# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

## ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

## CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

# PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ARTESANÍAS DE PAPEL RECICLABLE, ELABORADAS POR LA ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA - CANTÓN LOJA – PROVINCIA LOJA.

PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA.


**AUTOR:**

EDWIN PATRICIO MEDINA DOMINGUEZ

**DIRECTORA:**

LIC. JANINA TATIANA RAMÓN BRAVO


**LOJA – ECUADOR**

**2012**

## INFORME DE LA DIRECTORA DE TESIS

Lic. Janina Tatiana Ramón Bravo
**DIRECTORA DE TESIS**

**INFORMA:**

Que ha dirigido, orientado y corregido el trabajo de tesis denominado **"PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ARTESANÍAS DE PAPEL RECICLABLE ELABORADAS POR LA ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA - CANTÓN LOJA - PROVINCIA LOJA",** elaborado por el estudiante **Edwin Patricio Medina Dominguez.** El mismo que cumple con los requisitos del reglamento para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, por lo cual autorizo su presentación para la califcación y sustentación respectiva.

**Loja, 31 julio de 2012**

Lic. Janina Tatiana Ramón Bravo

**DIRECTORA DE TESIS**

## AUTORÍA

El contenido de la presente investigación, conceptos, ideas, opiniones, procedimientos, resultados, conclusiones, recomendaciones y propuestas son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Edwin Patricio Medina Dominguez

**Autor de Tesis**

## DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente trabajo en primer lugar a Dios, por permitirme llegar a concluir una etapa más de mi vida; de igual manera a mis padres Víctor y Leonor y hermanos Gabriela, Santiago y Dennis, por haberme dado todo el apoyo para culminar con éxito mis estudios, un eterno agradecimiento a una persona especial en mi vida mi querida hija Nicole Carolina quien ha sido un pilar fundamental para esforzarme, seguir adelante y culminar con énfasis mis estudios universitarios.

Dedicar también a la Licenciada Janina Tatiana Ramón, directora de tesis, docente y amiga quien me ha brindado todo su apoyo y compartido sus conocimientos para culminar el presente trabajo investigativo; también a todos mis docentes que en el trascurso de mis estudios me brindaron siempre su orientación con profesionalismo ético y moral en la adquisición de conocimientos y afianzando mi formación.

En fin a todos aquellos que de una u otra manera que por medio de lazos de amor y amistad contribuyeron en mí a cumplir con mis objetivos y metas planteadas al inicio de mi formación académica

**Edwin Patricio**

## AGRADECIMIENTO

Un eterno agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, al Área Jurídica Social y Administrativa, en especial a la Carrera de Administración Turística, por haberme dado la oportunidad de forjarme en sus aulas para un futuro mejor.

De la misma manera hago un extensible agradecimiento para todos los profesores de esta prestigiosa Carrera, quienes con sus sabios consejos me ayudaron a cristalizar mis sueños de ser un buen profesional; y a su vez dejo plasmado mi agradecimiento a la Lic. Janina Tatiana Ramón, Director de Tesis, quien en todo momento y sin aislamiento alguno, me brindó sus conocimientos, enseñanzas y amistad; así me permitió cumplir con éxito la investigación académica.

Por último retribuyo el siguiente trabajo investigativo a todas las integrantes de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, por la ayuda prestada y a todas aquellas personas que me supieron brindar su apoyo para la realización del mismo, en virtud de que la confianza es un don muy preciado que muy pocos seres humanos lo poseen, gracias a todos (as), por hacerme trabajar con mucho empeño, perseverancia y firmeza en mis metas, recuerden que gracias a ustedes tengo la oportunidad de ser un buen profesional.

**EL AUTOR**

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

**INFORME DE LA DIRECTORA DE TESIS** ..... ii
**AUTORÍA** ..... iii
**DEDICATORIA** ..... iv
**AGRADECIMIENTO** ..... v
**ÍNDICE DE CONTENIDOS** ..... vi
**ÍNDICE DE CUADROS** ..... xii
**ÍNDICE DE FIGURAS** ..... xvi
**RESUMEN** ..... xvii
**SUMMARY** ..... xix
**1 INTRODUCCIÓN** ..... 1
**2 REVISIÓN LITERARIA** ..... 4
**2.1** Marco Conceptual ..... 4
**2.1.1** Actividad Turistica ..... 4
**2.1.2** Atractivo Turístico ..... 4
**2.1.3** Calidad ..... 4
**2.1.4** Asociación ..... 4
**2.1.5** Reciclaje ..... 5
**2.1.6** Papel Artesanal ..... 5
**2.1.7** Micro-Empresas ..... 6
**2.1.8** Negocio ..... 6
**2.1.9** Plan de Negicio ..... 6
**2.1.10** Estudio de Mercado ..... 7
**2.1.11** Análisi FODA ..... 7
**2.1.12** Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) ..... 7
**2.1.13** Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE) ..... 7
**2.1.14** Matriz de Alto Impacto ..... 9
**2.1.15** Matriz de Michael Porter ..... 9
**2.1.16** Matriz de Leopold ..... 9
**2.1.17** Análisis del Entorno ..... 10
**2.1.18** Ventajas Competitivas y Comparativas ..... 11
**2.1.19** Cronograma de Actividades ..... 12
**2.1.20** Plan de Marketing ..... 12
**2.1.20.1** Fijación de Políticas de Precios ..... 12
**2.1.20.2** Estrategia de Ventas ..... 13
**2.1.20.3** Estrategia Promocional ..... 13

**2.1.20.4** Estrategia de Distribución ..... 13
**2.1.20.5** Políticas de Servicio ..... 13
**2.1.21** Funciones del Plan de Marketing ..... 13
**2.1.22** Producción ..... 14
**2.1.23** Plan de Exportación ..... 15
**2.1.24** Estudio Técnico ..... 15
**2.1.25** Ubicación ..... 16
**2.1.26** Misión ..... 17
**2.1.27** Visión ..... 17
**2.1.28** Estudio Administrativo ..... 17
**2.1.29** Innovación y Creatividad Empresarial ..... 18
**2.1.30** Estructura Organizacinal y Legal ..... 18
**2.1.31** Estudio Financiero ..... 18
**2.1.32** Balance ..... 18
**2.1.33** Evaluación Financiera ..... 19
**2.1.33.1** Flujo de Caja ..... 19
**2.1.33.2** Estados de Resultados ..... 19
**2.1.33.3** Cuadros Auxiliares ..... 20
**2.1.33.4** Proyección de Ventas ..... 20
**2.1.33.5** Proyeción del Flujo de Ingresos por Ventas ..... 20
**2.1.33.6** Proyeción de Costos ..... 20
**2.1.34** Estudio Ambiental ..... 20
**2.2** Marco Referencial ..... 21
**2.2.1** Análisis Geográfico ..... 21
**2.2.1.1** Ubicación Geográfica ..... 21
**2.2.2** Análisis Ecológico y Ambiental ..... 22
**2.2.2.1** Análisis Ecológico ..... 22
**2.2.2.2** Análisis Ambiental ..... 24
**2.2.2.2.1** Areas Naturales ..... 24
**2.2.2.2.2** Antecedentes ..... 24
**2.2.3** Analisis Político y Poblacional ..... 25
**2.2.3.1** Organizacíon Política y Social ..... 25
**2.2.3.2** Antecedentes Demográfios ..... 25
**2.2.3.3** Datos Poblacionales ..... 25
**2.2.4** Análisis Socio-Económico ..... 26
**2.2.4.1** Antesedentes Económicos ..... 26
**2.2.4.2** Producción Agrícola ..... 27

**2.2.5** Análisis Histórico y Cultural ..... 27
**2.2.5.1** Análisis Histórico ..... 27
**2.2.5.2** Análisis Cultural ..... 28
**2.2.6** Festividades ..... 28
**2.2.7** Gastronomía ..... 29
**3 MATERIALES Y MÉTODOS** ..... 30
**3.1** Materiales ..... 30
**3.2** Métodos ..... 30
**3.3** Técnicas ..... 32
**4 ANÁLISIS DE RESULTADOS** ..... 35
**4.1** Primer Objetivo ..... 35
**4.2** Segundo Objetivo ..... 58
**4.3** Tercer Objetivo ..... 69
**4.4** Cuarto Objetivo ..... 70
**5 DISCUSIÓN DE LA PROPUESTA** ..... 71
**5.1** Resumen Ejecutivo ..... 71
**5.2** Plan de Negocio ..... 72
**5.2.1** Descripción del Plan de Negocio ..... 72
**5.2.1.1** Misión ..... 72
**5.2.1.2** Visión ..... 72
**5.2.1.3** Principios y Valores ..... 73
**5.2.1.3.1** Principios ..... 73
**5.2.1.3.2** Valores ..... 73
**5.2.1.4** Fase de Desarrollo ..... 74
**5.2.2** Estudio Administrativo ..... 74
**5.2.2.1** Legales y Reglamentos ..... 74
**5.2.2.1.1** Objetivo ..... 74
**5.2.2.1.2** Procedimiento y Documentación ..... 74
**5.2.3** Estudio de Mercado ..... 76
**5.2.3.1** Análisis del Mercado ..... 76
**5.2.3.1.1** Demanda ..... 76
**5.2.3.1.2** Publicidad ..... 76
**5.2.3.1.3** Oferta ..... 76
**5.2.3.1.4** Precios ..... 76
**5.2.3.1.5** Tipo de Investigación ..... 76
**5.2.3.2** Análisis de la Demanda ..... 77
**5.2.3.2.1** Fuentes de Datos Secundarias ..... 77

**5.2.3.2.2** Turismo Receptor ..... 77
**5.2.3.2.3** Turismo Interno ..... 78
**5.2.3.2.4** Mercado Potencial ..... 78
**5.2.3.2.5** Fuentes de Datos Primarias ..... 78
**5.2.3.3** Análisis del Mercado ..... 78
**5.2.3.4** Análisis de la Oferta ..... 79
**5.2.3.4.1** La Oferta ..... 79
**5.2.3.5** Análisis de la Demanda ..... 79
**5.2.3.5.1** La Demanda ..... 79
**5.2.3.6** Matriz - MEFI ..... 80
**5.2.3.7** Matriz - MEFE ..... 81
**5.2.3.8** Marketing Mix ..... 81
**5.2.3.8.1** Marca - Nombre ..... 81
**5.2.3.8.2** Logotipo ..... 82
**5.2.3.8.3** Producto ..... 82
**5.2.3.8.4** Precio ..... 83
**5.2.3.8.5** Plaza – Canales de Distribución ..... 85
**5.2.3.8.6** Promoción - Comunicación ..... 85
**5.2.4** Estudido Técnico ..... 86
**5.2.4.1** Objetivo ..... 86
**5.2.4.2** Localización ..... 86
**5.2.4.3** Macro - Localizacón ..... 86
**5.2.4.4** Micro - Localizacón ..... 86
**5.2.4.5** Metodología para la Localizacón del Proyecto ..... 87
**5.2.4.5.1** Factores de la Localización ..... 87
**5.2.4.5.2** Evaluación de Factores ..... 87
**5.2.4.5.3** Evaluación de Localización del Proyecto ..... 88
**5.2.4.6** Tamaño ..... 90
**5.2.4.6.1** Factores del Tamaño ..... 90
**5.2.4.6.1.1** La Demanda ..... 90
**5.2.4.6.1.2** Subministros e Insumos ..... 90
**5.2.4.6.1.3** Proveedores ..... 90
**5.2.4.6.1.4** Diseño y Distribución de la Asociación ..... 90
**5.2.4.7** Planimetría de la Asociación ..... 92
**5.2.4.8** Estructura Organizacional de la Asociación ..... 94
**5.2.4.8.1** Nivel de Jerarquia Empresarial ..... 94
**5.2.4.8.2** Organigrama Funcional de la Asociación ..... 94

