Los competidores indirectos serían la **Municipalidad de Playas**, que organiza ciertos talleres para mujeres, especialmente en áreas de manualidades y oficios básicos, pero le falta incrementar clases de economía, clases de marketing y algunas otras áreas que la fundación dará.

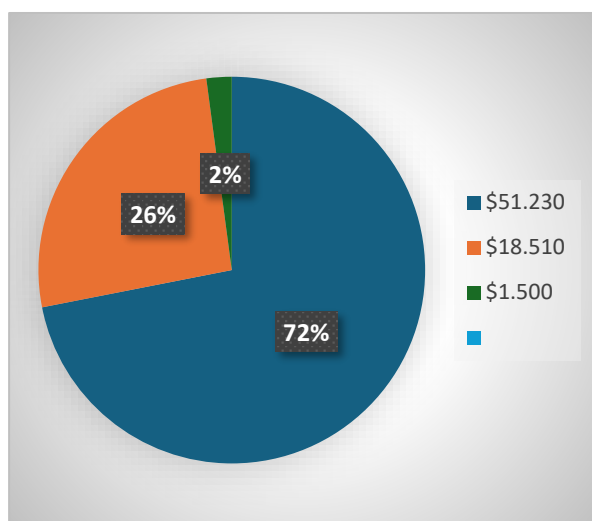
3.5.2. Tamaño del mercado: TAM, SAM, SOM

El análisis del tamaño del mercado ayuda a calcular el posible impacto del programa de capacitación empresarial dirigido a mujeres en situación económica desfavorable en el cantón General Villamil (Playas).

TAM – Mercado Total Disponible. Corresponde a las mujeres de bajos recursos que podrían beneficiarse del programa, estimadas en 10.246 mujeres (INEC, 2017).

SAM – Mercado Disponible y Atendible. Representa la porción del TAM que es accesible por ubicación, interés emprendedor y capacidad operativa, calculado en 3,702 mujeres (INEC, 2017).

SOM – Mercado Objetivo Alcanzable. Corresponde al mercado que puede atenderse efectivamente en el primer año, que serían 300 mujeres. Dado que la meta de la fundación es capacitar a 1.500 mujeres en un periodo de 5 años (INEC, 2017).

Figura 7*Análisis TAM, SAM y SOM***Tabla 2***Total, de ingresos*

Segmento	Fórmula	Total, en dinero
TAM	$10.246 \times \$5$	\$51.230 / año
SAM	$3.702 \times \$5$	\$18.510 / año
SOM	$300 \times \$5$	\$1.500 / año

Tabla 3*Precios*

Precio por capacitación	TAM (10.246 mujeres)	SAM (3.702 mujeres)	SOM (300 mujeres)
\$3 (mínimo)	\$30.738	\$11.106	\$900
\$5 (promedio)	\$51.230	\$18.510	\$1.500
\$7 (máximo)	\$71.722	\$25.914	\$2.100

3.5.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

En el Cantón General Villamil (Playas) hay varias instituciones y organizaciones que brindan programas educativos o de capacitación en emprendimiento, destinados mayormente a adultos y jóvenes, pero no todos se centran en mujeres con escasos recursos. Se distinguen entre los competidores más relevantes:

Este proyecto se diferencia de estas instituciones por centrarse en las mujeres de bajos recursos del Cantón Playas y ofrecer un modelo de formación gratuito, individualizado y

ajustado a la realidad local; esto representa una ventaja competitiva frente a las propuestas actuales.

Tabla 4

Características de los principales competidores en programas de capacitación en emprendimiento en el Cantón Playas

Entidad / Competidor	Tipo de Competidor	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Productos o Servicios Principales	Línea de Precio
GAD Municipal de Playas	Directo	Gobierno local con enfoque en desarrollo económico y social	+10 años	Centro de Playas	Talleres gratuitos de emprendimiento, ferias productivas, apoyo a negocios locales	Gratuito
Programa “Aprende, Trabaja y Emprende” PNUD	Indirecto	Agencia internacional de desarrollo económico y social	Presencia en Ecuador por décadas	Guayaquil (programas presenciales y comunitarios)	Talleres sobre modelo de negocio, finanzas, marketing, herramientas digitales y fortalecimiento de emprendimientos	Gratuito

3.5.4. Segmentación de Mercado

El mercado se ha segmentado en cinco partes: Mariposas, abejitas, girasoles y estrellas.

Tabla 5

Segmentos

Segmento	Descripción
Mariposas	Mujeres con nivel de bachillerato interesadas en capacitaciones presenciales, pertenecientes a un nivel Socioeconómico D. Buscan formación práctica y acompañamiento directo.
Abejitas	Mujeres interesadas en capacitaciones virtuales, especialmente del nivel socioeconómico D, que suelen acceder a clases mediante instituciones públicas y requieren flexibilidad de tiempo.
Orquídeas	Mujeres de nivel socioeconómico D que requieren capacitación sin costo o subsidiada, además de mujeres con recursos medios que tienen la oportunidad de participar en programas económicos.
Girasoles	Mujeres del rango socioeconómico C que tienen acceso a universidades privadas y están interesadas en programas de capacitación presencial para mejorar o añadir a su formación profesional.
Estrellas	Mujeres con formación superior (universitaria o técnica), pertenecientes al nivel socioeconómico C+, que se encuentran en búsqueda de programas de capacitación especializada, los cuales tienen un enfoque híbrido.

4.8.2 Criterio de Segmentación

Sexo

Femenino (población objetivo principal)

Edad

18–25 años

26–35 años

36–45 años

46–55 años

Más de 55 años

Nivel educativo

- Instituciones Públicas
- Privada

Modalidad de Capacitación

- Presencial
- Virtual
- Híbrida

Nivel Socioeconómico

- Nivel Socioeconómico D
- Nivel Socioeconómico C
- Nivel Socioeconómico C+

4.8.3 Selección de Segmentos

Mariposas

Este segmento está compuesto por mujeres que han completado su educación secundaria y que desean acceder a educación presencial. Suelen venir de familias con recursos medios, lo que les permite un grado de estabilidad. Estas mujeres aprecian el contacto cara a cara con profesores y otras participantes, pero necesitan programas que sean asequibles y funcionales, adaptados a su horario disponible.

Abejitas

Este segmento está compuesto por mujeres que eligen recibir la capacitación en línea, ya que tienen restricciones en cuanto a tiempo, transporte o deberes familiares. La mayoría proviene del estrato socioeconómico D, lo que indica que tienen ingresos limitados y dependen de alternativas educativas sin costo o financiadas. Asimismo, buscan organizaciones públicas

que les ofrezcan seguridad, fácil acceso y certificación oficial. La enseñanza virtual se ajusta a su situación, ya que les posibilita aprender desde su hogar sin interferir en sus rutinas diarias.

Orquídeas

Este segmento está integrado por mujeres de clase media y por aquellas del nivel socioeconómico D que necesitan programas sin costo o de bajo presupuesto. Su estado financiero puede ser restringido o medio, sin embargo, todas tienen en común el deseo de una mejor educación para mejorar sus opciones laborales. Muchas participan en trabajos informales o temporales, por lo que están en busca de formaciones que sean flexibles, útiles y que no impliquen un gasto extra. La educación se transforma en una herramienta para aumentar su independencia y seguridad económica.

4.8.4 Perfiles de los Segmento

Mariposas

- Edad: 18 a 30 años.
- Ingresos: Recursos medios, hogares con estabilidad moderada.
- Educación: Secundaria completa (bachillerato).
- Ocupación: Actividades formales o informales con horarios relativamente estables.
- Necesidades: Capacitaciones presenciales que sean accesibles y prácticas.
- Motivación: Mejorar habilidades, avanzar profesionalmente y reforzar su formación con acompañamiento directo.

Abejitas

- Edad: 18 a 45 años.
- Ingresos: Bajos, pertenecientes al nivel socioeconómico D.
- Educación: Variable; desde básica hasta secundaria incompleta o completa.
- Ocupación: Trabajos informales, temporales o con horarios poco predecibles.
- Necesidades: Capacitaciones virtuales, gratuitas o subvencionadas, ofrecidas por instituciones públicas.
- Motivación: Aprender desde casa sin afectar sus responsabilidades familiares o laborales.

Orquídeas

- Edad: 18 a 55 años.
- Ingresos: Bajos a medios; hogares con limitaciones económicas.
- Educación: Desde básica hasta secundaria completa; algunas con educación continua.
- Ocupación: Actividades informales o trabajos temporales sin estabilidad económica.

- Necesidades: Capacitaciones flexibles, gratuitas o de bajo costo.
- Motivación: Acceder a formación que les permita generar ingresos, mejorar opciones laborales y fortalecer su autonomía.

3.6. Matriz FODA

Tabla 5

Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
- Docentes ampliamente capacitados y con experiencia.	- Limitado acceso a financiamiento y recursos económicos.
- Capacitaciones prácticas, accesibles y orientadas al emprendimiento	- Marca nueva y poco conocida.
-Enfoque social y comunitario	- Escasa experiencia previa en gestión empresarial.
-Capacitación adaptados a las necesidades reales de las mujeres	- Falta de infraestructura tecnológica
Oportunidad	Amenazas
- Existencia de una población femenina con interés en mejorar sus ingresos a través del emprendimiento.	- Escasa oferta crediticia de las instituciones financieras.
- Apoyo de instituciones locales y organizaciones sociales a iniciativas de capacitación.	- Nivel educativo medio-bajo de la población objetivo.
- Potencial turístico y comercial del cantón Playas para el desarrollo de microemprendimientos.	-Programas gratuitos ofrecidos por municipios y organizaciones
- Posibilidad de alianzas con entidades públicas y privadas para fortalecer el programa.	- Escasa de infraestructura tecnológica en sectores rurales

3.7. Investigación de Mercado

La investigación de mercado es esencial para la creación de la fundación que brindará capacitaciones en emprendimiento a mujeres de escasos recursos en Villamil Playas. Este procedimiento ayuda a identificar las cualidades y requerimientos de las mujeres y así minimizar riesgos y hacer elecciones basadas a la información recolectada para la elaboración de la propuesta.

3.7.1. Método

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto y posee un alcance exploratorio y descriptivo. Este tipo de estudio permitió obtener una visión amplia y detallada sobre la realidad de las mujeres de bajos recursos del cantón Villamil Playas y su relación con el emprendimiento. Combinando métodos cuantitativos y cualitativos, con el objetivo de lograr una comprensión integral de la situación que enfrentan las mujeres en situación de vulnerabilidad y sus requerimientos en el ámbito del emprendimiento.

Asimismo, se llevaron a cabo entrevistas con Carolina Calderón, creadora de la organización *Manos Amigas*, y con un profesor de la carrera de Emprendimiento. Estos dos diálogos brindaron una perspectiva social y técnica sobre las necesidades de las mujeres de escasos recursos y las habilidades que deben cultivarse.

Se realizaron encuestas dirigidas a mujeres interesadas en aprender y poner su propio emprendimiento también ha emprendedores de Playas con el fin de conocer sus conocimientos, necesidades y obstáculos al momento de emprender, datos que ayudaron a establecer los sus negocios y su plan de formación.

3.7.2. Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es no experimental, ya que no se manipularon variables ni se realizó una intervención directa en las circunstancias de las participantes. En esta investigación, se reunió la información en el contexto en el que se desarrolla, observando y estudiando la realidad de las mujeres de escasos recursos del cantón Villamil Playas. Este enfoque permite detallar sus rasgos, requerimientos y situaciones vinculadas al emprendimiento sin modificar su entorno, lo que facilita una comprensión imparcial de la problemática y del grupo al que se orienta la iniciativa de la fundación.

3.7.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos

Objetivo General

Evaluar la posibilidad de establecer una fundación que brinde capacitaciones en emprendimiento a mujeres de bajos recursos del cantón General Villamil Playas, con el fin de impulsar su desarrollo económico y social.

Objetivos Específicos

Determinar las barreras, situaciones socioeconómicas y necesidades que afrontan las mujeres de escasos recursos del cantón General Villamil Playas para iniciar un emprendimiento.

Calcular el grado de interés, conocimiento y competencia actuales que tienen las mujeres en relación con el emprendimiento.

Crear una propuesta de estructura y operación para la fundación, en consonancia con las necesidades identificadas en el análisis del mercado.

Sugerir directrices para el programa de capacitación en emprendimiento que se ajuste a las expectativas y rasgos de las beneficiadas.

3.7.2.2. Tamaño de la Muestra

Figura 8

Formula de tamaño de la Muestra

N es infinita o desconocida	N es finita o conocida
$n = \left(\frac{Z S}{e} \right)^2$	$n = \frac{Z^2 N S^2}{Z^2 S^2 + (N-1) e^2}$

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la fórmula para poblaciones finitas, considerando una población de 10.246 mujeres, un nivel de confianza del 95% ($Z = 1.96$), un margen de error del 5% ($e = 0.05$) y una máxima variabilidad ($p = 0.5$). Como resultado, el tamaño de la muestra requerido fue de 371 mujeres.

3.7.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

Se realizarán encuestas a mujeres que deseaban emprender y a emprendedores de Playas y mujeres que deseen adquirir nuevos conocimientos. Asimismo, se llevaron a cabo entrevistas con Carolina Calderón, fundadora de la organización Manos Amigas, y con un profesor de la carrera de Emprendimiento.

Entrevista para empresario (Agua Latina) Planta Envasadora de agua purificada

La entrevista se realizó a Leonardo Maldonado, propietario de una planta de agua purificada perteneciente al sector de alimentos. Su emprendimiento es formal y surgió al identificar una necesidad en el cantón, la falta de producción local de agua purificada.