**5.2.4.9** Manual de Funciones....95
**5.2.5** Plan de Operación o Gerencial....100
**5.2.5.1** Requerimientos Físicos de la Micro-Empresa....100
**5.2.5.2** Proceso del Producto....102
**5.2.6** Estudio Financiero....104
**5.2.6.1** Activos Fijos....104
**5.2.6.2** Activos Diferidos....106
**5.2.6.3** Materia Prima....107
**5.2.6.4** Sueldos y Salarios....109
**5.2.6.5** Despreciaciones....110
**5.2.6.6** Costos de Operación....112
**5.2.6.7** Amortización de Activos Diferidos....113
**5.2.6.8** Gastos de Venta....113
**5.2.6.9** Resumen de Activos....114
**5.2.6.10** Resumen de Inversión....115
**5.2.6.11** Presupuestos Proformados o Proyectados....116
**5.2.6.12** Financiamiento....117
**5.2.6.13** Costo Unitario de Producción....119
**5.2.6.14** Costo de Venta al Público....119
**5.2.6.15** Ingresos por Venta....119
**5.2.6.16** Perdidas y Ganancias....120
**5.2.6.17** Costos Fijos y Costos Variables....121
**5.2.6.18** Punto de Equilibrio....126
**5.2.6.19** Flujo de Caja....128
**5.2.6.20** Valor Anual Neto....128
**5.2.6.21** Relación Beneficio Costo....129
**5.2.6.22** Periodo de Recuperación del Capital....129
**5.2.6.23** Tasa Interna de Retorno....130
**5.2.6.24** Análisis de Sensibilidad....131
**5.2.7** Estudio de Impacto Ambiental....133
**5.2.7.1** Contenido del EIA....133
**5.2.7.2** Identificación y Valoración de los Impactos Ambientales....133
**5.2.7.3** Descripción del Medio para implementar la Propuesta....135
**5.2.7.3.1** Características Físicas y Químicas....135
**5.2.7.3.2** Condiciones Biológicas....136
**5.2.7.3.3** Factores Socio - Culturales....136
**5.2.7.4** Descripción de la Acción Propuesta....138

**5.2.7.5** Identificación de los Impactos Ambientales....139
**5.2.7.5.1** Características Físicas y Químicas....139
**5.2.7.5.2** Factores Socio- Culturales....140
**5.2.7.6** Valoración de los Impactos Ambientales....140
**5.2.7.7** Medidas de Mitigación....143
**6 CONCLUSIONES**....144
**7 RECOMENDACIONES**....146
**8 BIBLIOGRAFÍA**....148
**9 ANEXOS**....153

## ÍNDICE DE CUADROS

**Cuadro Nº 1 Ubicación y Grafico** ..... **21**
**Cuadro Nº 2 Datos Generales** ..... **21**
**Cuadro Nº 3 Análisis Ecológico** ..... **22**
**Cuadro Nº 4 Áreas Naturales** ..... **24**
**Cuadro Nº 5 Antecedentes** ..... **24**
**Cuadro Nº 6 Organización Política** ..... **25**
**Cuadro Nº 7 Distribución por Barrios** ..... **25**
**Cuadro Nº 8 Actividades Económicas** ..... **26**
**Cuadro Nº 9 Producción Agrícola** ..... **27**
**Cuadro Nº 10 Análisis Histórico** ..... **27**
**Cuadro Nº 11 Análisis Cultural** ..... **28**
**Cuadro Nº 12 Festividades de la Comunidad** ..... **28**
**Cuadro Nº 13 Cuadros de Gastronomía** ..... **29**
**Cuadro Nº 14 Ficha de Emprendimiento** ..... **35**
**Cuadro Nº 15 Jerarquización** ..... **36**
**Cuadro Nº 16 Análisis FODA** ..... **37**
**Cuadro Nº 17 Matriz de Alto Impacto** ..... **38**
**Cuadro Nº 18 Lugar de Procedencia** ..... **41**
**Cuadro Nº 19 Edad** ..... **41**
**Cuadro Nº 20 Instrucción Académica** ..... **42**
**Cuadro Nº 21 Estructura del Negocio** ..... **42**
**Cuadro Nº 22 Tipo de Artesanías** ..... **43**
**Cuadro Nº 23 Comercialización** ..... **43**
**Cuadro Nº 24 Mercado Oferente** ..... **44**
**Cuadro Nº 25 Medio de Venta** ..... **44**
**Cuadro Nº 26 Medio de Oferta** ..... **45**
**Cuadro Nº 27 Demanda** ..... **45**
**Cuadro Nº 28 Tipo de Maquinaria** ..... **46**
**Cuadro Nº 29 Tipo de Mercado** ..... **46**
**Cuadro Nº 30 Personal Capacitado** ..... **47**
**Cuadro Nº 31 Lugar de Procedencia** ..... **48**
**Cuadro Nº 32 Rango de Edad** ..... **48**
**Cuadro Nº 33 Nivel de Instrucción** ..... **49**
**Cuadro Nº 34 Atractivos del Cantón** ..... **49**

**Cuadro Nº 35 Lugares que Conoce** ..... **50**
**Cuadro Nº 36 Visitas** ..... **51**
**Cuadro Nº 37 Frecuencia de Visitas** ..... **51**
**Cuadro Nº 38 Atractivo Ruinas de Quinara** ..... **51**
**Cuadro Nº 39 Realiza Visitas** ..... **52**
**Cuadro Nº 40 Alternativas** ..... **52**
**Cuadro Nº 41 Presupuesto de Visita** ..... **53**
**Cuadro Nº 42 Condición del Servicio** ..... **54**
**Cuadro Nº 43 Información** ..... **54**
**Cuadro Nº 44 Actividades** ..... **55**
**Cuadro Nº 45 Hospedaje en la Parroquia Vilcabamba** ..... **55**
**Cuadro Nº 46 Compra de Artesanías** ..... **56**
**Cuadro Nº 47 Ícono Representativo** ..... **56**
**Cuadro Nº 48 Venta de Productos** ..... **57**
**Cuadro Nº 49 Detalle del Evento** ..... **59**
**Cuadro Nº 50 Programa Detallado** ..... **62**
**Cuadro Nº 51 Registro de Participantes** ..... **68**
**Cuadro Nº 52 Propuesta de Feria** ..... **68**
**Cuadro Nº 53 Matriz de Evaluación de Factores Internos** ..... **80**
**Cuadro Nº 54 Matriz de Evaluación de Factores Externos** ..... **81**
**Cuadro Nº 55 Precios de Productos de Papel Reciclable** ..... **84**
**Cuadro Nº 56 Evaluación de Factores** ..... **88**
**Cuadro Nº 57 Puntaje de Factores** ..... **88**
**Cuadro Nº 58 Evaluación de Factores Decisivos** ..... **88**
**Cuadro Nº 59 Evaluación de Factores Importantes** ..... **89**
**Cuadro Nº 60 Evaluación de Factores Deseables** ..... **89**
**Cuadro Nº 61 Terreno** ..... **100**
**Cuadro Nº 62 Instalaciones y Obras Complementarias** ..... **100**
**Cuadro Nº 63 Muebles y Enseres** ..... **100**
**Cuadro Nº 64 Equipos de Computación** ..... **100**
**Cuadro Nº 65 Equipos de Oficina** ..... **100**
**Cuadro Nº 66 Suministros de Oficina** ..... **101**
**Cuadro Nº 67 Maquinaria y Equipo** ..... **101**
**Cuadro Nº 68 Utensilios de Cocina** ..... **101**
**Cuadro Nº 69 Utensilios de Aseo y Limpieza** ..... **102**
**Cuadro Nº 70 Suministros de Producción** ..... **102**

**Cuadro Nº 71 Materiales Directos e Indirectos** ..... **102**
**Cuadro Nº 72 Maquinaria y Equipo** ..... **104**
**Cuadro Nº 73 Equipos de Oficina** ..... **104**
**Cuadro Nº 74 Equipos de Cómputo** ..... **104**
**Cuadro Nº 75 Muebles y Enseres** ..... **105**
**Cuadro Nº 76 Utensilios de Cocina** ..... **105**
**Cuadro Nº 77 Útiles Aseo y Limpieza** ..... **105**
**Cuadro Nº 78 Terreno** ..... **106**
**Cuadro Nº 79 Activos Diferidos** ..... **106**
**Cuadro Nº 80 Adecuación del Local** ..... **106**
**Cuadro Nº 81 Presupuesto Materia Prima** ..... **107**
**Cuadro Nº 82 Proyección de Materia Prima** ..... **107**
**Cuadro Nº 83 Presupuesto Materia Prima Indirecta** ..... **107**
**Cuadro Nº 84 Proyección Materia Prima Indirecta** ..... **108**
**Cuadro Nº 85 Suministros de Producción** ..... **108**
**Cuadro Nº 86 Presupuesto de Agua** ..... **108**
**Cuadro Nº 87 Sueldos y Salarios** ..... **109**
**Cuadro Nº 88 Proyección de Sueldos y Salarios** ..... **109**
**Cuadro Nº 89 Depreciaciones** ..... **110**
**Cuadro Nº 90 Depreciación Maquinaria y Equipo** ..... **110**
**Cuadro Nº 91 Depreciación Muebles y Enseres** ..... **111**
**Cuadro Nº 92 Depreciación Equipos de Oficina** ..... **111**
**Cuadro Nº 93 Depreciación Equipos de Cómputo** ..... **111**
**Cuadro Nº 94 Depreciación Utensilios de Cocina** ..... **112**
**Cuadro Nº 95 Presupuesto Energía Eléctrica** ..... **112**
**Cuadro Nº 96 Presupuesto Teléfono** ..... **112**
**Cuadro Nº 97 Presupuesto Útiles de Oficina** ..... **113**
**Cuadro Nº 98 Amortización Activos Diferidos** ..... **113**
**Cuadro Nº 99 Publicidad y Promoción** ..... **113**
**Cuadro Nº 100 Resumen de Activos** ..... **114**
**Cuadro Nº 101 Resumen de Inversión** ..... **115**
**Cuadro Nº 102 Presupuestos Proformados** ..... **116**
**Cuadro Nº 103 Tasas de Interés** ..... **117**
**Cuadro Nº 104 Financiamiento** ..... **117**
**Cuadro Nº 105 Amortización de Crédito** ..... **117**
**Cuadro Nº 106 Costo Unitario de Producción** ..... **119**

**Cuadro Nº 107 Costo de Venta al Público** ..... **119**
**Cuadro Nº 108 Ingresos por Venta** ..... **119**
**Cuadro Nº 109 Estado de Pérdidas y Ganancias** ..... **120**
**Cuadro Nº 110 Costos Primer Año** ..... **121**
**Cuadro Nº 111 Costos Segundo Año** ..... **122**
**Cuadro Nº 112 Costos Tercer Año** ..... **123**
**Cuadro Nº 113 Costos Cuarto Año** ..... **124**
**Cuadro Nº 114 Costos Quinto Año** ..... **125**
**Cuadro Nº 115 Punto de Equilibrio en Capacidad Instalada** ..... **126**
**Cuadro Nº 116 Punto de Equilibrio por Ingresos** ..... **127**
**Cuadro Nº 117 Punto de Equilibrio Unidades Producidas** ..... **127**
**Cuadro Nº 118 Flujo de Caja** ..... **128**
**Cuadro Nº 119 Valor Actual Neto** ..... **128**
**Cuadro Nº 120 Relación Beneficio Costo** ..... **129**
**Cuadro Nº 121 Periodo de Recuperación del Capital** ..... **129**
**Cuadro Nº 122 Tiempo de Recuperación del Capital** ..... **130**
**Cuadro Nº 123 Tasa Interna de Retorno** ..... **130**
**Cuadro Nº 124 Análisis de Sensibilidad con Incremento** ..... **131**
**Cuadro Nº 125 Análisis de Sensibilidad con Disminución** ..... **132**
**Cuadro Nº 126 Matriz de Valoración** ..... **134**
**Cuadro Nº 127 Matriz Leopold Asociación 23 de Junio** ..... **142**