A principio utilizó sus propios ahorros y un préstamo en el banco, también hizo un estudio de mercado

Él dice que es importante la planificación económica, el estudio de mercado, la motivación. El emprendimiento le permitió fortalecer su seguridad personal y mejorar la gestión de su tiempo. También dice que una fundación que apoye a mujeres emprendedoras debe tomarlo en serio durante la etapa inicial del negocio.

Entrevista a emprendedora.

La emprendedora Mailin Goyes creó Bolos Jorge, un negocio informal que vende bolos y gelatinas, ya que por su casa no había quien vendiera esto y su hijo, fue quien vio esta oportunidad ya que sus amiguitos jugaban y tenían mucha sed, la motivó la necesidad económica y la independencia tenía experiencia previa preparando bolos para consumo propio. Inició con ahorros y apoyo familiar. Como planificación, calculó cuántos niños había en la zona. Ella tuvo obstáculos como falta de dinero, miedo al fracaso, y dificultad para conseguir clientes,

pero gracias a su hijo mayor que la animo y le ayudo a vender. Esta mujer no recibió capacitación, pero dice que la constancia, creatividad e iniciativa es una manera de lograr sus objetivos.

Entrevista a la fundadora de una organización.

La entrevista se realizó a Carolina Calderón, fundadora de la organización Manos Amigas, una entidad formal enfocada en el ámbito social y ambiental en el cantón General Villamil Playas. La organización nació del deseo de hacer un bien para el cantón, apoyando a la limpieza y la sostenibilidad.

Entre los principales desafíos enfrentados destacó la protección de la identidad y propiedad intelectual de la organización, lo que hizo necesario su registro legal. Los voluntarios han sido un pilar fundamental, junto con alianzas con municipios y la prefectura, y se prevé ampliar colaboraciones con empresas privadas.

A inicio se ayudó de la autogestión y el apoyo voluntario. Para la sostenibilidad, recomendó mantenerse activos, visibles y realizar gestiones constantes también indico que el liderazgo, la capacidad operativa y la empatía son claves para dirigir una fundación.

También considera buena idea de la creación de una fundación que capacite a mujeres de bajos recursos en el cantón, debido a la falta de empoderamiento femenino y el desconocimiento de sus derechos.

Entrevista realizada a Ricardo Paz, profesor de emprendimiento

La entrevista realizada a Ricardo Paz, profesor de emprendimiento, permitió identificar factores clave para el desarrollo de emprendimientos, especialmente en contextos de vulnerabilidad social. Destacó la importancia de desarrollar habilidades básicas como autoconfianza, toma de decisiones, organización del tiempo, comunicación, manejo financiero y resiliencia.

Señaló que las principales dificultades de los emprendedores principiantes son la falta de capital, el desconocimiento del mercado, la mala administración del dinero, el miedo al fracaso y la ausencia de planificación y acompañamiento.

Propone que en las capacitaciones se incorporen administración, costos y precios, marketing básico, atención al cliente, educación financiera y crecimiento personal, resaltó la importancia de aplicar metodologías participativas y prácticas, además de brindar un acompañamiento constante a través de asesorías y mentorías.

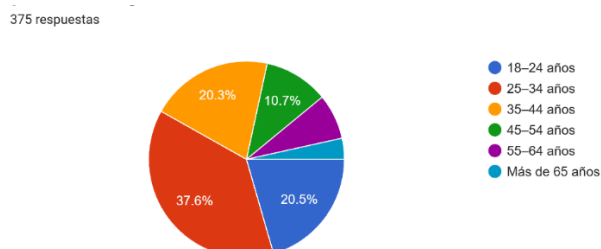
Por último, opinó que es un proyecto necesario y bueno crear una fundación que ofrezca formación gratuita a las mujeres emprendedoras en el cantón Playas, porque contribuye al

empoderamiento de la mujer, mejora la calidad de vida y potencia el crecimiento económico de la localidad.

3.7.2.4. Análisis de Datos

Figura 9

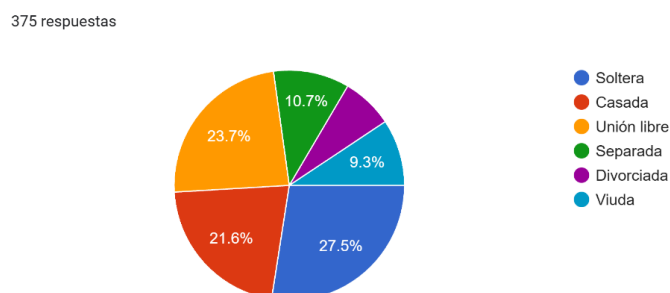
¿Cuál es su rango de edad?



En la figura 9 se visualiza que la mayor parte es de entre 25 y 34 años y son las que vamos a trabajar.

Figura 10

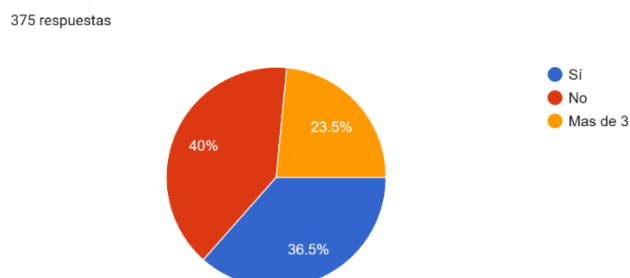
¿Cuál es su estado civil?



En la figura 10 que mayor parte de la población encuestada es soltera, casada y en unión libre esto nos deja un 10.7% de mujeres separadas y el 9.3% viuda

Figura 11

¿Tiene hijos?

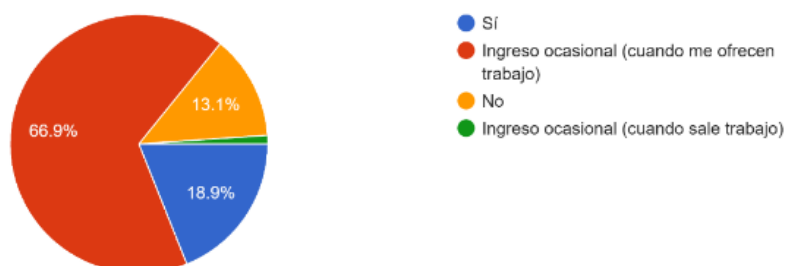


En la figura 11 se observa que más del 60% de las mujeres encuestadas tienen hijos y un 23.5% tienen más de 3 hijos esto nos indica que muchas mujeres solteras no tienen como solventar a sus niños.

Figura 12

Actualmente, ¿tiene algún tipo de ingreso económico?

375 respuestas

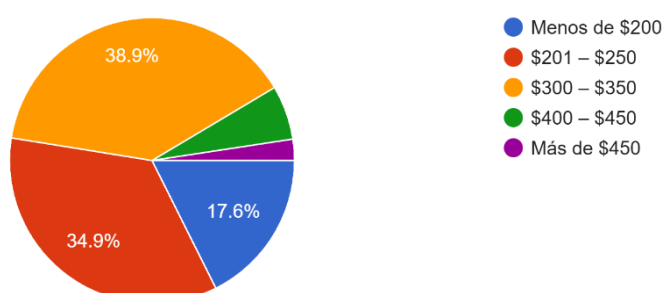


En la figura 12 se puede notar que el 66.9% de las mujeres solo tienen trabajo cuando se les ofrece y se entiende que son trabajos informales lo cual les afecta ya que no saben si van a tener algún ingreso para solventar sus necesidades básicas.

Figura 13

¿En qué rango se encuentra su ingreso mensual aproximado?

375 respuestas



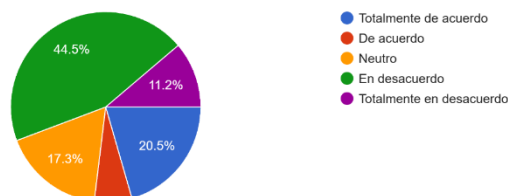
En la figura 13 vemos el rango de ingreso mensual de cada mujer el que es mayor esta entre 300 y 350 dólares mensuales que actualmente es menos que un sueldo mínimo, sin dejar de un lado que el 34.9% gana de 201 y 250 dólares al mes que realmente en la actualidad es muy difícil subsistir con ese sueldo.

Figura 14

Ingreso

¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente expresión?: Mis ingresos actuales son suficientes para cubrir mis necesidades básicas.

375 respuestas

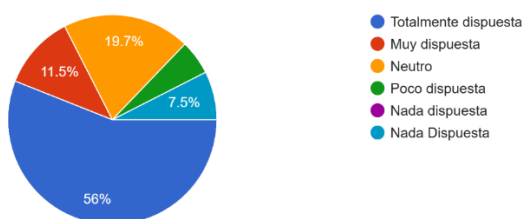


En la figura 14 se le pregunta si sus ingresos son suficiente para cubrir todos los gastos y el 44.5% de las mujeres respondieron que en desacuerdo ya que es un sueldo muy limitado para cubrir todos os pagos que deben hacer.

Figura 15

¿Qué tan dispuesta está en emprender un negocio?

375 respuestas

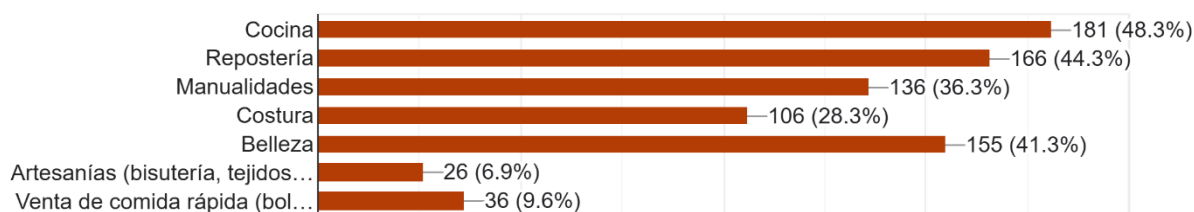


En la figura 15 se pregunta que tan dispuesta estarían en emprender un negocio y el 56% de las mujeres están totalmente dispuestas en iniciar su propio emprendimiento.

Figura 16

¿Qué habilidades cree que ya tiene para emprender? (Puede marcar más de una)

375 respuestas

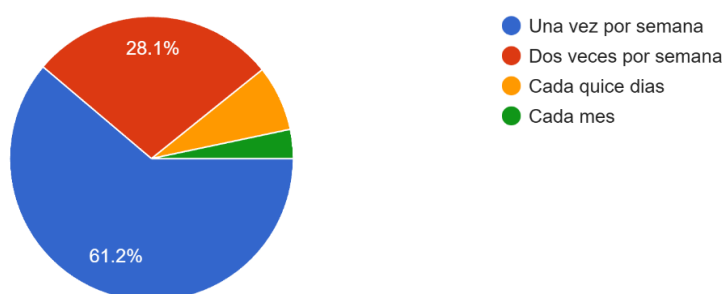


En la figura 16 es notorio que la mayor parte de mujeres les gustaria emprender en la area de cocina que es un total de 48.3% y el 44.3% esta muy interesada en emprender en respoteria el porcentaje mas bajo es de 6.9% que le pertenece a artesanía.

Figura 17

¿Con qué frecuencia estaría dispuesta a capacitarse?

363 respuestas



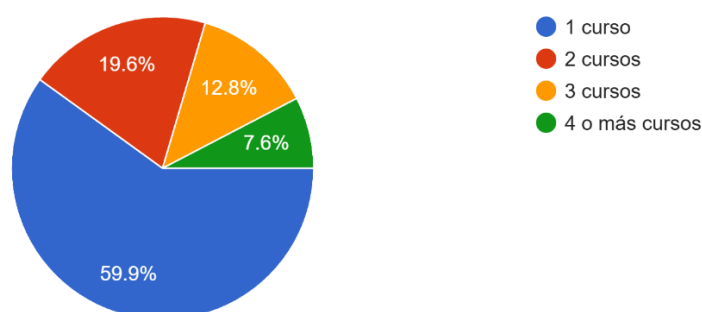
En la

figura 17 se le pregunta con qué frecuencia le gustaría capacitarse y el 61.3% respondió que una vez por semana ya que esto se les hace más accesibles para ellas.

Figura 18

¿Cuántos cursos le gustaría tomar al año?

367 respuestas



En la

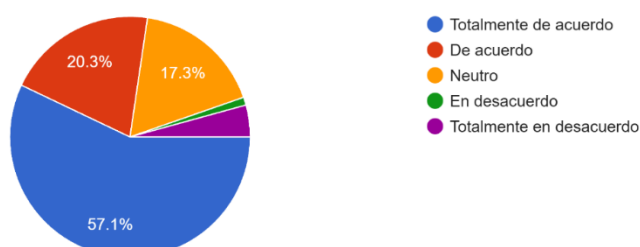
figura 18 vemos cuantos cursos le gustaría tomar al año a cada una y el 59.9% de las mujeres dijo que un curso para estar muy enfocada en el emprendimiento que quieren iniciar.

Figura 19

Participaciones

¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente expresión?: "Me gustaría participar en las capacitaciones ofrecidas por la fundación."

375 respuestas



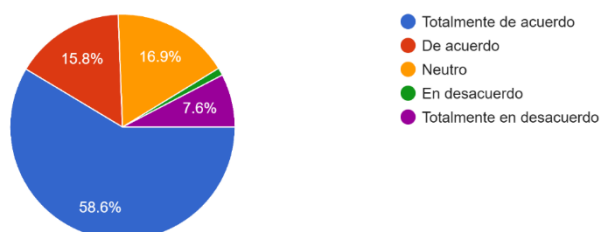
En la figura 19 se pregunta si les gustaría participar en las capacitaciones que ofrezca una fundación y el 57.1% contestó que totalmente de acuerdo ya que es algo a lo que ellas van a poder acceder sin pagar montos altos.

Figura 20

capacitaciones

¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente expresión?: Es importante que las capacitaciones se realicen en un lugar cercano a mi comunidad.