## ÍNDICE DE FIGURAS

**Figura N° 1 Análisis de Michael Porter** ..... **40**
**Figura N° 2 Croquis de Feria** ..... **60**
**Figura N° 3 Invitación Medios de Comunicación** ..... **66**
**Figura N° 4 Invitación de Participantes** ..... **66**
**Figura N° 5 Invitación de Invitados Especiales** ..... **67**
**Figura N° 6 Portada Interna de CD** ..... **69**
**Figura N° 7 Portada Externa de CD** ..... **69**
**Figura N° 8 Entrada de Extranjeros al Ecuador** ..... **77**
**Figura N° 9 Logotipo** ..... **82**
**Figura N° 10 Mapa Macro Localización** ..... **86**
**Figura N° 11 Mapa Micro Localización** ..... **87**
**Figura N° 12 Levantamiento Principal de Asociación 23 de Junio** ..... **92**
**Figura N° 13 Plano de Asociación 23 de Junio** ..... **93**
**Figura N° 14 Nivel de Jerarquización** ..... **94**
**Figura N° 15 Organigrama Funcional** ..... **94**
**Figura N° 16 Punto de Equilibrio en Capacidad Instalada** ..... **126**
**Figura N° 17 Punto de Equilibrio en Unidades Producidas** ..... **127**

## RESUMEN

La base del turismo sostenible es la satisfacción total tanto del turista como de las regiones que acogen a estas personas, protegiendo el entorno y facilitando mejoras para el futuro. El enfoque principal es llegar a cubrir todas y cada una de las necesidades de la zona en cuestión, tanto las económicas como las sociales y estéticas, sin menoscabar la ecología del entorno, la diversidad biológica y cultural y los sistemas autóctonos para el soporte de la vida; es por ello que reciclar es una de las mejores maneras de ayudar al medio ambiente y forma parte de las tres “R” ecológicas (Recicla, Reúsa y Reduce), ya que la importancia del reciclaje se aumenta cada año con el crecimiento de la población mundial y del consumo de productos que son cada vez menos duraderos.

A través del planteamiento y delimitación de algunas estrategias de política papelera artesanal que busquen el fomento de esta actividad en el país, se pretende entregar con esta Tesis un aporte en elemento de investigación sobre la materia, ofreciendo no sólo alternativas concretas frente al consumismo globalizante, sino también difundiendo los sistemas de producción artesanales que minimizan los impactos ambientales negativos propios de la elaboración del papel a partir de formas industriales.

La producción de papel reciclado en el Ecuador aún es muy pobre, puesto que no se le ha dado la suficiente importancia sobre su fabricación y su uso. Tampoco existe un proceso establecido en el país para reciclar desechos orgánicos.

En la parroquia San Pedro de Vilcabamba se encuentra una pequeña fábrica de artesanías de papel reciclado dirigida por la Asociación de Mujeres 23 de Junio, en donde el papel que se utiliza para la elaboración de este producto contribuye a disminuir la contaminación del ambiente y forma parte de una nueva alternativa empresarial.

El presente trabajo investigativo se centra en un Plan de Negocio para la Comercialización y Distribución de Artesanías de Papel Reciclable Elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba - Cantón Loja - Provincia Loja; en el cual se describe la actitud interesada hacia las artesanías locales por parte de los turistas que acuden a la parroquia San Pedro de Vilcabamba. Esto a su vez incentiva al alto consumo del producto local por parte de los visitantes, así como su elevada intención de seguir visitando el lugar de origen si estuvieran disponibles. Los diferentes aspectos considerados se pueden englobar en tres dimensiones denominadas: seguridad, comercial y tradicional / auténtica. El producto es de suma importancia, ya que su proceso es de forma artesanal con manos propias de mujeres emprendedoras del lugar y a su vez ayuda a la no contaminación y preservación del medio ambiente con el reciclaje del papel.

En la primera parte de la investigación se enfoca a realizar los objetivos propuestos: como **objetivo general** presenta la Elaboración de un Plan de Negocio para la Comercialización y Distribución de Artesanías de Papel Reciclable Elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba - Cantón Loja - Provincia Loja, como objetivos específicos estableceremos: **primero objetivo** Elaborar un diagnóstico de la situación actual de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, para determinar un Plan de Negocio para la comercialización y distribución de Artesanías de Papel Reciclable; **segundo objetivo** Proponer una feria turística en donde se promocione la Elaboración de las artesanía de papel reciclable de la Asociación Autónoma de

Mujeres 23 de Junio, así como también dar a conocer el potencial turístico en cuanto a atractivos naturales y gastronomía típica de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, **tercer objetivo** Editar un video turístico promocional donde se muestre el proceso de elaboración de artesanías de papel reciclable de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba y **cuarto objetivo** Socialización de la propuesta a la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio y a las autoridades de la Junta Parroquia y Universidad Nacional de Loja.

El desarrollo de los objetivos son complementarios para la Elaboración de un Plan de Negocio para la Comercialización y Distribución de Artesanías de Papel Reciclable Elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba - Cantón Loja - Provincia Loja, con la finalidad de promocionar y dar a conocer su forma de producción, el potencial turístico en cuanto a atractivos naturales y la gastronomía típica que tiene el lugar; con el objetivo de aumentar su producción y el incremento de visita de turistas;

La metodología aplicada se centra en los métodos analítico, sintético, bibliográfico, objetivo, explicativo y finalmente la técnica de la observación, entrevista, encuesta y muestreo, que nos sirvieron para el levantamiento de información y desarrollo investigativo.

Como conclusiones se puede mencionar que la aplicación y puesta en marcha del proyecto contribuirá al progreso de la microempresa y por ende de la parroquia, mejorando la calidad de vida de las socias y habitantes; generando fuentes de trabajo y oportunidades de desarrollo turístico para la comunidad.

Para obtener los resultados esperados se realizó los siguientes pasos: estudio de mercado, estudio técnico, plan de marketing, estudio financiero, estudio ambiental, entre otros.

## SUMMARY

The basis of sustainable tourism is the total satisfaction of both the tourist and the regions hosting these people, protecting the environment and providing for future improvements. The main focus is to cover each and every one of the needs of the area in question, both the economic and the social and aesthetic, while maintaining the ecology of the environment, biodiversity and cultural and indigenous systems to support the life, which is why recycling is one of the best ways to help the environment and is part of the three "R" ecological (Recycle, Reuse and Reduce), since the importance of recycling increases each year with the growth of world population and consumption of products that are becoming less durable.

Through the approach and delimitation of some paper craft political strategies that seek to promote this activity in the country, is intended to provide a contribution in this thesis research element on the subject, offering not only concrete alternatives against globalizing consumerism, but also spreading artisanal production systems that minimize negative environmental impacts typical of papermaking from industrial forms.

The recycled paper production in Ecuador is still very poor, since he has not been given enough importance on their manufacture and use. Nor is there a process in place in the country to recycle organic waste.

In the parish of San Pedro de Vilcabamba is a small factory of recycled paper crafts led by the Association of Women June 23, where the paper used for the manufacture of this product helps reduce environmental pollution and is part Alternatively a new business.

This research work focuses on a business plan for the marketing and distribution of Recyclable Paper Crafts Made by the Autonomous Women's Association June 23 of the Parish of San Pedro de Vilcabamba - Loja - Loja Province, which is described in interested attitude towards local handicrafts by tourists who come to the parish of San Pedro de Vilcabamba. This in turn encourages high consumption of local produce by the visitors, as well as its high intention to continue visiting the place of origin if they were available. The various aspects considered can be grouped into three dimensions known as: security, trade and traditional / authentic. The product is very important, since the process is hand-made craft with women entrepreneurs own the place and in turn helps the non-pollution and preserve the environment by recycling paper.

In the first part of the research is focused on achieving the objectives proposed: general objective has to Prepare a Business Plan for Marketing and Distribution Recyclable Paper Crafts Made by the Autonomous Women's Association, June 23 Parish St. Pedro de Vilcabamba - Loja - Loja Province, establish specific objectives: first goal prepare an assessment of the current status of the Autonomous Women's Association June 23, to determine a business plan for marketing and distribution of recyclable paper crafts and secondly to propose a tourism fair in which promotes the Development of recyclable paper crafts Autonomous Women's Association June 23, as well as to publicize the tourism potential in terms of natural attractions and cuisine of the parish of St. Pedro de Vilcabamba, third objective Edit a tourism promotional video which shows the process of making recycled paper crafts Autonomous Association of Women June 23 of the Parish San Pedro de Vilcabamba and Socialization fourth objective of the proposal to the Independent Association Women June 23 and the authorities of the Parish Board and National University of Loja.

The development objectives are complementary to Prepare a Business Plan for Marketing and Distribution Recyclable Paper Crafts Made by the Autonomous Women's Association, June 23 Parish San Pedro de Vilcabamba - Loja - Loja Province, with In order to promote and publicize their production form, the tourism potential in natural attractions and typical gastronomy is the place, with the aim of increasing production and increasing tourist visits;

The methodology focuses on analytical methods, synthetic, literature, objective, explanatory and finally the art of observation, interview, survey and sampling, which was served to the gathering of information and research development.

In conclusion it can be mentioned that the application and implementation of the project will contribute to the development of microenterprise and therefore of the parish, improving the quality of life for members and residents, creating jobs and opportunities for the community tourism development .

To obtain the expected results was performed the following steps: market research, technical study, marketing plan, financial study, environmental study, among others.

# 1 INTRODUCCIÓN

Actualmente reciclar papel es más que un hobby, es una manera de cuidar el planeta. También es la actividad que desarrollan muchos artesanos y la base comercial de papelerías especializadas. Este trabajo artesanal que va desde el diseño de tarjetas y sobres, hasta originales objetos modelados con papel, tiene muy buena aceptación en el mercado, lo que lo convierte en una buena salida laboral.

El país tiene un enorme potencial turístico que sólo podrá aprovecharse a partir del reconocimiento de que el bienestar social está íntimamente vinculado con el medio ambiente, lo cual implica la participación responsable y coordinada de las comunidades, las instituciones de gobierno y los visitantes, así como una planeación estratégica adecuada para disminuir o eliminar impactos ambientales severos.

El desarrollo del papel artesanal en el Ecuador tiene como fundamento una filosofía de vida que se basa en el fomento de las responsabilidades con la misma sociedad, la coexistencia con el respeto al medio ambiente y la difusión de valores culturales propios que coadyuven al sustento de nuestra identidad.

La necesidad de impulsar empresas turísticas en el Ecuador, se debe al potencial turístico y a la necesidad de fortalecer la economía del país, originando alternativas para que el sector empresarial muestre cada vez mayor interés en explotar este recurso; así mismo el espíritu emprendedor ha ido tomando un rol cada vez más importante en los habitantes de cada lugar, abriendo espacios para que entidades públicas y privadas vean el gran potencial para apoyar el desarrollo del país.

Estas actividades en la actualidad se han convertido en una fuente de ingreso para distintos lugares, lo cual permite potenciar al sector turístico, se convierte en fuente económica estratégica para contribuir al progreso económico y social de localidades, regiones y países.

Hoy en día, en lo que respecta al ámbito local una de las principales debilidades que presenta la parroquia es el mal estado en que se encuentran las vías de acceso debido al tiempo invernal y a la mala distribución e inversión de los recursos

económicos, ocasionando inseguridad a turistas y residentes del lugar, y por ende provoca la poca afluencia de turistas.

Existen numerosos atractivos turísticos naturales que demuestran la belleza en la parroquia San Pedro de Vilcabamba situada en la región sur, parte importante de nuestro país, pero estos atractivos no están a consideración como punto clave para atraer a turistas; así como la carencia de una unidad turística responsable en proyectos encaminados a la utilización, planificación y aprovechamiento responsable de estos recursos para el buen desarrollo turístico–económico en la parroquia.