367 respuestas



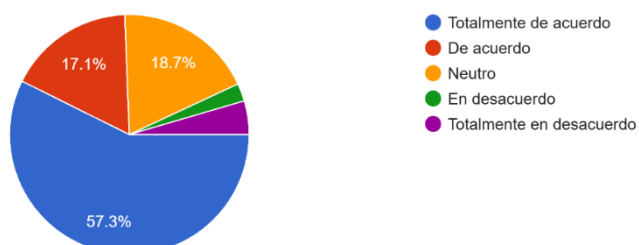
En la figura 20 vemos que es muy importante para ellas que las capacitaciones estén en un sector cercano a su hogar con el 58.6% es muy notorio lo que ellas desean

Figura 21

Oportunidades

¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente expresión?: "Considero que las capacitaciones serían útiles para mejorar mis oportunidades de emprendimiento."

375 respuestas



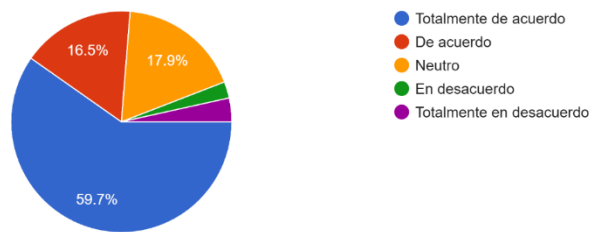
En la figura 21 el 57.3% cree que las capacitaciones les ayudaría en sus opciones laborales y en sus nuevos emprendimientos.

Figura 22

Disponibilidad

¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente expresión? "Estaría dispuesta a inscribirme en una fundación si los cursos se adaptan a mis horarios."

375 respuestas

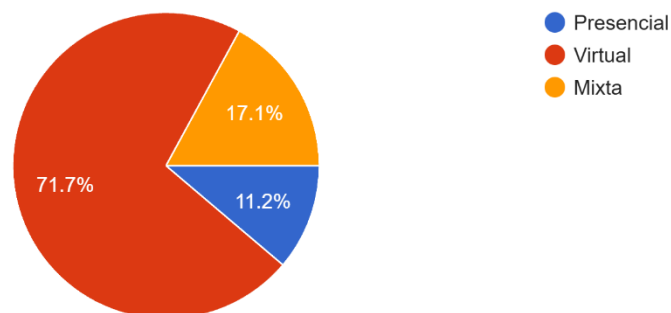


En la figura 22 la disponibilidad de tiempo de eas es muy importante por eso las capacitaciones deben adaptarse a sus horarios disponibles.

Figura 23

¿Qué modalidad de capacitación preferiría?

375 respuestas



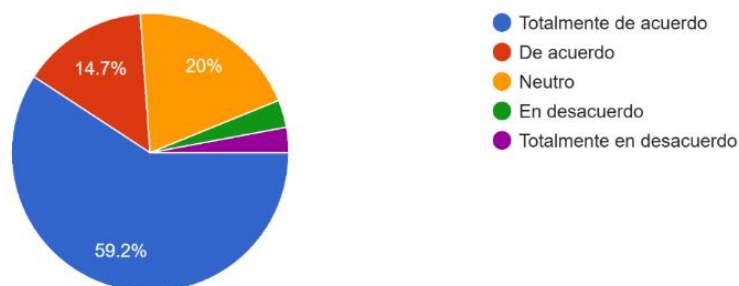
En la figura 23 vemos que el 71.7% de las mujeres que quieren capacitarse lo quieren hacer virtualmente y el 11.2% quiere que las capacitaciones sean presenciales.

Figura 24

Ayudar

¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente expresión?: "Estoy dispuesta a pagar un valor accesible si las capacitaciones me ayudan a generar ingresos."

375 respuestas



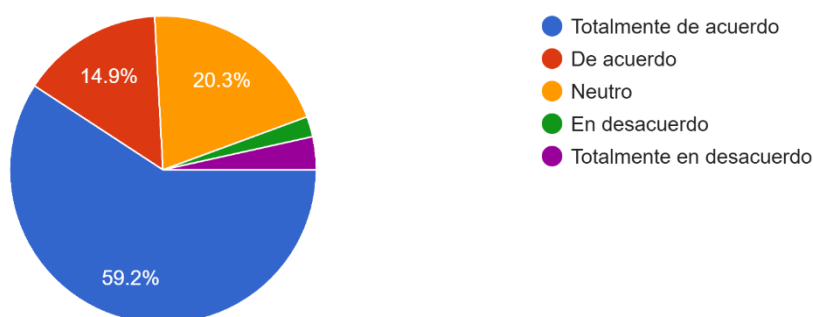
En la figura 24 las mujeres que se van a capacitar están dispuestas a dar una ayuda a la fundación en un 59.2% están totalmente de acuerdo.

Figura 25

Aporte

¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente expresión?: "Puedo realizar un pequeño aporte económico si la capacitación incluye materiales."

375 respuestas

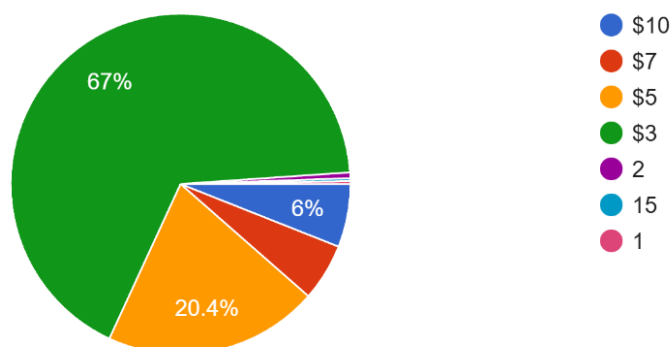


En la figura 25 vemos que el 59.2% de las mujeres están dispuestas a colaborar con un pequeño aporte por recibir las capacitaciones.

Figura 26

¿Qué valor considera accesible para participar en una capacitación?

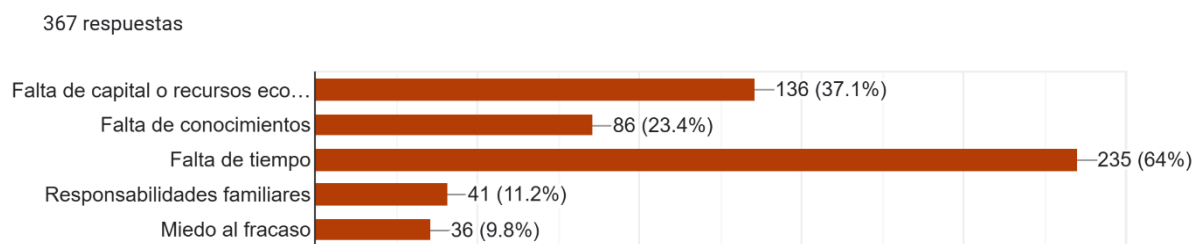
367 respuestas



En la figura 26 las mujeres en un 67% consideran que 3 dólares es accesible para ellas pagar un curso.

Figura 27

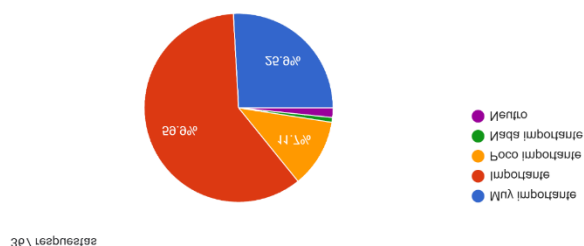
¿Cuál es la principal dificultad que enfrenta para emprender?



En la figura 27 se ve que las principales dificultades para emprender es falta de tiempo en un 64% y el 37.1% es por falta de dinero y las responsabilidades familiares que las limitan a realizar este emprendimiento que quizás tenga en mente.

Figura 28

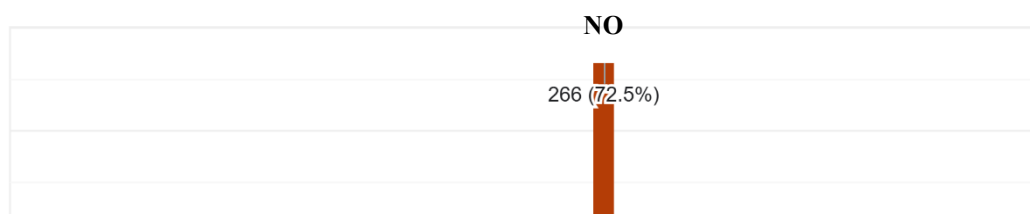
¿Considera importante contar con una red de apoyo y acompañamiento después de recibir la capacitación?



En a figura 28 se pregunta que tan importante es darle seguimiento a las mujeres que ya emprendieron y ellas contestaron en un 59.9% que es importante seguir en contacto para poder seguir las apoyando en cualquier duda.

Figura 29

¿Conoce usted alguna organización o fundación que brinde capacitaciones en emprendimiento a mujeres en Playas?



En la figura 28 se puede ver el gran margen de mujeres encuestada que no conocen ninguna fundacion que le aporte conocimiento o guía alguna.

3.7.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado

Se entrevistó a una emprendedora informal que al ver la falta de un producto en su barrio aprovechó para comenzar su emprendimiento, a un empresario que mencionó sus puntos clave de cómo desarrollar su negocio y varias ideas para apoyar a las mujeres, también se le realizó una entrevista a una fundadora de una organización llamada **Manos amigas** que mencionó como fue su proceso al crear esta fundación y que haría diferente, si comenzara desde cero, y explico que al comienzo fue muy duro empezar con las alianzas pero no imposible y que actualmente están por trabajar con empresas privadas que le piden capacitaciones a sus trabajadores a cambio de apoyo a la fundación.

Las encuestas mostraron que entre 18 y 34 años, son las mujeres que les gustaría crear su negocio y la mayoría de ellas son solteras o están en unión libre. También se ve que el 60% tiene hijos, y son mujeres que se hacen cargo solas o con poco apoyo de sus familiares del cuidado de sus hijos, esto no les permite ingresar a un buen trabajo.

A pesar de esta situación, las mujeres demuestran un alto interés en emprender y capacitarse, especialmente en áreas como cocina y repostería. La mayoría prefiere recibir capacitaciones de manera virtual, ya que esta modalidad se adapta mejor a su tiempo, responsabilidades y disponibilidad. También se pudo notar que, valoran el acompañamiento continuo y estarían dispuestas a participar activamente en las capacitaciones, incluso realizando un pequeño aporte económico accesible. Finalmente, se evidencia que existe un desconocimiento de organizaciones que apoyen el emprendimiento femenino, lo que refuerza la necesidad de crear una fundación que brinde capacitaciones accesibles y apoyo a estas mujeres que a pesar de que la vida ha sido dura para ellas siempre piensan en un mejor futuro para sus hijos y familiares.

CAPÍTULO 4

PLAN DE MARKETING

4. PLAN DE MARKETING

4.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo General

Elaborar e implementar un plan de marketing con el objetivo de dar a conocer la fundación y promover la participación de mujeres con escasos recursos del cantón General Villamil Playas

Objetivos Específicos

Lograr al menos 100 inscripciones durante los primeros seis meses de funcionamiento de la fundación, a través de Facebook, Instagram y TikTok también contenido informativo y testimonios.

Establecer mínimo cinco alianzas con empresas locales antes del tercer trimestre, para fortalecer la red de apoyo y facilitar que las mujeres accedan con confianza a los programas de la fundación.

Alcanzar que al menos el 70% de las mujeres finalicen las capacitaciones.

Realizar durante seis meses charlas motivadoras e informativas al menos en ocho barrios del cantón, con mínimo 20 mujeres por barrio para conocer sus necesidades y brindarles la capacitación de manera accesible.

4.1.1. Mercado Meta

El mercado está compuesto por mujeres de escasos recursos del cantón General Villamil Playas, el segmento de mercado son Mariposas, Abejitas y Orquídeas que incluyen a amas de casa, madres solteras, emprendedoras jóvenes y aquellas que buscan oportunidades laborales. Estos segmentos fueron escogidos porque requieren adquirir conocimientos sobre emprendimiento, están interesados en mejorar su situación económica y tienen la capacidad de contribuir positivamente a sus familias y a la comunidad. En concreto, las mujeres con pequeños negocios que desean mejorar sus ventas, reforzar sus capacidades y tener acceso a nuevas oportunidades por medio de la capacitación que brinda la fundación, son parte del mercado objetivo.

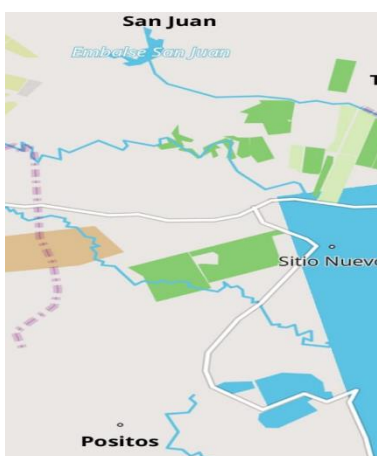
4.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

La fundación brindará a las mujeres que participan, materiales educativos, talleres y asesorías básicas sin costo los primeros cinco años, asimismo se pondrán en marcha promociones exclusivas para aquellos que se inscriban en las primeras convocatorias, con el fin de estimular su participación desde los primeros momentos.

Por otra parte, a las mujeres que ya tienen pequeños negocios y se dediquen a emprender se les ofrecerá la oportunidad de recibir asesorías personalizadas gratuitas en la primera etapa del programa. Solo tendrán que hacer un aporte simbólico para los módulos especializados de ventas, gestión o marketing. Tendrán la opción de obtener servicios extra que ofrezcan mayor visibilidad, como el fomento de sus proyectos en ferias comunitarias o en las redes sociales de la fundación.

4.1.1.2. Cobertura

La propuesta tiene como objetivo el cantón General Villamil Playas, y en particular sus sectores y barrios de escasos recursos. En estas áreas, existe una cantidad considerable de mujeres de bajos recursos. Algunos de los sectores son San Miguel, Los Pósitos, Sitio Nuevo y San Juan. Estos sectores presentan graves restricciones para acceder a la educación que necesitan, al trabajo digno y a los recursos financieros. Esto demuestra que es necesario programas de que les ayude que sean fáciles y accesibles teniendo en cuenta las condiciones de los pueblitos. Además, estos sectores se caracterizan porque tiene comunicación comunitaria que facilita la difusión de las actividades de la fundación y así promover la participación de las mujeres interesadas en aprender y expandir sus negocios.



Nota: Ubicación de

Cobertura, adaptado de Osmand 2025

4.2. Posicionamiento

Para mujeres de bajos recursos que buscan oportunidades para mejorar sus ingresos y desarrollar sus habilidades emprendedoras, la Fundación *creciendo juntas* proporciona capacitaciones accesibles, prácticas y orientadas al emprendimiento porque cuenta con programas formativos diseñados por especialistas, acompañamiento personalizado y alianzas que garantizan la calidad y aplicabilidad de los contenidos en la vida real.

4.3. Estrategias de Marketing Mix

4.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

La estrategia de servicio de la fundación consiste en proporcionar acceso a capacitaciones orientadas a mujeres de bajos recursos, con el fin de que tengan la oportunidad de adquirir habilidades productivas y potenciar su capacidad para emprender. El producto real, en cambio, se centra en ofrecer programas de formación estructurados, materiales para la educación, talleres presenciales o en línea y certificados; además de proporcionar asistencia directa entre la facilitadora y las participantes. Por otro lado, el producto mejorado se basa en proporcionar beneficios adicionales como asesoramiento para establecer conexiones con oportunidades de financiación o microcréditos, acceso a redes de apoyo, ferias de emprendedores y tutorías individualizadas (Albrecht et al., 2023).

Figura 30
Producto o Servicios



4.3.1.1. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

La fundación tiene la obligación de ajustarse a las regulaciones ecuatorianas en lo que respecta a transparencia e información institucional, asegurando que todos sus documentos, materiales y procesos de capacitación sean claros, verídicos y fáciles de acceder. Asimismo, de acuerdo con la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales del Ecuador, tiene el deber de salvaguardar los datos personales de las usuarias garantizando la confidencialidad, el consentimiento informado y la comunicación clara sobre los contenidos, horarios y condiciones del servicio (INEN, 2025).

4.3.1.2. Amplitud y Profundidad de Línea

La fundación contará con seis grupos principales de servicios, diseñados según las necesidades, intereses y niveles de formación de las mujeres beneficiarias:

1. Capacitaciones en Emprendimiento.

- Cómo iniciar un negocio desde cero
- Modelo de negocio y propuesta de valor
- Atención al cliente

3. Educación Financiera

- Ahorro y planificación personal
- Administración de ingresos del emprendimiento
- Cómo acceder a microcréditos

4. Acompañamiento y Mentoría

- Mentorías personalizadas según el tipo de negocio
- Asesoría para ventas y marketing

5. Apoyo Psicosocial y Motivacional

- Talleres de autoestima y empoderamiento
- Desarrollo de liderazgo femenino
- Apoyo psicológico derivado según necesidad

6. Redes y Oportunidades de Crecimiento

- Ferias y espacios de comercialización
- Networking entre emprendedoras
- Participación en concursos y convocatorias

4.3.1.3. Marcas y Submarcas

El nombre CRECIENDO JUNTAS es parte de la fundación diseñado para mujeres de bajos recursos que no saben bases para mantener o crear un emprendimiento.

Figura 31

Logo de la fundación



Creciendo: Demuestra el avance personal y profesional que la fundación impulsará en cada mujer.

Juntas: Señala el significado de trabajar con equipo, brindar apoyo mutuo y crear oportunidades conjuntas.

Simbología del logo: Las fotos femeninas reunidas reflejan diversidad, fuerza y el acompañamiento que resalta la fundación.

4.3.2. Estrategia de Precios

La fundación aplicará una estrategia de precios bajos, diseñada para que las mujeres con pocos recursos puedan acceder a los servicios de capacitación y acompañamiento, esta estructura de precios facilita que las beneficiarias escojan con flexibilidad de acuerdo con lo que necesitan y pueden pagar, lo cual fomenta su participación, aprendizaje y compromiso en el proceso de formación sin que el precio sea un impedimento.

Para facilitar el primer acercamiento, los talleres introductorios y las charlas informativas, que son servicios básicos, costarán tres dólares.

Las capacitaciones más detalladas, que incluyen contenidos prácticos y formación productiva, tendrán un costo de cinco dólares.

Los servicios con asesoría constante o acompañamiento individualizado tendrán un costo de siete dólares, lo que refleja el tiempo y el apoyo adicional proporcionados.

4.3.2.1. Precios de la Competencia

En el cantón General Villamil (Playas) existen entidades y plataformas que brindan capacitación en emprendimiento, lo cual supone una competencia directa para la fundación. Sin embargo, estas opciones no están enfocadas particularmente en mujeres con escasos recursos económicos y tampoco tienen en cuenta las barreras de acceso a la tecnología o la atención personalizada, lo que hace que este proyecto sea diferente.

Tabla 6

Precio de Competencia

Entidad / Competidor	Tipo de Competidor	Descripción	Línea de Precio
GAD Municipal de Playas	Directo	Talleres gratuitos de emprendimiento, ferias productivas y apoyo a negocios locales.	Gratuito
Programa “Aprende, Trabaja y Emprende” – PNUD	Indirecto	Capacitaciones en modelo de negocio, finanzas, marketing y herramientas digitales.	Gratuito
Coursera	Indirecto	Plataforma de cursos en línea sobre emprendimiento, negocios y habilidades digitales, sin acompañamiento personalizado ni enfoque local.	Desde gratuito hasta planes pagados

4.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

La fundación se dirige a tres segmentos principales Mariposas, Abejitas y Orquídeas, conformados por mujeres que buscan capacitación presencial y virtual, pertenecientes principalmente a los estratos socioeconómicos C, D y E del cantón General Villamil Playas.

4.3.2.3. Políticas de Precio

La fundación implementará un plan de precios accesible, respaldada por becas proporcionadas por empresas asociadas como Agua Latina, lo cual facilitará la disminución del coste de las capacitaciones. Asimismo, se brindarán incentivos y descuentos con el fin de promover la participación y continuidad de las mujeres que sean beneficiarias.

4.3.3. Estrategia de Plaza

4.3.3.1. Localización de Puntos de Venta

En el sector San Miguel se tendrá el punto físico, donde los comuneros proporcionaron una escuela comunitaria para llevar a cabo las capacitaciones presenciales. Este espacio va a facilitar la formación directa a las mujeres en un ambiente accesible y cerca de la comunidad.

Además, se ofrecerán capacitaciones virtuales a través de plataformas digitales, como zoom y Moodle y llegaremos a mujeres con problemas de movilidad o tiempo.

4.3.3.1.1. Distribución del Espacio

Figura 32

Referencia de distribución de espacio



La fundación contará con un espacio físico ubicado en el sector **San Miguel**, facilitado por la comuna, donde se desarrollarán las capacitaciones y se gestionarán actividades administrativas básicas. La difusión e inscripción de las beneficiarias se realizará en el lugar.

El espacio estará conformado por:

- Aulas de capacitación
- Espacio de almacenamiento
- Baños

4.3.3.1.2. Merchandising

La fundación Creciendo Juntas llevará a cabo acciones de merchandising, incluyendo la utilización de elementos físicos y digitales para el reconocimiento institucional, como stickers, camisetas y vasos. Estos se usarán en eventos comunitarios y actividades educativas.

Figura 33

Modelo de camisa promocional



Figura 34

Vaso promocional



Figura 35

Stickers promocionales



4.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

4.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes,

Depósitos y Almacenes.

La fundación Creciendo Juntas ofrecerá su capacitación directamente a las beneficiarias, sin intermediarios. La publicidad y el registro se llevarán a cabo por medio de medios promocionales y comunitarios, incluyendo Radio costa, periódico El Mañanerito, cartillas informativas, además de merchandising institucional (camisetas, vasos y pegatinas) que ayudarán a aumentar la presencia y la visibilidad de la fundación en la comunidad.

4.3.4. Estrategias de Promoción

4.3.4.1. Mix Promocional

La fundación Creciendo Juntas dará a conocer sus programas a través de un mensaje institucional dirigido hacia el empoderamiento de la mujer. Se hará uso de medios comunitarios y tradicionales.

- Publicidad local: anuncios en Radio costa comunitaria, durante tres meses, para convocar a nuevas beneficiarias.

- Medios escritos: difusión en periódico local El mañanerito y entrega de cartillas informativas, durante seis meses.

Además, se utilizarán medios digitales:

- Redes sociales: utilización de Instagram, Facebook y WhatsApp para publicitar inscripciones y capacitaciones, a lo largo de seis meses.

Relaciones públicas

La fundación reforzará su imagen y la relación con la comunidad a través de:

- Eventos de la comunidad: participación en dos actividades y ferias locales.
- Alianzas institucionales: trabajar en conjunto con empresas e instituciones aliadas que respalden la formación y concedan becas a las beneficiarias.

4.3.4.2. Cronograma y presupuesto promocional

Tabla 7

Cronograma promocional

Actividades	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Difusión en radio costa	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Periódico El mañanerito			X	X	X							
Distribución de cartillas informativas		X	X	X	X							
Promoción en redes sociales (Facebook y WhatsApp)	X	X	X	X	X	X						
Elaboración y entrega de material promocional (camisetas, vasos, stickers)				X	X							
Eventos fiesta de playas y navidad					X			X				

Tabla 9

Cronograma de presupuesto

Actividades	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Difusión en radio costa	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$20	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$180
Periódico El mañanerito			\$40	\$40	\$40	\$40							\$80
Cartillas informativas			\$50		\$50			\$50					\$150
Redes sociales	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30							\$180
Material promocional (camisetas, vasos, stickers)				\$100				\$100					\$200
Eventos fiesta de playas y navidad					\$150				\$150				\$300
TOTAL	\$45	\$45	\$115	\$165	\$265	\$65	\$15	\$165	\$165	\$15	\$15	\$15	\$1.090

CAPÍTULO 5

PLAN OPERATIVO

CAPÍTULO 5

5. PLAN OPERATIVO

5.1. Producción

Esta investigación no trata de productos sino más bien de servicios los cuales ofrece capacitación, acompañamiento y fortalecimiento de capacidades emprendedoras para mujeres de bajos recursos. La fundación tiene como objetivo brindar capacitaciones de alta calidad, que sean prácticos y estables, que satisfagan las necesidades y circunstancias de las mujeres favorecidas.

5.1.1. Proceso Productivo

La fundación tiene como objetivo ayudar a que las mujeres de bajos recursos a que tengan acceso a programas de capacitación en emprendimiento, para así reforzar sus capacidades productivas y fomentar su independencia económica.

Diseño de las clases acordes a las necesidades de las mujeres.

Elección de aliados estratégicos.

Planificación y organización de las capacitaciones.

Ejecución de los talleres formativos.

Acompañamiento y asesoría a los emprendimientos.

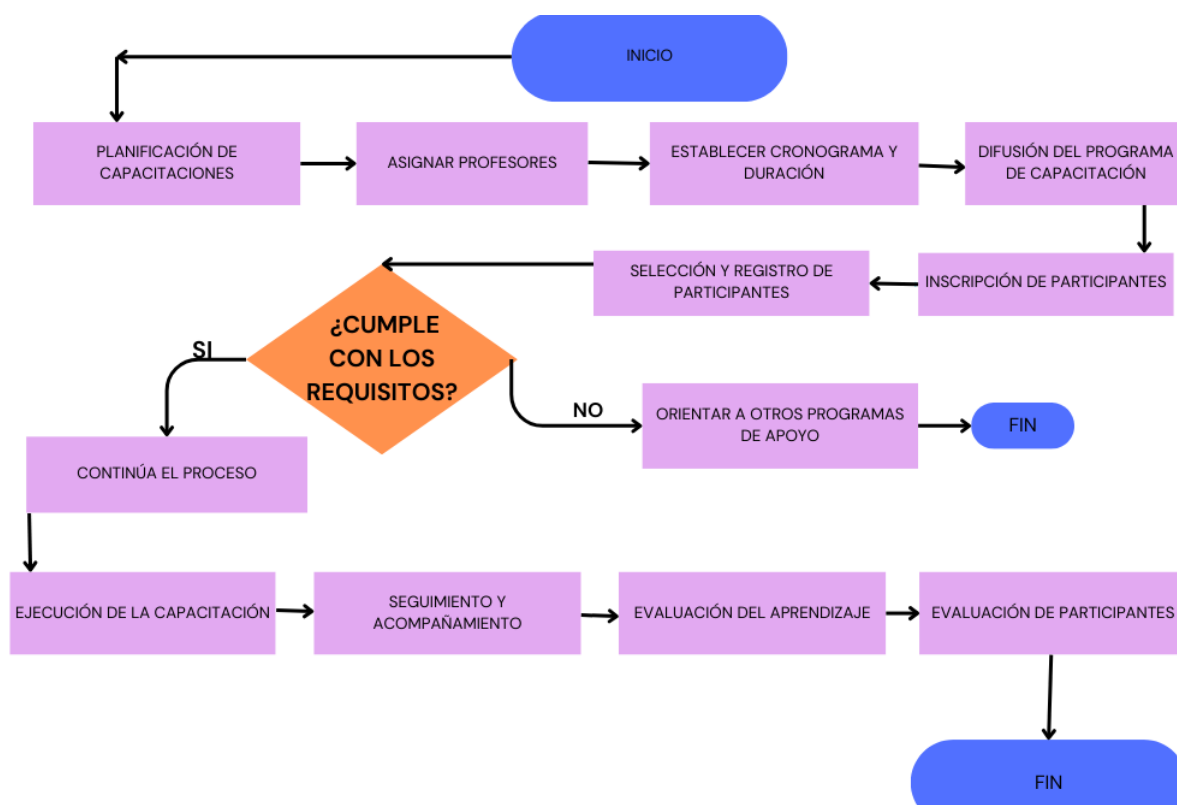
Control y evaluación de la calidad del proceso.