Otro de los problemas que atraviesa la sociedad en lo que corresponde al turismo, es la falta de capacitación a los habitantes acerca de los emprendimientos y valoración de recursos, lo que representa un déficit en el aspecto turístico y productivo del sector; y a la vez una degradación de sus patrimonios.

El problema que atraviesa la parroquia San Pedro de Vilcabamba al tener desconocimiento para la aplicación de un plan de negocios a las pequeñas empresas existente en el sector, ha ocasionado que su producción disminuya y no sea reconocida, ya que no cuentan con el suficiente apoyo técnico de una persona especializada, limitando así el buen desarrollo económico y productivo.

Las políticas de fomento artesanal que han aplicado las instituciones estatales, han pecado por ser demasiado globales y descoordinadas sin centrarse en áreas específicas de promoción. Es por esta razón que se puede afirmar sin temor a equivocarse que en la parroquia San Pedro de Vilcabamba no ha existido una política específica de fomento a la artesanía del papel hecho a mano por parte de los organismos públicos. El apoyo a esta actividad ha surgido más bien desde el lado de la iniciativa privada y de diferentes instituciones sin fines de lucro. Esto, pese a la gran importancia de este tipo de artesanía como actividad generadora de empleo e ingresos para artesanos relegados a un plano secundario.

El propósito de la presente investigación es la elaboración de un Plan de Negocio Turístico para la comercialización y distribución de Artesanías de papel reciclable, elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba – Cantón Loja – Provincia Loja, para la contribución del desarrollo del cantón y porque no decir de la provincia y el país.

El presente estudio aportará al aprendizaje del reciclaje y utilización del papel usado que se lo tiene a disposición en cualquier lugar e innovarlo en una nueva forma de expresión cultural que resalte al país como un buscador de nuevas alternativas de comercializar productos que puedan convertirse en el sustento diario de una familia, con el apoyo de la sociedad dispuesta a sobresalir y buscar nuevas fuentes de trabajo.

El presente trabajo investigativo cuenta con un objetivo general encaminado a Elaborar un Plan de Negocio para la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba – Cantón Loja – Provincia de Loja; y con cuatro objetivos específicos enfocados a: Realizar un diagnóstico de la situación actual de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio; Editar un video turístico promocional donde se muestre la forma de elaboración de dichas artesanías elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba; Proponer una feria turística, en la cual se muestre la elaboración de las artesanías de papel reciclable y todo el potencial turístico natural y gastronómico de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba; y Socializar la propuesta del Plan de negocio con las personas encargadas de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio.

El Plan de negocio para la Comercialización y Distribución de Artesanías de Papel Reciclable, elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba – cantón Loja – Provincia Loja, se lo realiza con el fin de planificar, organizar, financiar y obtener rentabilidad de la empresa, así como promoción y apoyo a la misma.

El desarrollo y puesta en marcha del presente proyecto de tesis además de ser un ente de desarrollo económico para la asociación, se constituye en fuente de empleos directos e indirectos que mejorará la economía de la parroquia, así como también el perfil del sector permitiendo ingreso de turistas al lugar.

La falta de información para elaborar el trabajo investigativo fue una de las principales limitantes, ya que la asociación no cuenta con registros oficiales acerca del progreso de esta actividad (artesanías de papel), la desconfianza y falta de colaboración por parte de las socias para el levantamiento de datos para el desarrollo del Plan de Negocio en cuanto al estudio técnico, administrativo y financiero.

# 2 REVISION LITERARIA

## 2.1 MARCO CONCEPTUAL

### 2.1.1 Actividad turística

Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios.
(http://wwww.observatur.edu.ar, 2012)

### 2.1.2 Atractivo turístico

Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes, por sí. Los complementarios son los que en suma o adicionados a los principales hacen un lugar o zona turística.
(http://wwww.observatur.edu.ar, 2012)

### 2.1.3 Calidad

Partiendo de la prioridad de los actuales exigencias del mercado turístico, de satisfacer las demandas, en función de elementales estándares, en función de costumbres, usos y culturas.
(http://wwww.observatur.edu.ar, 2012)

### 2.1.4 Asociación

Contrato en virtud del cual varios individuos convienen en reunirse de manera permanente para realizar un fin común que no esté prohibido por la ley y que no tenga carácter preponderantemente económico. La palabra asociación tiene un doble significado: el lato y el restringido. El significado lato comprende toda agrupación de personas físicas, realizada con un cierto propósito de permanencia para el cumplimiento de una finalidad cualquiera, de un interés común para

los asociados, siempre que sea lícito. El significado restringido de la palabra asociación se entiende, a su vez, de dos maneras, como asociación de interés público y como asociación de interés privado. Acción de formar una compañía llevando a cabo las formalidades legales necesarias.
(http://www.definicion.org/asociacion, 2012)

### 2.1.5 Reciclaje

Reciclar es someter una materia o un material ya utilizado a un determinado proceso para que pueda volver a ser utilizable: se puede reciclar papel, vidrio, aluminio, plástico, metal…de esta manera los productos de desecho, son nuevamente utilizados.

Cuando reciclamos algún material sólo estamos realizando una parte de un proceso completo, que se centra en la reconversión industrial o artesanal del material para convertirlo en un objeto igual o parecido que pueda volver a usarse.
La definición clásica de reciclaje tomada del diccionario es: "el mismo material es usado una y otra vez para hacer el mismo producto, o uno equivalente. Esta definición reduce la cantidad de materiales vírgenes requeridos para la manufactura.
(http://www.taringa.net/La-Importancia-De-Reciclar_-Como-Reciclar-Papel.html, 2011)

### 2.1.6 Papel artesanal

El papel artesanal es el fabricado “hoja a hoja” por el artesano, a diferencia de la formación en continuo típica de la industria. Entre sus características principales se puede citar la ausencia de un sentido o dirección de fibra predominante y la presencia de “barbas”, formaciones irregulares en los bordes que añade una rusticidad muy apreciada en el mercado.

Su forma de elaboración posibilita el agregado de pétalos, hierbas y un sin fin de elementos decorativos y puede ser aplicado en lámparas, mamparas, sobres, estuches, agendas, tarjetas, cuadernos y álbumes o como soporte del dibujo y la pintura.
(http://www.inti.gob.ar/sabercomo/sc49/inti7.php, 2010)

### 2.1.7 Micro-Empresas

Empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma. (definicion.de/micro-empresa/, 2011)

Las microempresas y pequeñas empresas permiten a la población rural pobre incluso a algunas de las capas más marginadas y vulnerables como las mujeres, los jóvenes y las personas carentes de tierra del mundo rural diversificar sus ingresos, generar nuevas fuentes de crecimiento económico y crear empleo adicional (incluido el autoempleo) en las zonas rurales. Esas mismas capas de la población pueden recibir ayuda mediante el apoyo a las microempresas y pequeñas empresas prestado a través de los pequeños empresarios locales, cuya expansión comercial puede crear nuevos empleos para la población rural pobre. (http://www.ifad.org/microemprea, 2011)

### 2.1.8 Negocio

Un negocio consiste en una actividad, sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer alguna forma de beneficio a otras personas.

Pero también, un negocio consiste en una entidad creada o constituida con la finalidad de obtener dinero a cambio de realizar actividades de producción (por ejemplo, una fábrica de muebles), comercialización (por ejemplo, una tienda de repuestos de autos o una distribuidora) o prestación de servicios (por ejemplo, una restaurante o un taller de mecánica), que beneficien a otras personas. (www.crecenegocios.com, 2011)

### 2.1.9 Plan de Negocio

El plan de negocios reúne en un documento único toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha. Presentar este plan es fundamental para buscar financiamiento, socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la empresa. (http://planuba.orientaronline.com.ar/plan-de-negocios.pdf, 2012)

### 2.1.10 Estudio de Mercado

Esta etapa de estudio o investigación de mercado, investiga, analiza y señala todo lo relacionado al mercado: cuál será el mercado objetivo, cuál será la futura demanda, quiénes serán los competidores, quiénes serán los proveedores, y cuáles serán las estrategias de marketing que se utilizará.
(http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/, 2012)

### 2.1.11 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica utilizada por empresas, que busca literalmente identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el negocio. Puede ser utilizado aplicándolo a cualquier particularidad, ya sea un producto, mercado, corporación, empresa, etc. La información obtenida de un análisis FODA es de mucha utilidad para todo lo relacionado con análisis o estrategias de mercados. Incluso este instrumento es utilizado por personas para planificar un currículo vitae, o para afrontar decisiones personales en la vida diaria. (http://www.misrespuestas.com/que-es-un-analisis-foda.html, 2010)

### 2.1.12 Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

Un paso resumido para realizar una auditoría interna de la administración estratégica consiste en constituir una matriz EFI. Este instrumento para formular estrategias resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas. Al elaborar una matriz EFI es necesario aplicar juicios intuitivos, por lo que el hecho de que esta técnica tenga apariencia de un enfoque científico no se debe interpretar como si la misma fuera del todo contundente. Es bastante más importante entender a fondo los factores incluidos que las cifras reales. (http://planest.wordpress.com/matriz-efi-y-efe/, 2010)

### 2.1.13 Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

El análisis de evaluación de factor externo permitirá a los estrategas resumir y evaluar toda la información externa, como son: las variables ambientales decisivas, predicciones ambientales determinantes y la matriz de perfil competitivo.

En el desarrollo de la MEFE habrá que utilizar vicios de tipo subjetivo, por ello, esta herramienta de formulación de estrategia no debe usarse en forma indiscriminada. Los procedimientos requeridos para la construcción de una MEFE son:

1. Hacer una lista de amenazas y oportunidades decisivas en la firma. El numero recomendado de amenazas y oportunidades clave a incluir en la MEFE, varia de 5 a 20. Para visualizar mejor este proceso se trabaja paso a paso.

2. Asignar una ponderación a cada factor que oscila entre 0.0 (sin importancia) l.0 (muy importante).

   La ponderación dada a cada factor indica la importancia relativa de dicho factor en el éxito de una industria dada. La sumatoria de todas las ponderaciones dadas a los factores deberá ser de 1.0.

3. Hacer una clasificación de 1 a 4 para indicar si dicha variable presenta:

   - ✓ Una amenaza importante (1)
   - ✓ Una amenaza menor (2)
   - ✓ Una oportunidad menor (3)
   - ✓ Una oportunidad importante (4)

4. Multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación, para establecer el resultado ponderado para cada variable.

5. Sumar los resultados ponderados para cada variable con el fin de determinar el resultado ponderado para una organización.

   Sin tomar en cuenta el número de amenazas y oportunidades claves incluidas en la MEFE, el resultado ponderado más alto posible para una organización será 4.0 y el resultado ponderado menor posible de 1.0. El resultado ponderado promedio es, por tanto, 2.5. Un resultado 4.0 indicará que una empresa compite en un ramo atractivo y que dispone de abundantes oportunidades externas, mientras que un resultado 1.0 mostraría una organización que está en una industria poco atractiva y que afronta graves amenazas externas. (http://148.204.211.134/Planeacion_y_Control_Estrategio_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/, 2011)

### 2.1.14 Matriz de Alto Impacto

Se puede definir como el enfrentamiento de factores internos y externos, con el propósito de generar estrategias alternativas. Por ejemplo, una empresa poseedora de mucho capital de trabajo (una fortaleza interna) podría aprovecharse del gran crecimiento de la industria aeroespacial (40% anual) comprando una firma en dicho sector. Este ejemplo sólo ilustra comparación uno a uno. En la mayoría de las situaciones, las relaciones internas y externas son mucho más complicadas y el proceso de cotejamiento requiere mayor reflexión. (http://dofamatriz.blogspot.com/, 2010)

### 2.1.15 Matriz de Michael Porter

El modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta de gestión que permite realizar un análisis externo de una empresa, a través del análisis de la industria o sector a la que pertenece.

Esta herramienta considera la existencia de cinco fuerzas dentro de una industria:

1. Rivalidad entre competidores
2. Amenaza de la entrada de nuevos competidores
3. Amenaza del ingreso de productos sustitutos
4. Poder de negociación de los proveedores
5. Poder de negociación de los consumidores

El clasificar estas fuerzas de esta forma permite lograr un mejor análisis del entorno de la empresa o de la industria a la que pertenece y, de ese modo, en base a dicho análisis, poder diseñar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas. (http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/, 2012)

### 2.1.16 Matriz de Leopold

La matriz fue diseñada para la evaluación de impactos asociados con casi cualquier tipo de proyecto. Su utilidad principal es como lista de chequeo que incorpora información cualitativa sobre relaciones causa y efecto, pero también es de gran utilidad para la presentación ordenada de los resultados de la evaluación. Previo a

la realización de esta evaluación se debe de hacer un Análisis del Ciclo de Vida del proyecto o actividad.

El método de Leopold está basado en una matriz con las actividades que pueden causar impacto al ambiente del proyecto ordenadas en columnas y los posibles aspectos e impactos ordenados en por filas según la categoría (ambiente físico-biológico, socioeconómico).

En cada celda habrá dos números con rango del 1 al 10, el primero es la magnitud del impacto y el segundo será la importancia. La valoración es principalmente cualitativa, basada en criterios de expertos y en investigaciones previas sobre el tema.

Una vez determinados la magnitud y la importancia de cada celda, se deberá calcular cuántas acciones son positivas y cuántas son negativas, y cuántos factores ambientales son afectados de manera positiva y cuántos de manera negativa. (http://www.comprasresponsables.org/Matriz-de-Leopold.pdf, 2011)

### 2.1.17 Análisis del Entorno

En un plan de negocio se debe analizar el entorno en todos sus aspectos como social, cultural, económico, tecnológico, político, legal y ambiental.

- ✓ **Aspectos sociales y culturales**

Permiten evaluar si el proyecto, tiene algún impacto y pertinencia en los futuros consumidores, por ello es importante conocer su nivel de ingresos, estrato social al cual pertenece, costumbres y tradiciones, valores sociales y culturales

- ✓ **Aspectos económicos.**

Su estudio se centra en el ingreso per cápita de los consumidores y en los aspectos económicos de la industria, entre los cuales se puede destacar la consecución de materias primas (escasez y compra), medios de transporte de los insumos y productos terminados (costo de fletes, vigilancia y seguros), procesamiento de productos y servicios (industrias competidoras), y el área de influencia del mercado (consumidores, proveedores y competencia).

- ✓ **Aspecto tecnológico**

Una barrera de entrada que tienen empresarios, al querer desarrollar un proceso productivo, es el costo y la consecución de la maquinaria con la cual desean empezar su proyecto, a veces con maquinaria importada, lo que incrementa los costos de instalación. Este es un factor determinante para incursionar en el mercado y empezar a competir con grupos económicos muy fuertes y de gran aceptación en el mercado.

- ✓ **Aspectos políticos y legales**

La legislación laboral, comercial, tributaria, civil y penal, le permiten al empresario establecer con claridad cuáles son sus obligaciones con el Estado, con sus empleados, con los socios o accionistas y con la sociedad. Estas normas aplican para los empresarios nacionales y para los empresarios extranjeros.

- ✓ **Aspectos ecológicos y medioambientales**

Uno de los aspectos que más preocupa al mundo, es el alto grado de contaminación atmosférica, hídrica, suelos y en especial la deforestación, quema y tala de árboles, que se lleva a cabo con el fin de crear nuevas industrias.

Las normas ISO (Organización Internacional de Estándares) permiten que el empresario certifique su proceso productivo, controlando el impacto de sus actividades y tareas, en los productos y servicios sobre el medio ambiente, con una producción limpia, a través de la norma ISO 14000, con el fin de proteger a los consumidores mediante productos no contaminados y defectuosos, a las sociedad a través del desarrollo sostenible o sustentable y, por ende, al medio ambiente agua, tierra, atmosfera, etc. (Ruiz, 2011)

### 2.1.18 Ventajas Competitivas y Comparativas

Las ventajas comparativas están soportadas por características específicas adicionales, que se le incorpora a los productos o servicios, las cuales le permiten superar las expectativas generadas en el cliente sobre los productos y servicios inicialmente ofrecidos.

Cuando un producto o servicio es lanzado al mercado, lo que se busca es satisfacer las necesidades en los clientes o consumidores, y cuando estos son únicos, se dice que son innovadores, porque no tienen competidores frente a otros de su misma especie.

Las ventajas competitivas se presentan cuando la empresa o proyecto crea diferentes estrategias para posicionar su producto o servicio, frente a los competidores que existen en el mercado; por lo tanto una empresa que desee adoptar dichas ventajas, puede establecer políticas de justo a tiempo (entrega oportuna), segmentación del mercado para la distribución (quienes son nuestros clientes), políticas de calidad (características específicas de un producto o servicio), servicio posventa (línea de atención al cliente), información vía internet, bases personalizadas de datos de clientes o referidos, entre otros. (Ruiz, 2011)

### 2.1.19 Cronograma de Actividades

Antes de ejecutar un proyecto, el empresario debe realizar un plan estratégico de actividades pre operativas (antes) y operativas (durante), con el fin de evaluar si todo lo que ha presupuestado, efectivamente se a cumplido de acuerdo a lo establecido. El método más efectivo para controlar este tipo de actividades es por medio de un diagrama de Gantt o cronograma de actividades. También pueden desarrollarse diagramas de Gantt por aéreas, departamentos o por actividades específicas.

### 2.1.20 Plan De Marketing

Es la herramienta más valiosa para determinar cómo conseguir clientes. Esta es la tarea más crítica del negocio, pues sin ellos el negocio no existe. Por lo tanto, la forma en que se consiguen debe ser clara y cuidadosamente diseñada. Dentro del plan de mercadeo se definen los siguientes aspectos:

#### 2.1.20.1 Fijación de Políticas de Precio

La cantidad que se paga por los bienes o servicios constituye su precio; su fijación es sumamente importante, puesto que influye en la percepción que tiene el consumidor sobre el producto o servicio. No debe de olvidarse a qué tipo de

mercado se dirige, debe saberse si lo que buscará el consumidor será calidad, sin importar mucho el precio, o si él será una de las variables importantes de decisión.

#### 2.1.20.2 Estrategia de Ventas

Definir el tipo de sistema de venta, ya sea personales o sistemas complejos de distribución. Las ventas personales son especialmente importantes para el micro o pequeño empresario puesto que la mayoría de sus ingresos depende de éstas.

#### 2.1.20.3 Estrategia Promocional

Es esencialmente un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como son: la publicidad, la promoción de ventas e indirectamente las etiquetas y el empaque.

#### 2.1.20.4 Estrategia de Distribución

Se trata de definir qué tipo de canales se usarán, los métodos de despacho y transporte; y los costos de éste.

#### 2.1.20.5 Políticas de Servicio

Deben considerarse los aspectos relacionados con términos de la garantía en el servicio, tipo de servicio al cliente, política de cobro y comparar la política de servicio de la empresa con la de la competencia.
(http://biblioteca.utec.edu.pdf, 2010)

### 2.1.21 Función del Plan de Marketing

Tamaño del Mercado: conocido como el mercado global. El objetivo de este proceso es llegar a formular el plan de ventas y definir la fracción del mercado objetivo.

Mercado Objetivo: consiste en definir de una manera más específica las características que tienen en común los clientes. Este puede segmentarse de acuerdo a:

Descripción Demográfica: contempla aspectos relacionados con la segmentación de la edad, nivel socioeconómico, género, nivel educativo, entre otros.

Descripción Geográfica: es el aspecto más fácil de definir del mercado objetivo, consiste en definir el área geográfica que la empresa pretende cubrir con su producto o servicio. Esta definición debe de ser lo más concreta posible.

Descripción del estilo de vida: define los aspectos relacionados con las preocupaciones e intereses de los clientes, qué es lo que les interesa y dónde compran habitualmente.

Descripción Psicográfica: consiste en definir las características psicológicas que influyen en las decisiones de compra.

Descripción de la sensibilidad de compra: el objetivo es identificar cuáles son los factores de mayor importancia para el cliente cuando decide comprar.

Producto / Servicio: se trata de conocer en detalle las características del producto/ servicio en relación con los demás que existen en el mercado. En este sentido deben detallarse los siguientes factores: descripción detallada del producto / servicio que se va a vender, elementos especiales del producto / servicio y las fortalezas o debilidades del producto frente a los productos competidores.

La Competencia: se trata de determinar las fortalezas y debilidades de las empresas competidoras, su tamaño, la importancia de cada una de ellas y las políticas que aplica.

Deben analizarse los siguientes aspectos: precios, limitaciones en la satisfacción de los clientes, mercado que manejan, capacidad de producción y la imagen de ésta ante los clientes. (http://biblioteca.utec.edu.pdf, 2010)

### 2.1.22 Producción

Tener un plan de producción le ayudará a evaluar si la empresa puede lograr una mayor eficiencia o mejorar la calidad de sus productos o servicios.

Se deberá realizar una explicación paso a paso de los procesos y equipos que se usarán para la producción de los productos o servicios. Se deben considerar los siguientes aspectos:

- ✓ Fuerza de Trabajo: determinar qué tipo y cuánta fuerza de trabajo es la que realmente necesita la empresa, quién y cómo la supervisa.

- ✓ Productividad: tiene un impacto directo sobre los márgenes de ganancia. Entre otros factores, la productividad depende de cuánto tiempo y cuántas personas necesitan para producir sus productos.

- ✓ Capacidad: la capacidad mide cuánto trabajo pueden manejar sus instalaciones, equipo y fuerza de trabajo. Si se cuenta con un exceso de capacidad, se tiene la posibilidad de producir más de lo que se está vendiendo actualmente con los mismos recursos. Pero un exceso permanente de capacidad puede representar un gasto innecesario.
  (http://biblioteca.utec.edu.pdf, 2010)

### 2.1.23 Plan de Exportación

El plan de marketing para el exportador es como el mapa para un viajero: herramienta para llegar a su destino. Este plan debe incluir estrategias de internacionalización detalladas, objetivos y los métodos para vender el o los productos / servicios en el mercado exterior.

Al determinar los objetivos y planes de acción, este tipo de plan permite al exportador la posibilidad de prever posibles dificultades que presente el nuevo mercado y preparar la respuesta ante éstos, sin desviar los objetivos. Realizar un plan de marketing de exportación puede ser un desafío complejo. (http://www.pymex.pe/Marketing/plan-de-marketing-para-exportar.html, 2011)

### 2.1.24 Estudio Técnico

En esta tercera etapa se diseña y define todos los procesos que conformarán el negocio, incluyendo el proceso de compras, el proceso de transporte, el de almacenaje, el de producción, de distribución, de ventas, etc.

Señala las fases o etapas que conforman cada proceso, el personal encargado, la disposición del área productiva, la localización de las máquinas, las disposiciones técnicas. (http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/, 2012)

### 2.1.25 Ubicación

El empresario debe emplear varios referentes que le permitan establecer dónde, cuándo y cuál será el tamaño de la capacidad instalada de su empresa.

- ✓ **Canales de distribución.** Se debe evaluar cuál es el medio de transporte de las materias primas que utilizarán los proveedores, y cuál es el medio de transporte que empleará el empresario para distribuir sus mercancías.

- ✓ **Mercado.** Establecer los posibles canales de comercialización y distribución, con el fin de minimizar los costos de distribución, averías en mercancías, almacenamientos y bodegajes innecesarios. De igual manera evaluar los centros y medios de distribución de los competidores, para favorecerá los consumidores.