Este proceso facilita que la fundación funcione de forma ordenada y eficaz, asegurando una formación constante para las mujeres, lo cual ayuda a mejorar su calidad de vida y a fortalecer sus proyectos emprendedores.

5.1.2. Flujogramas de procesos

Figura 36

Flujograma



5.1.3. Ubicación e Infraestructura

La fundación estará ubicada en el sector San Miguel, un área estratégica debido a su fácil acceso y proximidad a comunidades donde hay muchas mujeres con recursos limitados. Esto favorece que las beneficiarias se involucren activamente en los programas de capacitación.

Las instalaciones estarán diseñadas para ofrecer un entorno de aprendizaje funcional, cómodo y con conexión a internet estable, permitiendo el correcto desarrollo de las clases virtuales.

Aulas de capacitación:

Una pizarra

Un proyector

Ventiladores para garantizar una adecuada ventilación

Doce sillas para las participantes en cada aula

Aula de cocina:

Un aula equipada específicamente para capacitaciones prácticas cocina y repostería estos equipos los van a donar, Capacitar y Prismas playas.

Servicios higiénicos:

Un baño en condiciones adecuadas de higiene y accesibilidad para las usuarias.

5.1.4. Mano de Obra

Emprendedores y docentes con experiencia práctica en las áreas de costura, cocina, repostería, manualidades, belleza, venta de comida rápida y artesanías integrarán la mano de obra de la fundación.

El desarrollo y las clases de los talleres estarán a cargo de los capacitadores y profesores quienes proporcionarán conocimientos prácticos que les permita a las mujeres beneficiarias a crear ingresos y robustecer sus empresas. Para asegurar que se cumplan los objetivos sociales y formativos de la fundación, su participación será fundamental.

5.1.5. Capacidad Instalada

En la modalidad online, la fundación puede atender hasta 48 mujeres por cada ciclo mensual de capacitación, organizadas en grupos virtuales de aproximadamente 12 participantes. Gracias a la flexibilidad de las capacitaciones en línea, es posible ampliar la cobertura y atender entre 96 y 144 mujeres al mes, combinando clases virtuales, actividades prácticas y acompañamiento digital.

5.1.6. Presupuesto

El presupuesto del proyecto se ha creado teniendo en cuenta que la fundación es una organización sin fines de lucro. Por ello, la mayor parte de los recursos requeridos se conseguirán a través de donaciones, acuerdos, alianzas estratégicas y apoyo institucional, además de la colaboración voluntaria de empresarios y expertos.

La mano de obra, que se refiere a la asistencia de facilitadores e instructores encargados de ofrecer las capacitaciones, es el rubro presupuestario que recibe la mayor parte de los fondos. Estos podrán participar mediante convenios de cooperación, honorarios simbólicos o voluntariado.

Tabla 8*Presupuesto Referencial de Mano de Obra*

Cargo / Área de Capacitación	Cantidad / Valor	Pago estimado por horas (referencia mensual)	Total
Profesor de Cocina	1 / \$8	\$160	\$160
Profesor de Repostería	1 / \$8	\$160	\$160
Profesor de Manualidades	1 / \$8	\$160	\$160
Profesor de Costura	1 / \$8	\$160	\$160
Profesor de Belleza	1 / \$8	\$160	\$160
Profesor de Artesanías	1 / \$8	\$160	\$160
Total, mensual			\$960

Cada profesor recibe un pago de 8 dólares por hora, trabajando cinco horas semanales, que equivale a 20 horas mensuales y un ingreso aproximado de 160 dólares al mes por profesor.

5.2. Estructura Organizacional

La fundación contará con una estructura Nataly Quimi Dirección General. Dirección estratégica, toma de decisiones y representación de la fundación.

Leonardo Maldonado Coordinación Académica. Planificación de capacitaciones, supervisión de contenidos y docentes.

Carlos Muñoz Coordinación Administrativa. Gestión operativa, recursos, inscripciones y logística.

Los profesores de la Fundación ***Creciendo Juntas*** no tienen contrato fijo. Su participación es por pago por clase y, en algunos casos, de forma voluntaria, según la disponibilidad de recursos de la fundación.

5.2.1. Cargos y Perfiles del Equipo Gerencial

Tabla 9

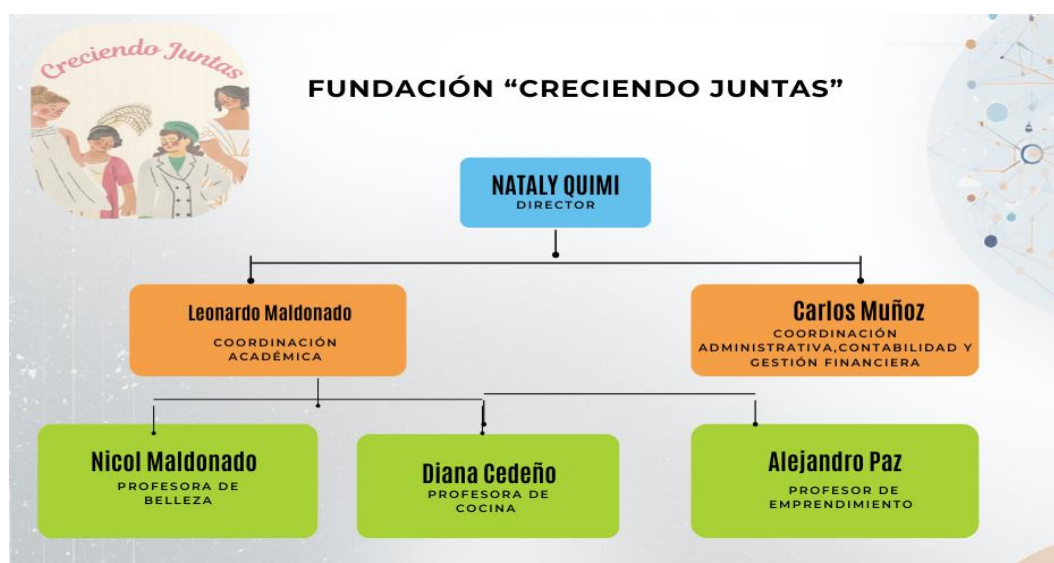
Detalle de Cargos y Perfiles

Cargo	Nombre	Perfil	Funciones principales
Directora General	Nataly Quimi	Formación en administración, emprendimiento o gestión social. Liderazgo y visión social.	Dirección estratégica, toma de decisiones, representación de la fundación y supervisión general de los programas de capacitación.
Coordinador Académico	Leonardo Maldonado	Formación en administración, educación o gestión de proyectos.	Planificación de capacitaciones, supervisión de contenidos, coordinación y seguimiento del equipo docente.
Coordinador Administrativo y Financiero	Carlos Muñoz	Conocimientos en administración, contabilidad y gestión financiera.	Gestión operativa, manejo de recursos, inscripciones de participantes y apoyo logístico.
Profesor / Facilitador	Nicol Maldonado	Formación o experiencia en el área de Belleza.	Dictar capacitaciones según su especialidad. Participación por horas o de forma voluntaria.
Profesor / Facilitador	Diana Cedeño	Formación o experiencia en Cocina y Repostería.	Dictar capacitaciones prácticas. Participación por horas o de forma voluntaria.
Profesor / Facilitador	Alejandro Paz	Formación o experiencia en Emprendimiento.	Impartir capacitaciones y brindar orientación básica a las participantes. Participación por horas o de forma voluntaria.

5.2.2. Organigrama

Figura 37

Organigrama de la Fundación Creciendo Juntas



CAPÍTULO 6

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO-TRIBUTARIO

CAPÍTULO 6

6. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

6.1. Inversión Inicial

La inversión inicial incluye la inversión corriente, la fija y la diferida. La misma suma que se eleva a \$14.199,97 Esta inversión resulta crucial para que la fundacion empiece a funcionar.

Tabla 10

Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL		
Descripción	Valor	%
Capital de Trabajo	\$ 3.522,97	24,81%
TOTAL INVERSIÓN CORRIENTE	\$ 3.522,97	24,81%
Muebles y Enseres	\$ 4.977,00	35,05%
Equipos de Oficina	\$ 1.040,00	7,32%
Equipos de Computación	\$ 2.335,00	16,44%
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 8.352,00	58,82%
	\$ -	0,00%
Gastos de constitución e instalación	\$ 1.800,00	12,68%
Publicidad y Comunicación	\$ 525,00	3,70%
	\$ -	0,00%
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 2.325,00	16,37%
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 14.199,97	100,00%

6.1.1. Tipo de Inversión

6.1.1.1. Fija

La inversión fija se refiere a los recursos destinados a obtener los bienes físicos necesarios para llevar a cabo el proyecto. La categoría incluye el mobiliario, los equipos de computación y oficina, además de las instalaciones, vehículos y equipos requeridos para la operatividad.

Tabla 11*Inversión fija*

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Costo	Cantidad	Total
Proyectores	\$ 683,00	4	\$ 2.732,00
Mesas o pupitres	\$ 40,00	48	\$ 1.920,00
Sillas para oficina	\$ 15,00	3	\$ 45,00
Aire acondicionado Voltaje: 220V - 120V	\$ 250,00	1	\$ 250,00
Archivadores	\$ 30,00	1	\$ 30,00
TOTAL			\$ 4.977,00

EQUIPOS DE OFICINA			
Descripción	Costo	Cantidad	Total
Teléfonos	\$ 200,00	2	\$ 400,00
Pizarra acrílica	\$ 40,00	4	\$ 160,00
ventiladores	\$ 80,00	4	\$ 320,00
Dispensador de agua	\$ 80,00	2	\$ 160,00
TOTAL			\$ 1.040,00

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Descripción	Costo	Cantidad	Total
Computadoras	\$ 350,00	5	\$ 1.750,00
Impresora wi fi	\$ 250,00	1	\$ 250,00
Cámara web	\$ 40,00	4	\$ 160,00
Micrófonos	\$ 35,00	4	\$ 140,00
Router / módem de internet	\$ 35,00	1	\$ 35,00
TOTAL			\$ 2.335,00

6.1.1.2. Diferida

Está compuesta por los gastos de constitución que deben ser fundamentales para comenzar, el negocio, que sube a \$2.325,00 lo cual equivale al 163% de la inversión inicial.

Tabla 12*Inversión diferida*

	\$ -	0,00%
Gastos de constitución e instalación	\$ 1.800,00	12,68%
Publicidad y Comunicación	\$ 525,00	3,70%
	\$ -	0,00%
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 2.325,00	16,37%

6.1.1.3. Corriente

La inversión corriente es de \$ 3.522,97 y sirve para la tener recursos de inmediato para cubrir las necesidades de la fundación.

Tabla 13

Inversión corriente

Capital de Trabajo	\$	3.522,97	24,81%
TOTAL INVERSIÓN CORRIENTE	\$	3.522,97	24,81%

6.1.2. Financiamiento de la Inversión

6.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

La tabla de fuentes de financiamiento nos muestra cómo se distribuyen los recursos adquiridos para iniciar y se divide en dos fondos, el propio y un préstamo bancario

Los fondos propios constituyen el 40% del total de la inversión, que son los accionistas, y el 60% restante y el valor del préstamo es de \$8.519,98. Esto resulta en un total de \$67.898,25.