- ✓ **Mano de Obra Directa e Indirecta.** Algunos proyectos requieren de mano de obra calificada, por tal motivo es importante seleccionar y clasificar dichos trabajadores.

  La mano de obra es un factor decisivo en los procesos de producción y administrativos, por lo tanto es importante realizar el proceso de reclutamiento selección y admisión de los trabajadores que cumplan con los perfiles y requisitos exigidos para cada cargo.

- ✓ **Factores Climáticos y Medio Ambientales.** Es importante evaluar si el proyecto requiere de un clima específico, su desarrollo. Algunos planes de negocio se desarrollan cerca de los factores productivos, con el fin de minimizar costos, tal como se destacó en los ítems anteriores.

- ✓ **Disponibilidad de Servicios.** Bancarios, médicos, hospitalarios, policial y de vigilancia.

- ✓ **Costos de:** Terrenos, arriendos, impuestos, servicios públicos. No todas las ciudades, regiones y pueblos, tienen los mismos costos de subsistencia. Si la ciudad es pequeña los costos de arriendo, servicios públicos, impuestos y terrenos, son más bajos. (Ruiz, 2011)

### 2.1.26 Misión

Cuando un empresario constituye una empresa, la cual es el origen de un proyecto, debe plantearse y resolver las siguientes preguntas, para establecer cuál es la razón de ser de su empresa o proyecto y cuál es su objetivo.

¿Por qué voy a crear mi empresa?
¿Cuál es el objeto de esta empresa?
¿Cuáles son los valores fundamentales con los que se regirá mi empresa?

Una vez definidas y contestadas estas preguntas se puede decir que la misión de una empresa se fundamenta básicamente en el propósito para el cual fue creada, teniendo en cuenta el tipo de actividades que se realizaran durante el periodo de operación. (Ruiz, 2011)

### 2.1.27 Visión

Es un conjunto de ideas generales que permiten definir claramente, a donde quiere llegar la empresa o proyecto a futuro, mediante proyecciones descriptivas y cuantitativas, las cuales deben estar alineadas con la misión organizacional. (Ruiz, 2011)

### 2.1.28 Estudio Administrativo

Representa uno de los aspectos más importantes dentro del plan de negocios, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores.

Para hacer el estudio se debe empezarse por elaborar un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, dicho estudio debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el

aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios.
(http://www.trabajo.com.mx/estudio_administrativo.htm, 2011)

### 2.1.29 Innovación y Creatividad Empresarial

El éxito de un proyecto depende de la innovación y la creatividad que se le desarrolle, ya que la competitividad pude minimizar los márgenes de rentabilidad, debido a la estrategia de precios y a las ventas competitivas que ofrecen las empresas en el mercado. Es por esto que la innovación genera un crecimiento continuo y equilibrado, compensando el desgaste o la dimensión de la vida útil que sufren los productos en el mercado, a través del desarrollo de nuevos productos.

### 2.1.30 Estructura Organizacional y Legal

Tiene como objetivo definir la posibilidad legal y social, para que el negocio se establezca y opere, la definición del tipo de sociedad y las obligaciones tributarias, comerciales y laborales que de ella se derivan, analizar las implicaciones que sobre la comunidad tiene el proyecto, determinar las regulaciones locales y los permisos requeridos. (http://biblioteca.utec.edu.pdf, 2010)

### 2.1.31 Estudio Financiero

Finalmente, en esta etapa del estudio financiero, evaluamos la factibilidad y la rentabilidad del proyecto, teniendo en cuenta los estudios de la inversión y el estudio de los ingresos y egresos que hemos realizado previamente.

Para la evaluación del proyecto, además de medir la rentabilidad del proyecto con respecto a la inversión y el periodo de recuperación de ésta, lo usual es hacer uso de los indicadores financieros de rentabilidad del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno (VAN y TIR). (http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/, 2012)

### 2.1.32 Balance

El balance de instalación refleja los aportes de los socios de la empresa en el patrimonio, y el valor de los pasivos expresados en préstamos financieros

otorgados por terceros, durante el periodo de instalación o de iniciación del proyecto.

De igual manera se debe expresar en que se han invertido estos recursos entre los activos, ya sean los activos corrientes o de corto plazo, activos fijos, gastos pre-operativos y activos pagados por anticipación. Recordando que la suma del pasivo más el patrimonio debe ser igual al total de los activos. (Ruiz, 2011)

### 2.1.33 Evaluación Financiera

El objetivo central es determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas, las posibilidades de tener acceso real a dichas fuentes. Igualmente debe determinar en el caso de que se use financiación, los gastos financieros y los pagos de capital propios al préstamo. El otro propósito es el análisis de liquidez de la organización y la elaboración de proyecciones financieras.

Para ampliar estos propósitos deben cubrirse las siguientes etapas:

#### 2.1.33.1 Flujo de Caja

Es sin lugar a dudas, la herramienta que permite determinar las necesidades reales de capital en los distintos momentos de desarrollo del negocio. El cual compara los ingresos efectivamente recibidos y los egresos efectivamente pagados.

Con base en el flujo de caja pueden determinarse los momentos en los cuales los aportes de los socios y/o los préstamos de los intermediarios financieros son absolutamente necesarios para mantener una posición de caja final, al menos igual al colchón de efectivo.

#### 2.1.33.2 Estados de Resultados

El estado de resultados, muestra, a nivel de causación, las utilidades producidas por el negocio en el período de análisis. Básicamente compara ingresos con costos y gastos causados en un periodo de operación del negocio.

#### 2.1.33.3 Cuadros auxiliares

Consisten en la presentación de importante información complementaria necesaria para la elaboración del balance, estado de pérdidas y ganancias, entre otros.

#### 2.1.33.4 Proyección de Ventas

Se utiliza para determinar los ingresos por ventas a ser incluidos en las proyecciones de Ganancia y Pérdida y del flujo de Caja y para la estimación de los volúmenes de compra de mercadería o producción.

#### 2.1.33.5 Proyección del Flujo de Ingresos por Ventas

Éste se realiza por que la mayoría de empresas no cobrarán todas sus ventas en el mismo momento en que las realiza. Para tener una adecuada imagen de cómo será la situación financiera, se debe realizar las proyecciones del flujo de caja teniendo en cuenta el momento en que los fondos ingresan realmente a la empresa.

#### 2.1.33.6 Proyección de Costos

Cada producto o servicio producido tiene asociado una serie de costos directamente relacionados con su producción, así como también, a su vez, tienen una serie de costos directamente asociados con la venta.
(http://biblioteca.utec.edu.pdf, 2010)

### 2.1.34 Estudio Ambiental

Es un proceso de análisis encaminado a identificar, predecir, interpretar, valorar, prevenir, corregir y comunicar las consecuencias o efectos de un proyecto o actividad sobre el medio ambiente, que puedan causar sobre la calidad de vida del ser humano y su entorno medio ambiental.
(http://dspace.ups.edu.ec/estudioambiental.pdf, 2011)

## 2.2 MARCO REFERENCIAL

### 2.2.1 Análisis Geográfico

#### 2.2.1.1 Ubicación Geográfica

**Cuadro N° 1 Ubicación y Gráfico**

| DATOS: | | Fotografía |
|---|---|---|
| Ubicación Global | Sur del País | |
| País | Ecuador | |
| Provincia | Loja | |
| Cantón | Loja | |
| Parroquia | San Pedro de Vilcabamba | |
| Barrio | Barrio “Panecillo” | |

**Fuente:** Lic. Tatiana Ramón B.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Descripción**: La parroquia San Pedro de Vilcabamba es un lugar maravilloso, privilegiado por la naturaleza con una vista panorámica única en el sector, se encuentra en la parte Sur – Oriental del Ecuador, a 37 km de la ciudad de Loja, lugar en el que se encuentra la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio situada en el barrio Panecillo.

**Cuadro N° 2 Datos Generales**

| | | |
|---|---|---|
| Número de habitantes | Mujeres | 639 habitantes |
| | Hombres | 650 habitantes |
| | Total | 1289 habitantes. |
| Idioma Nativo | Español. | |
| Extensión | 68.27 $km^2$ aproximadamente. | |
| Ubicación | Se encuentra en la Provincia de Loja, a 37km de la ciudad de Loja. | |
| Coordenadas Geográficas | Longitud: 79º 13’ 17’’ Oeste.<br>Latitud: 4º 14’ 36” Sur. | |
| Límites | Norte | Parroquia Malacatos. |
| | Sur | Parroquia Vilcabamba. |
| | Este | Provincia de Zamora Chinchipe. |
| | Oeste | Con las Parroquia de Malacatos y Vilcabamba. |
| Orográfica | Encontramos algunos cerros que la circundan, entre éstos | |

| | |
|---|---|
| | tenemos: Laguarango, Cararango, Cerro Grande, Tuco – Tuco, La Pirámide, Minas, Solomaco y la Cordillera de los Andes. |
| Temperatura | 19.4°C Aproximadamente. |
| Clima | Subtropical seco, influenciado por la Cordillera de los Andes. |
| Precipitación | En el mes de octubre a mayo del siguiente año. |
| Altitud | 1700 m.s.n.m. |
| Hidrografía | Río Uchima, mismo que nace en las estribaciones de las Cordilleras de Banderillas, Colanuma y Chinchal Verde y fluyen además quebradas como Culebrilla, Alizal, Colanuma, Toronche y Chinchal Verde. |

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial – Parroquia San Pedro de Vilcabamba.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 2.2.2 Análisis Ecológico y Ambiental

#### 2.2.2.1 Análisis Ecológico

**Cuadro N° 3 Análisis Ecológico**

| | |
|---|---|
| **Análisis Ecológico** | Por ser una empresa productora de artesanías de papel reciclado el impacto ambiental no se presenta, ya que a su vez esta ayuda a la protección y cuidado del entorno de la parroquia. |
| **Formaciones Vegetales** | La vegetación se encuentra inalterada, en algunas partes el epífitismo es alto manifestado especialmente por la bromelias, orquídeas, líquenes y musgos. |
| **Recursos Naturales** | ✓ Río Uchima: Posee sus aguas limpias y cristalinas, conserva su vegetación, sirve de albergue de la biodiversidad.<br>✓ El Salado y el Agua Soda: Lugares naturales ubicados a 3 km del barrio Sacapo, a la orilla del Río Uchima existe un sitio donde produce agua con sabor a sal y burbuja parecida al agua mineral y tiene poderes curativos.<br>✓ Bosques del Toronche y Romerillos: Están ubicados en el Parque Podocarpus y son muy visitados porque en este lugar nace la captación de agua potable para todos los barrios de esta parroquia y también algunos barrios de la parroquia Malacatos. |

| | Nombre común | Nombre científico |
|---|---|---|
| **Flora** | ✓ Kikuyo | ✓ *Penicetum Clandestinum* |
| | ✓ Maíz | ✓ *Zea mays* |
| | ✓ Papa | ✓ *Solanum tuberosum* |
| | ✓ Cebada | ✓ *Hordeum vulgare* |
| | ✓ Trigo | ✓ *Triticum aestivum* |
| | ✓ Café | ✓ *Coffea arabica* |
| | ✓ Aliso | ✓ *Alnus acuminata* |
| | ✓ Pavito - gualanday | ✓ *Jacaranda copaia* |
| | ✓ Faique | ✓ *Acacia macracantha* |
| | ✓ Bambú | ✓ *Bambusa bulgaris* |
| | ✓ Eucalipto | ✓ *Eucaliptus globulus* |
| | ✓ Guaba | ✓ *Inga edulis* |
| | ✓ Naranja | ✓ *Naranjus* |
| | ✓ Lima | ✓ *Citrus aurantifolia* |
| **Fauna** | **Nombre común** | **Nombre científico** |
| | ✓ Conejo silvestre | ✓ *Sylvilagus brasiliensis* |
| | ✓ Ardilla | ✓ *Sciururs vulgaris* |
| | ✓ Tacuazín | ✓ *Didelphys masupialis* |
| | ✓ Zorrillo | ✓ *Conepatus chinga* |
| | ✓ Puma | ✓ *Puma concolor* |
| | ✓ Lobo de paramo | ✓ *Lycalopex culpaeus* |
| | ✓ Gallinazo | ✓ *Caragypus atratus* |
| | ✓ Mirla patiamarilla | ✓ *Turdus fuscater* |
| | ✓ Garrapatero Pijuy | ✓ *Crotophaga sulcirostris* |
| | ✓ Tordo renegrido | ✓ *Molothrus banariensis* |
| | ✓ Choqueco | ✓ *Campylorhinchus fasciatus* |
| | ✓ Golondrina barranquera | ✓ *Notiochelidon cyanoleuca* |
| | ✓ Paloma Collareja | ✓ *Columba fasciata* |