Tabla 14

Fuentes de financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
Descripción	Valor	%
Fondos Propios (Interna)	\$ 5.679,99	40%
Préstamo (Externa)	\$ 8.519,98	60%
TOTAL	\$ 14.199,97	100%

6.1.2.2. Tabla de Amortización

Tabla 15

Datos de financiamiento

DATOS PARA EL FINANCIAMIENTO			
Préstamo	8.519,98		
Tasa de Interés	11,64%	0,9700%	Mensual
Periodos	60		
Periodos de Gracia	0		
Pago	\$ 187,98		

Tabla 16

Tabla de amortización

PERIODOS	SALDO DE CAPITAL INICIAL	PAGO	CAPITAL	INTERESES	SALDO DE CAPITAL FINAL
0	\$ 8.519,98				\$ 8.519,98
1	\$ 8.519,98	\$ 187,98	\$ 105,33	\$ 82,64	\$ 8.414,65
2	\$ 8.414,65	\$ 187,98	\$ 106,35	\$ 81,62	\$ 8.308,30
3	\$ 8.308,30	\$ 187,98	\$ 107,39	\$ 80,59	\$ 8.200,91
4	\$ 8.200,91	\$ 187,98	\$ 108,43	\$ 79,55	\$ 8.092,48
5	\$ 8.092,48	\$ 187,98	\$ 109,48	\$ 78,50	\$ 7.983,00
6	\$ 7.983,00	\$ 187,98	\$ 110,54	\$ 77,44	\$ 7.872,46
7	\$ 7.872,46	\$ 187,98	\$ 111,61	\$ 76,36	\$ 7.760,85
8	\$ 7.760,85	\$ 187,98	\$ 112,70	\$ 75,28	\$ 7.648,15
9	\$ 7.648,15	\$ 187,98	\$ 113,79	\$ 74,19	\$ 7.534,37
10	\$ 7.534,37	\$ 187,98	\$ 114,89	\$ 73,08	\$ 7.419,47
11	\$ 7.419,47	\$ 187,98	\$ 116,01	\$ 71,97	\$ 7.303,47
12	\$ 7.303,47	\$ 187,98	\$ 117,13	\$ 70,84	\$ 7.186,33
13	\$ 7.186,33	\$ 187,98	\$ 118,27	\$ 69,71	\$ 7.068,06
14	\$ 7.068,06	\$ 187,98	\$ 119,42	\$ 68,56	\$ 6.948,65
15	\$ 6.948,65	\$ 187,98	\$ 120,57	\$ 67,40	\$ 6.828,07
16	\$ 6.828,07	\$ 187,98	\$ 121,74	\$ 66,23	\$ 6.706,33
17	\$ 6.706,33	\$ 187,98	\$ 122,92	\$ 65,05	\$ 6.583,41
18	\$ 6.583,41	\$ 187,98	\$ 124,12	\$ 63,86	\$ 6.459,29
19	\$ 6.459,29	\$ 187,98	\$ 125,32	\$ 62,66	\$ 6.333,97
20	\$ 6.333,97	\$ 187,98	\$ 126,54	\$ 61,44	\$ 6.207,43
21	\$ 6.207,43	\$ 187,98	\$ 127,76	\$ 60,21	\$ 6.079,67
22	\$ 6.079,67	\$ 187,98	\$ 129,00	\$ 58,97	\$ 5.950,67
23	\$ 5.950,67	\$ 187,98	\$ 130,25	\$ 57,72	\$ 5.820,41
24	\$ 5.820,41	\$ 187,98	\$ 131,52	\$ 56,46	\$ 5.688,89
25	\$ 5.688,89	\$ 187,98	\$ 132,79	\$ 55,18	\$ 5.556,10
26	\$ 5.556,10	\$ 187,98	\$ 134,08	\$ 53,89	\$ 5.422,02
27	\$ 5.422,02	\$ 187,98	\$ 135,38	\$ 52,59	\$ 5.286,63
28	\$ 5.286,63	\$ 187,98	\$ 136,70	\$ 51,28	\$ 5.149,94
29	\$ 5.149,94	\$ 187,98	\$ 138,02	\$ 49,95	\$ 5.011,92
30	\$ 5.011,92	\$ 187,98	\$ 139,36	\$ 48,62	\$ 4.872,56
31	\$ 4.872,56	\$ 187,98	\$ 140,71	\$ 47,26	\$ 4.731,85
32	\$ 4.731,85	\$ 187,98	\$ 142,08	\$ 45,90	\$ 4.589,77
33	\$ 4.589,77	\$ 187,98	\$ 143,46	\$ 44,52	\$ 4.446,31
34	\$ 4.446,31	\$ 187,98	\$ 144,85	\$ 43,13	\$ 4.301,47
35	\$ 4.301,47	\$ 187,98	\$ 146,25	\$ 41,72	\$ 4.155,21
36	\$ 4.155,21	\$ 187,98	\$ 147,67	\$ 40,31	\$ 4.007,54
37	\$ 4.007,54	\$ 187,98	\$ 149,10	\$ 38,87	\$ 3.858,44
38	\$ 3.858,44	\$ 187,98	\$ 150,55	\$ 37,43	\$ 3.707,89
39	\$ 3.707,89	\$ 187,98	\$ 152,01	\$ 35,97	\$ 3.555,88
40	\$ 3.555,88	\$ 187,98	\$ 153,48	\$ 34,49	\$ 3.402,40
41	\$ 3.402,40	\$ 187,98	\$ 154,97	\$ 33,00	\$ 3.247,43
42	\$ 3.247,43	\$ 187,98	\$ 156,48	\$ 31,50	\$ 3.090,95
43	\$ 3.090,95	\$ 187,98	\$ 157,99	\$ 29,98	\$ 2.932,96
44	\$ 2.932,96	\$ 187,98	\$ 159,53	\$ 28,45	\$ 2.773,43
45	\$ 2.773,43	\$ 187,98	\$ 161,07	\$ 26,90	\$ 2.612,36
46	\$ 2.612,36	\$ 187,98	\$ 162,64	\$ 25,34	\$ 2.449,72
47	\$ 2.449,72	\$ 187,98	\$ 164,21	\$ 23,76	\$ 2.285,51
48	\$ 2.285,51	\$ 187,98	\$ 165,81	\$ 22,17	\$ 2.119,70
49	\$ 2.119,70	\$ 187,98	\$ 167,41	\$ 20,56	\$ 1.952,29
50	\$ 1.952,29	\$ 187,98	\$ 169,04	\$ 18,94	\$ 1.783,25
51	\$ 1.783,25	\$ 187,98	\$ 170,68	\$ 17,30	\$ 1.612,57
52	\$ 1.612,57	\$ 187,98	\$ 172,33	\$ 15,64	\$ 1.440,23
53	\$ 1.440,23	\$ 187,98	\$ 174,01	\$ 13,97	\$ 1.266,23
54	\$ 1.266,23	\$ 187,98	\$ 175,69	\$ 12,28	\$ 1.090,53
55	\$ 1.090,53	\$ 187,98	\$ 177,40	\$ 10,58	\$ 913,14
56	\$ 913,14	\$ 187,98	\$ 179,12	\$ 8,86	\$ 734,02
57	\$ 734,02	\$ 187,98	\$ 180,86	\$ 7,12	\$ 553,16
58	\$ 553,16	\$ 187,98	\$ 182,61	\$ 5,37	\$ 370,55
59	\$ 370,55	\$ 187,98	\$ 184,38	\$ 3,59	\$ 186,17
60	\$ 186,17	\$ 187,98	\$ 186,17	\$ 1,81	\$ -

6.1.3. Cronograma de Inversiones

Se considera el cronograma de inversiones de la fundación “*creciendo juntas*” es de cinco años hasta finalizar el valor total del préstamo.

6.2. Análisis de Costos

6.2.1. Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos que durante el lapso no experimentan cambios en sus valores. Por lo tanto, la fundación incluye en esta categoría los siguientes gastos:

Tabla 17

Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1	
	MENSUAL	ANUAL
Servicios básicos	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Capacitaciones a profesores	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Alquiler de oficina	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Suministros de oficina	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Limpieza	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Evaluación y mejora de programas	\$ 40,00	\$ 480,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 940,00	\$ 11.280,00

Tabla 18

Gastos de publicidad

GASTOS DE PUBLICIDAD	MENSUAL	ANUAL (AÑO 1)
Publicidad en radio local	\$ 40,00	\$ 480,00
Publicidad en periódico local	\$ 40,00	\$ 480,00
Diseño e impresión de carteles y afiches	\$ 80,00	\$ 960,00
Cartillas informativas	\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 210,00	\$ 2.520,00

6.2.2. Costos Variables

Los costos variables corresponden a los valores que cambian según su servicio.

Tabla 19

Gastos variables

COSTOS DE VENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Honorarios de facilitadores 20%	\$ 6.912,00	\$ 8.916,48	\$ 10.905,06	\$ 13.305,58	\$ 16.232,88
Materiales e insumos educativos	\$ 1.624,62	\$ 2.115,18	\$ 2.581,13	\$ 3.306,37	\$ 3.841,62
Comisiones por medios de pago	\$ 1.099,01	\$ 1.417,72	\$ 1.733,90	\$ 2.115,59	\$ 2.581,03
	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL COSTOS DE VENTAS	\$ 9.635,63	\$ 12.449,38	\$ 15.220,10	\$ 18.727,54	\$ 22.655,53

6.3. Capital de Trabajo

6.3.1. Gastos de Operación

Para gastos operacionales se consideran los siguientes: Sueldos y salarios, gastos administrativos, gastos de publicidad, depreciación y amortización.

Tabla 20

Gastos de operación

Sueldos y salarios	\$	30.614,60	\$	33.283,34	\$	34.281,84	\$	35.834,80	\$	39.788,62
Otros gastos administrativos	\$	11.280,00	\$	12.182,40	\$	13.156,99	\$	14.209,55	\$	15.346,32
Gastos de publicidad	\$	2.520,00	\$	2.721,60	\$	2.939,33	\$	3.174,47	\$	3.428,43
Depreciación	\$	1.379,96	\$	1.379,96	\$	1.379,96	\$	601,70	\$	601,70
Amortización	\$	465,00	\$	465,00	\$	465,00	\$	465,00	\$	465,00
Total Gastos Operativos	\$	46.259,56	\$	50.032,29	\$	52.223,11	\$	54.285,53	\$	59.630,07

6.3.2. Gastos Administrativos

Se considera gastos administrativos los cuales son costo necesario para el funcionamiento de la empresa, por ejemplo, servicios básicos, donaciones, capacitaciones, etc.

Tabla 21

Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1	
	MENSUAL	ANUAL
Servicios básicos	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Capitaciones a profesores	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Alquiler de oficina	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Suministros de oficina	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Limpieza	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Evaluación y mejora de programas	\$ 40,00	\$ 480,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 940,00	\$ 11.280,00

6.3.3. Gastos de Ventas

Se comprende como aquellos que costos utilizados para promover y vender sus servicios, para la fundación *Creciendo Juntas* se establece los siguientes gastos de ventas.

Tabla 22*Gasto de ventas*

Publicidad en radio local	\$	40,00	\$	480,00
Publicidad en periódico local	\$	40,00	\$	480,00
Diseño e impresión de carteles y afiches	\$	80,00	\$	960,00
Cartillas informativas	\$	50,00	\$	600,00
TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD	\$	210,00	\$	2.520,00

6.3.4. Gastos Financieros

Los gastos financieros se obtienen a partir de la financiación externa, se refiere al interés cobrado por el banco al otorgar el préstamo se calcula el primer año de \$ 922,06 con un capital de \$ 1.333,65.

Tabla 23*Gastos financieros*

AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	
INTERES	CAPITAL	INTERES	CAPITAL	INTERES	CAPITAL
\$ 922,06	\$ 1.333,65	\$ 758,27	\$ 1.497,44	\$ 574,36	\$ 1.681,35

AÑO 4		AÑO 5	
INTERES	CAPITAL	INTERES	CAPITAL
\$ 367,87	\$ 1.887,84	\$ 136,01	\$ 2.119,70

6.4. Análisis de Variables Críticas**6.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.**

Se entiende como el porcentaje que se suma al precio del servicio para establecer su precio de venta y producir beneficios, en este caso se logra una ganancia del 72,12% en el primer año.

Tabla 24*Mark up por canal*

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 34.560,00	\$ 42.854,40	\$ 52.296,19	\$ 63.801,63	\$ 77.838,00
Costo de ventas	\$ 9.635,63	\$ 12.449,38	\$ 15.220,10	\$ 18.727,54	\$ 22.655,53
Costos fijos	\$ 47.181,62	\$ 50.790,56	\$ 52.797,48	\$ 54.653,40	\$ 59.766,08
Mark up	\$ 24.924,37	\$ 30.405,02	\$ 37.076,09	\$ 45.074,09	\$ 55.182,47
Mark up en unidades	\$ 34,62	\$ 34,61	\$ 34,60	\$ 34,48	\$ 34,60
Margen de utilidad	72,12%	70,95%	70,90%	70,65%	70,89%
Punto de equilibrio	\$ 169.225,79	\$ 174.835,95	\$ 181.411,89	\$ 186.195,09	\$ 205.339,41
Punto de equilibrio en unidades	1363	1467	1526	1585	1728
Costos fijos vivos	\$ 45.336,66	\$ 48.945,61	\$ 50.952,52	\$ 53.586,70	\$ 58.699,38
Punto de cierre en unidades	1310	1414	1473	1554	1697

6.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

Se prevé la proyección de costos de \$9.635.63 y de ventas con un valor de \$34.560,00 en el primer año.

Tabla 25*Proyección de ingresos y costos de venta*

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 34.560,00	\$ 42.854,40	\$ 52.296,19	\$ 63.801,63	\$ 77.838,00
Costo de ventas	\$ 9.635,63	\$ 12.449,38	\$ 15.220,10	\$ 18.727,54	\$ 22.655,53

6.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio financiero de la fundación ondea entre \$169.225,79 y \$186.195,09

Tabla 26*Análisis de punto de equilibrio*

Punto de equilibrio	\$ 169.225,79	\$ 174.835,95	\$ 181.411,89	\$ 186.195,09	\$ 205.339,41
Punto de equilibrio en unidades	1363	1467	1526	1585	1728
Costos fijos vivos	\$ 45.336,66	\$ 48.945,61	\$ 50.952,52	\$ 53.586,70	\$ 58.699,38

6.5. Estados Financieros proyectados

6.5.1. Balance General

Para el balance inicial de la fundación *Creciendo Juntas* se muestran activos de \$14.199,97 y un pasivo de \$8.519,98 y un patrimonio de \$5.679,99

Tabla 27

Balance inicial

ACTIVOS	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes						
Caja/Bancos	\$ 3.522,97	\$ (4.799,72)	\$ (6.630,89)	\$ (208,32)	\$ 14.609,36	\$ 44.375,92
Total Activos Corrientes	\$ 3.522,97	\$ (4.799,72)	\$ (6.630,89)	\$ (208,32)	\$ 14.609,36	\$ 44.375,92
Activos Fijos						
Muebles y Enseres	\$ 4.977,00	\$ 4.977,00	\$ 4.977,00	\$ 4.977,00	\$ 4.977,00	\$ 4.977,00
Equipos de Oficina	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00
#¡REF!	\$ 2.335,00	\$ 2.335,00	\$ 2.335,00	\$ 2.335,00	\$ 2.335,00	\$ 2.335,00
(-) Depreciacion Acumulada	\$ -	\$ (1.379,96)	\$ (2.759,91)	\$ (4.139,87)	\$ (4.741,57)	\$ (5.343,27)
Total Activos Fijos	\$ 8.352,00	\$ 6.972,04	\$ 5.592,09	\$ 4.212,13	\$ 3.610,43	\$ 3.008,73
Activos Diferidos						
Gastos Preoperacionales	\$ 2.325,00	\$ 2.325,00	\$ 2.325,00	\$ 2.325,00	\$ 2.325,00	\$ 2.325,00
(-) Amortizacion Acumulada	\$ -	\$ (465,00)	\$ (930,00)	\$ (1.395,00)	\$ (1.860,00)	\$ (2.325,00)
Total Activos Diferidos	\$ 2.325,00	\$ 1.860,00	\$ 1.395,00	\$ 930,00	\$ 465,00	\$ -
Total Activos	\$ 14.199,97	\$ 4.032,33	\$ 356,20	\$ 4.933,81	\$ 18.684,79	\$ 47.384,65
PASIVOS Y PATRIMONIO						
Pasivos						
Prestamo Bancario	\$ 8.519,98	\$ 7.186,33	\$ 5.688,89	\$ 4.007,54	\$ 2.119,70	\$ -
Total de Pasivos	\$ 8.519,98	\$ 7.186,33	\$ 5.688,89	\$ 4.007,54	\$ 2.119,70	\$ -
Patrimonio						
Capital Social	\$ 5.679,99	\$ 5.679,99	\$ 5.679,99	\$ 5.679,99	\$ 5.679,99	\$ 5.679,99
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ (8.833,99)	\$ (2.178,68)	\$ 6.258,96	\$ 15.638,82	\$ 24.287,86
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ (8.833,99)	\$ (11.012,68)	\$ (4.753,72)	\$ 10.885,10
(+) Recuperación de Activos					\$	\$ 6.531,70
Total Patrimonio	\$ 5.679,99	\$ (3.154,01)	\$ (5.332,69)	\$ 926,27	\$ 16.565,09	\$ 47.384,65
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 14.199,97	\$ 4.032,33	\$ 356,20	\$ 4.933,81	\$ 18.684,79	\$ 47.384,65

6.5.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

En el estado de pérdidas y ganancias se muestra una utilidad de \$ 8.833,99 en el primer año a \$24.287,86 en el quinto año, manteniendo rentabilidad.

Tabla 28

Estado de pérdidas y ganancias

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades vendidas	720	878	1072	1307	1595
Ingresos por ventas	\$ 34.560,00	\$ 42.854,40	\$ 52.296,19	\$ 63.801,63	\$ 77.838,00
Aporte simbólico, Donaciones de empresa	\$ 8.400,00	\$ 16.968,00	\$ 25.539,36	\$ 34.110,79	\$ 42.682,22
Total Ingresos	\$ 42.960,00	\$ 59.822,40	\$ 77.835,55	\$ 97.912,42	\$ 120.520,21
Costo de venta	\$ 9.635,63	\$ 12.449,38	\$ 15.220,10	\$ 18.727,54	\$ 22.655,53
Total Costos Variables	\$ 9.635,63	\$ 12.449,38	\$ 15.220,10	\$ 18.727,54	\$ 22.655,53
Contribución Marginal	\$ 33.324,37	\$ 47.373,02	\$ 62.615,45	\$ 79.184,88	\$ 97.864,69
Sueldos y salarios	\$ 30.614,60	\$ 33.283,34	\$ 34.281,84	\$ 35.834,80	\$ 39.788,62
Otros gastos administrativos	\$ 11.280,00	\$ 12.182,40	\$ 13.156,99	\$ 14.209,55	\$ 15.346,32
Gastos de publicidad	\$ 2.520,00	\$ 2.721,60	\$ 2.939,33	\$ 3.174,47	\$ 3.428,43
Depreciación	\$ 1.379,96	\$ 1.379,96	\$ 1.379,96	\$ 601,70	\$ 601,70
Amortización	\$ 465,00	\$ 465,00	\$ 465,00	\$ 465,00	\$ 465,00
Total Gastos Operativos	\$ 46.259,56	\$ 50.032,29	\$ 52.223,11	\$ 54.285,53	\$ 59.630,07
Utilidad Operativa	\$ (12.935,18)	\$ (2.659,27)	\$ 10.392,34	\$ 24.899,35	\$ 38.234,61
Gastos Financieros	\$ 922,06	\$ 758,27	\$ 574,36	\$ 367,87	\$ 136,01
Utilidad	\$ (13.857,25)	\$ (3.417,54)	\$ 9.817,98	\$ 24.531,48	\$ 38.098,60
Pago de utilidades a empleados	\$ (2.078,59)	\$ (512,63)	\$ 1.472,70	\$ 3.679,72	\$ 5.714,79
Utilidad antes de impuestos	\$ (11.778,66)	\$ (2.904,91)	\$ 8.345,28	\$ 20.851,76	\$ 32.383,81
Impuesto a la Renta	\$ (2.944,66)	\$ (726,23)	\$ 2.086,32	\$ 5.212,94	\$ 8.095,95
Utilidad / Pérdida Neta	\$ (8.833,99)	\$ (2.178,68)	\$ 6.258,96	\$ 15.638,82	\$ 24.287,86

6.5.2.1. Flujo de Caja Proyectado

Se anticipa un aumento constante, llegando a \$29.766,56 en el quinto año de funcionamiento.

Tabla 29

Flujo de caja proyectado

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad / Pérdida Neta	\$ (8.833,99)	\$ (2.178,68)	\$ 6.258,96	\$ 15.638,82	\$ 24.287,86
(-) Pago de Capital	\$ 1.333,65	\$ 1.497,44	\$ 1.681,35	\$ 1.887,84	\$ 2.119,70
(+) Depreciación	\$ 1.379,96	\$ 1.379,96	\$ 1.379,96	\$ 601,70	\$ 601,70
(+) Amortización	\$ 465,00	\$ 465,00	\$ 465,00	\$ 465,00	\$ 465,00
(+) Recuperación de Activos					\$ 3.008,73
(+) Recuperación de Capital de Trabajo					\$ 3.522,97
Flujo Final	\$ (8.322,69)	\$ (1.831,17)	\$ 6.422,57	\$ 14.817,68	\$ 29.766,56

6.5.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

6.5.2.1.1.1. TMAR

Se calcula que TMAR es del 6,06 % como tasa anual de retorno.

Tabla 30

Indicador TMAR

	TMAR	Ponderación	
TMAR Inversionista	6,06%	40%	2,43%
TMAR Banco	11,64%	60%	6,98%
	TMAR Global		9,41%

6.5.2.1.1.2. VAN

El valor calculado de VAN es de \$15.594.84

6.5.2.1.1.3. TIR

El porcentaje de TIR es de 21%.

6.5.2.1.1.4. PAYBACK

Se espera recuperar la inversión realizada en el quinto año de funcionamiento.

Tabla 31

Tiempo de recuperación descontado

TIEMPO DE RECUPERACION DESCONTADO				
PERIODO	FLUJOS	VP FLUJOS	ACUMULADO	
0	\$ (14.199,97)	\$ (14.199,97)	\$	(14.199,97)
1	\$ (8.322,69)	-\$7.846,94	\$	\$ 22.046,91
2	\$ (1.831,17)	-\$1.627,80	\$	\$ 23.674,71
3	\$ 6.422,57	\$5.382,92	\$	\$ 18.291,78
4	\$ 14.817,68	\$11.709,18	\$	\$ 6.582,61
5	\$ 29.766,56	\$22.177,44	\$	\$ 15.594,84

6.6. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

6.6.1. Principales riesgos

Los principales riesgos de inversión es la situación de inseguridad que presenta actualmente el país, debido a que esto desmotiva a las mujeres a emprender e incluso en salir de sus casas por algún estudio.

6.6.2. Mitigación del riesgo

Para reducir los riesgos, la fundación brindará acompañamiento todo el tiempo a las mujeres participantes y promoverá entornos seguros para el desarrollo de las capacitaciones.

Además, se fomentará la modalidad virtual o semipresencial cuando sea necesario y se fortalecerán alianzas con instituciones locales que garanticen espacios adecuados y seguros.

6.7. Razones Financieras

6.7.1. Liquidez

La liquidez tiene un total promedio de \$1.298,68 del capital neto de trabajo

Tabla 32

Liquidez

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Promedio
<u>Liquidez</u>						
Capital Neto de Trabajo	\$ 3.522,97	\$ (4.799,72)	\$ (6.630,89)	\$ (208,32)	\$ 14.609,36	\$ 1.298,68

6.7.2. Gestión

A continuación, se muestra la tabla de Gestión

Tabla 33

Gestión

<u>Gestión</u>						
Rotación del Activo Fijo	5,14	8,58	13,92	23,25	33,38	16,85
Rotación del Activo Total	3,03	14,84	218,52	19,85	6,45	52,53
Rotación de Capital de Trabajo	12,19	16,98	22,09	27,79	34,21	22,65

6.7.3. Endeudamiento

Aquí se muestra la tabla de endeudamiento.

Tabla 34

Endeudamiento

<u>Apalancamiento</u>						
Endeudamiento	0,60	1,78	15,97	0,81	0,11	3,86
Apalancamiento Interno	0,67	(0,44)	(0,94)	0,23	7,81	1,47
Apalancamiento Externo	1,50	(2,28)	(1,07)	4,33	0,13	0,52
Autonomía	0,40	(0,78)	(14,97)	0,19	0,89	(2,86)

6.7.4. Rentabilidad

A continuación, se muestra la tabla de Rentabilidad.

Tabla 35

Rentabilidad

Rentabilidad						
Margen de Utilidad Bruta	77,57%	79,19%	80,45%	80,87%	81,20%	79,86%
Margen de Utilidad Operativa		-4,45%	13,35%	25,43%	31,72%	16,52%
Margen de UAI		-4,86%	10,72%	21,30%	26,87%	13,51%
Margen de Utilidad Neta		-3,64%	8,04%	15,97%	20,15%	10,13%
ROA		-54,03%	1757,14%	316,97%	129,99%	537,52%
ROE		69,08%	-117,37%	1688,37%	146,62%	446,67%
Rendimiento sobre CT		-61,84%	177,66%	443,91%	689,41%	312,29%

6.8. Conclusiones del Estudio Financiero

En conclusión, el estudio financiero nos indica que la fundación *Creciendo Juntas* es un proyecto viable y rentable la cual se necesita \$14.199,97 dólares para iniciar esto se divide en la inversión corriente representando el 24.81 %, la inversión fija siendo el 58.82% y la inversión diferida que es \$2.325,00, representando el 16,37% del valor de inversión inicial, la cual se financiara con el 40% por fondo interno y 60% fondo externo. El estudio también calcula que se obtiene una VAN de \$15.594,84 con esto vemos el retorno del valor invertido al quinto año de operatividad. Y un TIR de un 21% mayor a el TMAR del 6.06% por lo que se confirma la rentabilidad de la empresa

CONCLUSIONES

- Por medio de la encuesta se pudo reflejar que el 87.2% de las mujeres están dispuesta en emprender un negocio.
- Además, se pueden apreciar que más del 60%de las mujeres desean participar en las capacitaciones que ofrece la fundación.
- Se darán modalidades virtuales o semipresenciales cuando las condiciones de seguridad lo requieran, para facilitar el acceso de todas las mujeres.

En conclusión, el proyecto es viable y confiable esto nos demuestra que la fundación *Creciendo Juntas* es un proyecto que puede ser rentable también que cuenta con una base financiera sólida con ingresos para cubrir los gastos lo cual va a permitir apoyar a las mujeres de bajos recursos dándole el apoyo que necesitan para crear su propio emprendimiento.

RECOMENDACIONES

Se recomienda ofrecer acompañamiento a las mujeres que reciban las capacitaciones para garantizar su motivación y que puedan seguir en la fundación.

Es recomendable crear alianzas con instituciones locales que puedan ofrecer espacios seguros para las capacitaciones y también fortalecer las que ya se tienen.

Se aconseja dar talleres y capacitaciones prácticas en áreas de interés de las mujeres como belleza, cocina y emprendimiento.

También se recomienda evaluar seguido los costos e ingresos de la fundación para mantener la sostenibilidad financiera a largo plazo.

Es importante promover el uso de herramientas tecnológicas para mejorar la gestión de la fundación y ampliar el alcance de los programas de capacitación por ejemplo Facebook, tik tok, Instagram.