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial – Parroquia San Pedro de Vilcabamba.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 2.2.2.2 Análisis Ambiental

#### 2.2.2.2.1 Áreas Naturales

**Cuadro N° 4 Áreas Naturales**

| TIPO DE ÁREAS NATURALES | | | |
|---|---|---|---|
| **Nombre** | **Propietario** | **Categoría de manejo** | **Características** |
| Reserva “El Bosque | Familia Hofman-Horton | Investigación científica | Bosque húmedo montano, donde se realiza protección y conservación del recurso hídrico. |

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial – Parroquia San Pedro de Vilcabamba.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D

#### 2.2.2.2.2 Antecedentes

**Cuadro N° 5 Antecedentes**

| | |
|---|---|
| **Antecedentes del Área Protegida** | Bosque protector El Bosque: Ubicado junto al lado occidental del PNP. En la parroquia San Pedro de Vilcabamba, cantón Loja, tiene una superficie de 2.233 hectáreas, su altura máxima es 3.680 msnm. |
| **Análisis de la Gestión Ambiental** | Bosque húmedo montano donde se realiza investigación científica, protección y conservación del recurso hídrico, agroforestería, aprovechamiento de productos forestales no maderables y desarrollo de turismo especializado; en este bosque existen importantes remanentes de hábitats que aseguran la supervivencia de especies de fauna en peligro como el oso andino. |
| **Análisis de la Gestión Social** | Está destinada a la realización de estudios y es manejada desde el año de 1976 por la familia Hofman-Horton |

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial – Parroquia San Pedro de Vilcabamba.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 2.2.3 Análisis Político y Poblacional

#### 2.2.3.1 Organización Política y Social

**Cuadro N° 6 Organización Política**

| Nombre | Función |
|---|---|
| Lic. Edulia González Mendoza | Presidenta |
| Ing. Flora León Barrigas | Vicepresidenta |
| Lic. Modesto Flores Alejo | Primer vocal |
| Lic. Dina Barrigas Robles | Segundo vocal |
| Sr. Hermel Lanche Cabrera | Tercer vocal |

**Fuente:** http://www.asogopal.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=86&Itemid=228
**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

Existen servicios públicos como son: La Tenencia Política, la Unidad de Policía Comunitaria, el Seguro Social Campesino, el INNFA dispone de un centro de desarrollo infantil. A demás, existen instituciones, fundaciones, y organizaciones que brindan su apoyo y contribuyen al desarrollo de la parroquia.

Con la dirección de sus líderes comunitarios y apoyo de sus moradores se realizan obras mediante el sistema tradicional de la minga; es así como se construyó la iglesia, escuela, canchas, cementerio, caminos vecinales, canales de riego, casa comunal y seguro social campesino.

#### 2.2.3.2 Antecedentes demográficos.

La parroquia tiene 1.289 habitantes, de los cuales 650 son hombres y 639 son mujeres (**Fuente:** INEC - Censo 2010).

#### 2.2.3.3 Datos Poblacionales

**Cuadro N° 7 Distribución por Barrios**

| BARRIO |
|---|
| ✓ Central |
| ✓ Panecillo |
| ✓ Dorado Alto |
| ✓ Dorado Bajo |
| ✓ Amala |
| ✓ Carango |

| |
|---|
| ✓ Sacapo |
| ✓ El Chaupi |
| ✓ Uchima |

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial – Parroquia San Pedro de Vilcabamba.
**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D

### 2.2.4 Análisis Socioeconómico

#### 2.2.4.1 Antecedentes Económicos

Los principales productos de la zona son: café, caña de azúcar, maíz, fréjol, yuca, camote, papas, zanahoria blanca y amarilla, hortalizas, naranjas, limas, limón dulce y agrio, mandarinas, manzanas, uvas, chamburos, toronches, babacos, fresas, chirimoyas, papayas, granadillas, aguacates, guabas, tunas, tumbos, cidras, mangos, zapote, etc.

Asimismo se da la producción del ganado vacuno, caprino, porcino, variedad de aves de corral y peces (truchas).

Dentro de la parroquia destaca la Asociación de Mujeres 23 de Junio, quienes realizan una variedad de objetos con papel reciclado, chante, cabuyo, tronco de guineo, hojas y flores naturales. Además de las carpinterías, modisterías, artesanías en cuero, procesamiento del café en la Apiladora León y también la Asociación de Apicultores quienes procesan varios derivados de la miel de abeja.

**Cuadro N° 8 Actividades Económicas**

| CUADRO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS | | |
|---|---|---|
| **ACTIVIDADES** | **PRODUCTOS** | **%** |
| Agrícola | Café, caña de azúcar, maíz, fréjol, yuca, camote, papas, zanahoria blanca y amarilla, hortalizas, naranjas, limas, limón dulce y agrio, mandarinas, manzanas, uvas, chamburos, toronches, babacos, fresas, chirimoyas, papayas, granadillas, aguacates, guabas, tunas, tumbos, cidras, mangos, zapote | 60% |

| | | |
|---|---|---|
| Ganadera | Ganado vacuno, caprino, porcino, variedad de aves de corral y peces (truchas). | 5% |
| Artesanal | Asociación de Mujeres 23 de Junio, quienes realizan una variedad de objetos con papel reciclado, chante, cabuyo, tronco de guineo, hojas y flores naturales. Además de las carpinterías, modisterías, artesanías en cuero, | 20% |
| Apícola | Varios derivados de la miel de abeja. | 15% |

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial – Parroquia San Pedro de Vilcabamba.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

#### 2.2.4.2 Producción Agrícola

**Cuadro N° 9 Producción Agrícola**

| PRODUCCIÓN AGRÍCOLA Y DESTINO | | |
|---|---|---|
| **Barrio** | **Productos agrícolas** | **Destino** |
| Sacapo | Hortalizas, verduras y frutas. | Ciudad de Loja y parroquias cercanas. |
| Dorado Alto | Hortalizas, verduras y frutas. | Ciudad de Loja y parroquias cercanas. |

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial – Parroquia San Pedro de Vilcabamba.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 2.2.5 Análisis Histórico Cultural

#### 2.2.5.1 Análisis Histórico

**Cuadro N° 10 Análisis Histórico**

| | |
|---|---|
| **Aspectos históricos de la comunidad.** | Con el devenir del tiempo los moradores del barrio o caserío de San Vilcabamba sienten la necesidad de elevar a la categoría de Parroquia a este lugar y para cumplir este objetivo se organizan y forman un Comité Pro-Parroquialización de San Pedro de Vilcabamba. Después de muchas vicisitudes llegan a cristalizar su objetivo en el año de 1987, según Acuerdo Ministerial Nro. 1338, y publicado |

| | |
|---|---|
| | en el Registro Oficial Nro. 452 del 19 de agosto de 1987. |
| **Aspectos Culturales de la comunidad.** | El 29 de junio en honor al Patrono San Pedro, al Señor de la Agonía y al Señor de la Caída. |

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial – Parroquia San Pedro de Vilcabamba.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 2.2.5.2 Análisis Cultural

**Cuadro N° 11 Análisis Cultural**

| | |
|---|---|
| **Tradiciones** | ✓ Fiestas de Carnaval.<br>✓ Fiestas de Corpus Christi, Junio.<br>✓ Fiesta de San Pedro 29 de junio.<br>✓ Fiesta de Santa Rosa, Barrio Cararango, 30 de Agosto.<br>✓ Fiesta en honor a la Virgen María, en el Chaupi, 8 de Septiembre.<br>✓ Fiesta de Parroquialización, primera semana de diciembre.<br>✓ Fiesta de Navidad en Sacapo, 25 de diciembre. |
| **Artesanías** | ✓ Artesanías de papel reciclable elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio. |
| **Música y danza** | ✓ Grupos modernos de música y danza. |
| **Vestimenta** | ✓ Su vestimenta es moderna. |
| **Juegos populares** | ✓ Los encostalados<br>✓ Palo encebado |

**Fuente:** Observación directa.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 2.2.6 Festividades

**Cuadro N° 12 Festividades de la Comunidad**

| Fecha | Lugar | Motivo |
|---|---|---|
| Febrero – Marzo | Rio Uchima | Fiestas de Carnaval. |
| Junio. | Barrio Centran | Fiestas de Corpus Christi |
| 29 de junio | San Pedro de Vilcabamba | Fiesta de San Pedro |
| 30 de Agosto | Barrio Cararango | Fiesta de Santa Rosa |
| 3 de mayo | Barrio Sacapo | Día de las Cruces |
| 8 de Septiembre. | Barrio Chaupi | Fiesta en honor a la Virgen María |

| | | |
|---|---|---|
| 1 al 8 de diciembre | La parroquia | Fiesta de Parroquialización, |
| 25 de diciembre. | Barrio Sacapo | Fiesta de Navidad |

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial – Parroquia San Pedro de Vilcabamba.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 2.2.7 Gastronomía

**Cuadro N° 13 Cuadros de Gastronomía**

| GASTRONOMÍA TÍPICA |
|---|
| ✓ Tamales |
| ✓ Cuy hornado |
| ✓ Humitas |
| ✓ Bizcochuelos |
| ✓ Chibatos |
| ✓ Arepas |
| ✓ Mazapanes |
| ✓ Batido de dulce con maní |
| ✓ Repe |
| ✓ Cecina |
| ✓ Seco de chivo |
| ✓ Caldo de gallina criolla |
| **BEBIDAS** |
| ✓ Chicha |
| ✓ Guarapo |
| ✓ Canelazos |
| ✓ Aguado de leche |

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial – Parroquia San Pedro de Vilcabamba.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

# 3 MATERIALES Y MÉTODOS

## 3.1 Materiales

- ✓ Camara de fotos
- ✓ Camara filmadora

**Útiles de oficina**

- ✓ Computadora portatil
- ✓ Impresora
- ✓ Escritorio
- ✓ Sillon
- ✓ Memoria USB
- ✓ Cuaderno de apuntes
- ✓ Esfero gráfico

## 3.2 Métodos.

El presente trabajo investigativo se lo realizó en la Carrera de Administración Turística de la Universidad de Loja, dirigido a los pobladores de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba y turistas en general, en donde se utilizó los siguientes métodos y técnicas:

- ✓ **Método científico:** El método científico es la sucesión de pasos que se debe dar para descubrir nuevos conocimientos, o en otras palabras para comprobar hipótesis que implican predican conductas de fenómenos desconocidos hasta el momento y los instrumentos de trabajo investigativo. (Moguel, 2010)

- ✓ **Método de estudio de casos:** Puede ser empleado para el estudio de una situación, una comunidad, un grupo, una institución o un individuo. El método de estudio de casos es un método descriptivo en el que se maneja un gran número de variables e indicadores. Generalmente no se parte de un problema definitivo ni de hipótesis. Se intenta lograr una descripción precisa de una realidad limitada sobre una variedad de fenómenos, estructuras y procesos en los que se hace resaltar sus características particulares. En este caso se parte del supuesto de que un caso particular es representativo para muchos otros casos similares que hacen posible una generalización.(Metodos, 2011)