REFERENCIAS

- Albrecht, D. M. G., Green, D. M., & Hoffman, L. (2023, enero 25). *Products, Services, and Experiences—Principles of Marketing | OpenStax*. OpenStax.
<https://openstax.org/books/principles-marketing/pages/9-1-products-services-and-experiences>
- Armijos, L., María, C., & Doris, M. (2012). *Sistema integrado de consultas de clasificaciones y momenclaturas*, Instituto Nacional de Estadística y Censos.
<https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/metodologias/CIU%204.0.pdf>
- Bárcena, A. (2017). *Planes de igualdad de género en América Latina y el Caribe: Mapas de ruta para el desarrollo*. CEPAL, Naciones Unidas.
<https://asamblea.go.cr/sd/Documents/BIBLIOTECADIGITAL/planes%20de%20igualdad%20de%20genero%20en%20america%20latina%20y%20el%20caribe.pdf>
- Barney, J., & Clark, D. (2007). *Teoría basada en recursos que crea y mantiene ventajas competitivas*. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1187154>
- Barrezueta, H. (2024). *Ley orgánica integral para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres y su reglamento general*.
https://www.municipiomera.gob.ec/Transparencia2025/armado_ley_K.pdf
- Becker, G. S. (1975). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education* (2. ed). Univ. of Chicago Press.
<https://www.nber.org/system/files/chapters/c3730/c3730.pdf>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (3 edición). Pearson Education, Inc.
<https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Cáritas Ecuador. (2024). Cáritas Ecuador. <https://www.caritasecuador.org>
- Castillo, D. (2024). *La economía de Ecuador está en etapa de recesión, según el reporte del ciclo económico el Banco Central*. Primicias.
<https://www.primicias.ec/economia/economia-ecuador-recesion-banco-central-74520/>
- Cervantes, S., & Cuero, E. D. A. (2022). Mujeres Empresarias: Obstáculos y Oportunidades en América Latina. *Revista Semillas del Saber*, 2(1), 21-31.
- Código Civil. (2015). <https://www.etapa.net.ec/Portals/0/TRANSPARENCIA/Literal-a2/CODIGO-CIVIL.pdf>
- Collaguazo, K. J. (2025). La regulación del crédito educativo prioriza la rentabilidad. *Observatorio de la dolarización*. <https://dolarizacion.org/2025/06/24/la-regulacion-del-credito-educativo-prioriza-la-rentabilidad/>
- Decreto Ejecutivo N.º 193. (2018). https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/Documento_Reglamento-Otorgamiento-Personalidad-Jur%C3%ADdica-Organizaciones-Sociales.pdf
- Dirección de Marketing. (2021). Rebis. <https://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- El Gobierno Nacional. (2025, octubre 17). <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-gobierno-nacional-impulsa-el-talento-digital-con-la-entrega-oficial-de-200-becas-mintel-coding-bootcamps-espol/>
- Gontero, S., Ravest, J., International Labour Organization, & ILO DWT and Country Office for the South Cone of Latin America,. (2025). *Desigualdad salarial de género en América Latina: ¿cuál es la brecha relevante por cerrar?* (1a ed.). OIT.
<https://doi.org/10.54394/CNVJ5090>
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C. F., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta edición). McGraw-Hill Education.
https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

- Herruzo Gómez, E. (Ed.). (2025). *Emprendimiento e Innovación: Oportunidades para Todos*. Dykinson. <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>
- Hurtado Regalado, B. J., & Herrera Loaiza. (2025). *El emprendimiento femenino en la economía*. <http://dspace.utpl.edu.ec/handle/29.500.19856/70087>
- Idrovo, C. (2024). *Reconstrucción de las Prácticas Educativas Significativas en la Educación para Jóvenes y Adultos (EPJA) y su impacto en el desarrollo de habilidades emprendedoras de los estudiantes de la Unidad Educativa Martiniano Guerrero Freire, Riobamba- Chimborazo*. <https://repositorio.unae.edu.ec/server/api/core/bitstreams/450de027-e7f9-4fb7-bf04-f8ee08ec90f6/content>
- INEC. (2017). Censo Ecuador. *Censo Ecuador*. <https://www.censoecuador.gob.ec/resultados-censo/>
- INEC. (2023a). *Cuentas Satélite de Educación (CSE)*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Cuentas_Satelite/educacion/2007-2023/2_Presentacion_resultados_CSE_2023.pdf
- INEC. (2023b). *Registro Estadístico de Empresas*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Registro_Empresas_Establecimientos/2023/Semestre_I/Boletin_REEM_2023.pdf
- INEC. (2024). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), I Trimestre 2024*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2024/Trimestre_I/2024_I_trimestre_Boletin_empleo.pdf
- INEN. (2025, septiembre 24). *COMITÉ DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES DEL INEN*. <https://bit.ly/4oiYdoR>
- Iza, C. (2024). *Las mujeres emprendedoras y su efecto del crecimiento en el Producto Interno Bruto*. <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/6482851e-e911-4680-a797-215325bb3d53/content>
- Jimenez, M. K. B. (2024). Emprendimiento de mujeres en Guayas y Los Ríos -Ecuador: Innovación, financiamiento y sostenibilidad. *Revista de Ciencia Sociales y Económicas*, 8(2), 34-47. <https://doi.org/10.18779/csye.v8i2.780>
- Klepper, S. (1996). *Ciclo de Vida de los Clusters: Hacia una Conceptualización Dinámica de la Evolución de los Clusters*.
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (Second edition). Pearson Education, Inc.
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf?utm
- Ley Orgánica-de-Economía-Popular y Solidaria*. (s. f.).
- Moreira, C., & Katzkowicz, S. (2024a). *Autonomía y empoderamiento de las mujeres en Ecuador: Monitoreo ISOQUITO*. https://www.mujeresdelsur-afm.org/wp-content/uploads/2024/09/ISOQuito-Ecuador_vF.pdf
- Moreira, & Katzkowicz. (2024b). *Autonomía y empoderamiento de las mujeres en Ecuador: Monitoreo ISOQUITO 2024*. https://www.mujeresdelsur-afm.org/wp-content/uploads/2024/09/ISOQuito-Ecuador_vF.pdf
- Narvaez, H., & Holguín, F. (2023). *Informe de inversión social para el desarrollo sostenible*. https://fechac.org.mx/app_fechac/_files/_img/_documents/012821-160142_rf-1-03compromisodefchacconlosodsrev1.pdf
- ONU. (2025). ONU Mujeres – Ecuador. <https://ecuador.unwomen.org/es>

- Pesántez-Céleri, B. A., Erazo-Álvarez, J. C., Narváez-Zurita, C. I., & Moreno, V. P. (2020). Estrategias de emprendimiento para el turismo comunitario. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*.
<https://www.redalyc.org/journal/5768/576869215029/html/>
- Plan Nacional de Desarrollo 2025- 2029. (2025). <https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2025-2029-ecuador-no-se-detiene/>
- Rivas, A. A., Díaz, A. S., Indio, A. R., & Morello, V. L. (2024). *Competencias Emprendedoras desde la Universidad*. <https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2024/01/REPORTE-ESPAE-ENE2023.pdf>
- Rodríguez, G. (2016). *Educación informal en emprendimiento y creatividad en escuelas innovadoras*. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048903020.pdf>
- Sanchez, H. D. (2020). *ANÁLISIS FODA O DAFO*. Bubok.
https://books.google.com.br/books?id=6h0JEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Santiadi, S., Majiah, A. T. P., Ruis, N. D. A., Annabel, K. F., & Karnalim, O. (2024). Analisis Perbandingan Moodle dan Google Classroom Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 8(1), 13-19.
<https://doi.org/10.21460/jutei.2024.81.288>
- Sarasvathy, S. D. (2022). *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*. Edward Elgar Publishing.
https://books.google.com.ec/books?id=oTRZEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Secretaría Nacional de Planificación. (2024). <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2024/11/GUIA-ORGANIZACIONES-SOCIALES.pdf>
- Sen, A. (2001). *Development as Freedom*. OUP Oxford.
books.google.com.ec/books?id=Qm8HtpFHYecC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Sotaquirá, M. E. (2025, mayo 1). ¿Cómo es la situación del empleo en Ecuador? *LupaMedia*.
<https://lupa.com.ec/explicativos/situacion-empleo-ecuador/>
- Spina, M. (2006). *Guía práctica para emprender en el diseño*. Redargenta - CommTOOLS.
https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=-no1uLPIpCUC&oi=fnd&pg=PA8&dq=GU%C3%8DA+PR%C3%81CTICA+PARA+ARRANCAR++CON+TU+NEGOCIO&ots=DKk5uiwWO_&sig=CE7HU8YH0V5twQIAcLlr3H9k-_0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Tapia, E. (2025, abril 2). *Banco Central prevé que en 2025 la economía de Ecuador se recuperará y crecerá 2,5%*. Primicias. <https://www.primicias.ec/economia/ecuador-banco-central-proyeccion-crecimiento-pib2025-92591/>
- Taylor, F. (1911). *Los Principios del Management Científico*. 42 Links Ediciones Digitales.
[https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=eVFYBsm80ZYC&oi=fnd&pg=P T2&dq=Taylor,+F.+W.+\(1911\)](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=eVFYBsm80ZYC&oi=fnd&pg=P T2&dq=Taylor,+F.+W.+(1911))
- Tepan Cochancela, D. A., Vasquez Erazo, E. J., & Ormaza Andrade, J. E. (2024). Estudio de factibilidad de programas de capacitación para mujeres de Fundación Avanzar en Cuenca, Ecuador. *ConcienciaDigital*, 7(2.1), 26-47.
<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v7i2.1.3035>
- UCSG. (2025). *Líneas de investigación – UCSG*.
<https://www.ucsg.edu.ec/institutos/institutos-inecem/lineas-de-investigacion/>
- UPSE. (2025). Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://www.upse.edu.ec/>

ANEXOS

entrevista a la abogada **Carolina Calderón**

¿Qué motivaciones personales o profesionales la llevaron a crear Manos Amigas?

Principalmente ayudar a construir una mejor ciudad que las personas se empoderen en la limpieza en el cuidado de un mejor vivir en sostenibilidad de que la ayuda social pueda llegar a todos los rincones y de que alguna forma cambiar el mundo con un granito de arena.

¿Cuáles fueron los principales desafíos durante el proceso de creación de la organización?

Principalmente la propiedad intelectual porque al momento de que tú quieres hacer algo los otras personas también quieren hacer mismo, pero no con un mismo fin si no, únicamente en malestar tal vez de desprestigiar ese fue uno de los retos principales crear una línea en propiedad intelectual sacar los derechos de una organización poderla registrar y no ser fantasma si no que realmente sea algo que ayude a contribuir.

¿Qué alianzas estratégicas han sido clave para sostener su organización (municipio, ONG, empresas, voluntarios, etc.)?

Voluntarios, hemos trabajado con municipios con la prefectura y ahora vamos a trabajar este 2026 con empresas privadas, queremos hacer unas mingas de limpieza

¿Cómo lograron establecer alianzas con instituciones públicas y privadas?

Mediante oficios mediante alertas, el incentivo ciudadano ya que playas está lleno de basura y hay muchas empresas que se quieren sumar a esto.

¿Qué consejos daría para acercarse a empresas que puedan apoyar a una fundación nueva?

Primero dar apoyo intelectual a las empresas, colaborar con charlas colaborar con ayudas y que esta ayuda de alguna forma se vincule uno con otros y puedan crear con un bienestar común, muchas veces las empresas te ayudan con sacos y o de limpieza siempre y cuando su persona tenga alguna capacitación

¿Qué habilidades considera indispensables para dirigir una fundación?

Operación, liderazgo, empatía,

¿Cómo obtuvieron financiamiento para iniciar las operaciones de la organización?

Auto gestión a inicio se tuvo muchos voluntarios que ayudaron hacer auto gestión, ventas pulgueros donaciones y esto de a poco fueron creciendo

¿Qué mecanismos utilizan para garantizar la sostenibilidad financiera (donaciones, convenios, autogestión, etc.)?

Más allá de las donaciones eran autogestiones a os propios chicos que cada chico se costeara un curso para poder mejorar las relaciones interpersonales y también las relaciones sociales dentro de la ONG

¿Qué consejos daría para que una nueva fundación logre sostenerse en el tiempo?

Que sean muy activos que hagan sí que en todo tiempo puedan ayudar diversas gestiones que sean visibles al público que no solo sigan en épocas de campaña

¿Qué errores considera que deben evitar quienes desean crear una fundación similar?

Tener falsos activistas primero que tengan el mismo sentido de compromiso y as mismas ganas de ayudar si no solo serian personas que quieren destacar y sobresalir en vez de enfocarse en el punto que se necesita

Si volviera a empezar, ¿qué cosas haría diferente en la creación de Manos Amigas?

Cuidaría mucho en el personal que se vincula como voluntario porque tienes que cuidar mucho ya que es el centro de la ONG

¿Considera usted que la creación de una fundación dedicada a brindar capacitaciones a mujeres de bajos recursos en el cantón General Villamil Playas es una opción viable y necesaria?

Si muy viable porque Playas es un cantón muy machista la cultura machista esta por encima de los logros de empoderamiento que puedan hacer las mujeres y muchas veces no conocen sus derechos y son violentadas

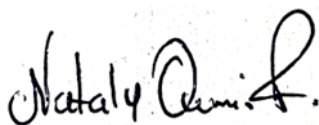
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Ingrid Nataly Quimi Ruiz** con C.C: 0941188641 autor/a del trabajo de titulación: **Propuesta para la creación de una fundación que brinda capacitaciones en emprendimiento a mujeres de bajos recursos.** previo a la obtención del título de **Licenciatura en Emprendimiento e Innovación Social** 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 titulación 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 titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 26 de febrero de 2026



f. _____

Nombre: **Ingrid Nataly Quimi Ruiz**

C.C: **0941188641**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta para la creación de una fundación que brinda capacitaciones en emprendimiento a mujeres de bajos recursos		
AUTOR(ES)	Ingrid Nataly Quimi Ruiz		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Castro Peñarreta Angel Aurelio		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Emprendimiento e Innovación Social		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciatura en Emprendimiento e Innovación social		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	26 de febrero de 2026	No. DE PÁGINAS:	108
ÁREAS TEMÁTICAS:	Emprendimiento femenino y empoderamiento económico, Educación y capacitación para el emprendimiento, Desarrollo social y económico local		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Emprendimiento femenino, Mujeres de bajos recursos, Capacitación, Independencia económica, Fundación.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): En Ecuador la desigualdad en la accesibilidad a oportunidades de capacitación y apoyo para emprender sigue siendo una realidad que golpea sobre todo a las mujeres de escasos recursos, el objetivo de la presente investigación es proponer la creación de una fundación que brinde capacitaciones en emprendimiento a mujeres de bajos recursos del cantón General Villamil (Playas), con la finalidad de impulsar a emprender y así que obtengan sus propios ingresos. El estudio se realizó bajo un enfoque mixto. La viabilidad financiera de la propuesta se demuestra porque se obtiene un VAN de 15,594.84 Y una TIR de 21% la inversión necesaria para empezar es de 14,199.97.			
ADJUNTO PDF:	☒ SI	☐ NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0999085346	E-mail: Nathaiquimi@outlook.es	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Lcda. Zumba Córdova, Rosa Margarita, PhD		
	Teléfono: +593-4-3804600 ext.1635		
	E-mail: rosa.zumba@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			