- ✓ **Método descriptivo:** Es el estudio sistemático que describe, analiza e interpreta un fenómeno o situación de manera inmediata que obtiene datos e información instantánea obteniéndolo de un suceso en forma natural o actual. El método descriptivo apunta a estudiar el fenómeno en su estado actual y en su forma natural; por tanto las posibilidades de tener un control directo sobre las variables de estudio son mínimas por lo cual su validez interna es discutible. A través del método descriptivo se identifica y conoce la naturaleza de una situación en la medida que ella existe durante el tiempo de estudios. Por consiguiente no hay administración o control manipulativo o un tratamiento específico. Su propósito básico es: describir cómo se presenta y qué existe con respecto a las variables o condiciones en una situación.(Nivelesinvestigacion, 2010)

- ✓ **Método analítico:** Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. (Metodoanalítico, 2011)

- ✓ **Método Explicativo:** Buscan encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos. Su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste. "Están orientados a la comprobación de hipótesis causales de tercer grado; esto es, identificación y análisis de las causales (variables independientes) y sus resultados, los que se expresan en hechos verificables (variables dependientes). Los estudios de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación. Asimismo, debe señalar las razones por las cuales el estudio puede considerarse explicativo. Su realización supone el ánimo de contribuir al desarrollo del conocimiento científico". (Metodos-de-Investigacion-Explicativo, 2010)

- ✓ **Método bibliográfico:** Conocido como método de investigación bibliográfica, es el conjunto de técnicas y estrategias que se emplean para localizar, identificar y acceder a aquellos documentos que contienen la información pertinente para la

investigación; es el sistema que se sigue para obtener información contenida en documentos.(metodo.información.bibliográfica, 2009)

### 3.3 Técnicas

- ✓ **Técnica de la Encuesta:** La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario. (tecnicasdeinvestigacion, 2011)

- ✓ **Técnica del Muestreo:** Es una herramienta de la investigación científica, cuya función básica es determinar qué parte de una población debe examinarse, con la finalidad de hacer deducciones sobre dicha población. (Material/elmuestreo, 2011)

- ✓ **Técnica de la Exposición:** Consiste en la presentación de un tema, lógicamente estructurado, en donde el recurso principal es el lenguaje oral, aunque también puede serlo un texto escrito. La exposición provee de estructura y organización a material desordenado pero también permite extraer los puntos importantes de una amplia gama de información. (Tecnica didactica-exposición, 2012)

Para el desarrollo del primer objetivo: Realizar un diagnóstico de la situación actual de las Artesanías de Papel Reciclable, elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio,se utilizó el **método científico**, **método de estudio de casos, método analítico, método descriptivo y método bibliográfico** los mismos que servieron para el levantamiento de información, análisis y determinar con precisión la situación actual del lugar, acompañado de la **técnica de la encuesta** la misma se la realizaró a las personas que habitan en la parroquia a su vez apoyará al levantamiento de información primaria y la **técnica del muestreo** con la que servio para definir con exactitud la cantidad de poblacion que se va a encuestar.

n=tamaño de la muestra
N= población (10110 hab.)
z=nivel de confianza (1.96)
e=margen de error (0.05)

q=probabilidad en contra (0.5)

p=probabilidad a favor (0.5)

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{N * e^2 + z * e * p * q}$$

$$\frac{(1.96)^2 . (0.5)\ (0.5)\ 10110}{10110\ (0.05)^2 + (1.96)^2\ (\ 0{,}5)\ (0{,}5)}$$

$$n = \frac{3.8416\ (2527.5)}{25.275 + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{9709.644}{26.2354}$$

$$n = 370.09$$

De acuerdo a la fórmula aplicada en la población de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba - Cantón Saraguro-Provincia de Loja, se realizó 370 encuestas con las que se precisó un buen estudio de mercado y por ende el cumplimiento del primer objetivo específico.

Para el desarrollo de segundo objetivo específico: Proponer una feria turística en donde se promocione la elaboración de las artesanías de papel reciclable de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, así como también dar a conocer el potencial turístico en cuanto a atractivos naturales y gastronomía típica de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, se utilizó el **método explicativo** con el cual se intenta exponer y expresar los resultados obtenidos y el **método analítico** con el cual se pudo explicar el proceso de producción de las artesanías.

Para realizar el tercer objetivo específico: Editar un video turístico promocional donde se muestre el proceso de elaboración de artesanías de papel reciclable de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba - Cantón Loja – Provincia Loja, se empleó los **métodos analítico, descriptivo, explicativo y método de estudio de casos,** acompañados de la **tecnica de la observación,** los mismos que permitiron expresar la forma de elaboración de artesanías de papel reciclable y editar un video turístico promocional.

Para el cumplimiento del cuarto objetivo específico: Socialización de la propuesta a la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio y a las autoridades de la Junta Parroquia y Universidad Nacional de Loja, se empleó el método analítico el mismo que sirvió para socializar la propuesta asistido por la **técnica de la exposición** en donde se explica el tema investigativo.

# 4 ANÁLISIS DE RESULTADOS.

## 4.1 Primer Objetivo

Realizar un diagnóstico de la situación actual de las Artesanías de Papel Reciclable, elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio.

**Cuadro N° 14 Ficha de Emprendimiento**

| **NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO** | Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio |
|---|---|
| CATEGORIA | Etnográfico |
| TIPO | Cultural |
| SUBTIPO | Artesanal |
| UBICACIÓN | Parroquia San Pedro de Vilcabamba - Provincia Loja - Cantón Loja. |

**Artesanías de papel reciclable de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio.**

La Asociación Autónoma 23 de Junio es una organización de mujeres de negocios de San Pedro de Vilcabamba, un pueblo agrícola ubicado en el sur de Ecuador a 37 km de la ciudad de Loja.

**Proceso**

Cada semana, recogen el papel usado de los negocios y escuelas locales, para después ser molido, convirtiéndolo en pasta y luego ser secado, para hacer sus productos. También recogen a mano flores nativas de varios lugares de la parroquia.

Para la decoración de sus artesanías utilizan pétalos de flores y hoja de plantas, los cuales son puestos en libros durante una semana para su secado.

**Como llegar al emprendimiento**

La parroquia San Pedro de Vilcabamba se encuentra a 1.700 m.s.n.m, a 37 km de la ciudad de Loja; para llegar al lugar se puede tomar una buseta Vilcabamba Turis y/o Taxi Ruta 11 de Mayo cada media hora desde la ciudad de Loja.

La Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio" dedicadas a la elaboración de artesanías de papel reciclado se encuentra a 300 metros del centro de la parroquia.

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro N° 15 Cuadro de Jerarquización**

| **PROVINCIA:** LOJA | | **CANTÓN:** LOJA | | | **PARROQUIA:** SAN PEDRO DE VILCABAMBA | | | | | | **FECHA:** 04/06/2012 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **CALIDAD** | | | | | **APOYO** | | | **SIGNIFICADO** | | | | | |
| **Nombre del Atractivo** | **Valor Intrínseco Max. 15** | **Valor extrínseco Max. 15** | **Entorno Max. 10** | **Estado de Conservación Max. 10** | **Acceso Max.10** | **Servicios Básicos Max. 10** | **Asociación con otros atractivos Max. 5** | **Local Max. 2** | **Regional Max. 4** | **Nacional Max. 7** | **Internacional Max. 12** | **Suma** | **Jerarquía** |
| **Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio** | **4** | **3** | **3** | **3** | **2** | **2** | **3** | **1** | **0** | **1** | **1** | **23** | **I** |

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

Las Artesanías de Papel Reciclado de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de junio fue evaluada por la Lic. Janina Tatiana Ramón Bravo (Directora de Tesis), y el señor Edwin Patricio Medina Dominguez (Autor del emprendimiento), obteniendo una jerarquía I, con la suma total de 23 puntos.

En la variable “Calidad” los cuatro parámetros del emprendimiento y entorno tiene una calificación baja, las características del emprendimiento no da para una calificación alta.

En la variable “Apoyo” en los parámetros de acceso al lugar y Asociación con otros atractivos tienen una calificación baja que es de 5 puntos, y el parámetros de servicios también con una calificación baja, esto da a conocer que necesita mejorar los servicios para incrementar su comercialización.

En la variable “Significado” la puntación de estos parámetros se encuentra muy baja, lo cual significa la falta de difusión de las artesanías para que sean reconocidos a nivel de todo el país e internacionalmente.

**Cuadro N° 16 Análisis FODA**

| MATRÍZ FODA | |
|---|---|
| **FORTALEZAS** | **OPORTUNIDADES** |
| • Única empresa artesanal de papel reciclable en el sector.<br>• Realizan variedad de productos en papel reciclable.<br>• La venta de estos productos es adquirida por turistas extranjeros.<br>• Son productos representativos de la parroquia.<br>• La asociación cuenta con áreas extensas para realizar el trabajo artesanal.<br>• La Asociación tiene promoción en hoteles de la parroquia de Vilcabamba.<br>• La materia prima es propia de la zona.<br>• No necesitan maquinaria industrial para la elaboración de sus productos. | • Se encuentra con el apoyo del Cuerpo de Paz de la ciudad de Quito.<br>• No existe competencia local de producción artesanal de papel reciclable.<br>• Comercializan pedidos de los productos a nivel nacional e internacional.<br>• Se puede abrir plaza para la comercialización de las artesanías en otros lugares. |
| **DEBILIDADES** | **AMENAZAS** |
| • Falta de promoción y difusión a nivel regional, nacional e internacional.<br>• El personal de la Asociación cuentan con medio tiempo para la producción y distribución de sus productos.<br>• Falta de recursos económicos para la producción.<br>• Su producción actual no tiene rentabilidad, ya que sus ventas no son fijas.<br>• Falta de capacitación a las artesanas que elaboran los productos. | • El equipamiento de la asociación está en estado de desperfecto.<br>• La producción de otras actividades ha ocasionado un desinterés para elaboración de artesanías.<br>• La infraestructura de la asociación se encuentran en proceso de deterioro. |
| **Fuente:** Observación Directa<br>**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D. | |

**Cuadro N° 17 Matriz de Alto Impacto**

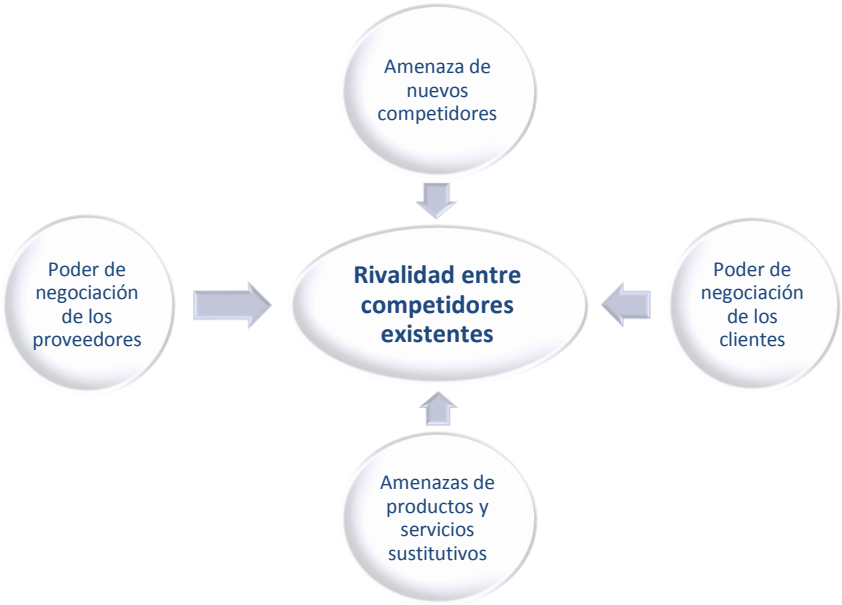
| ANALISIS INTERNO / ANALISIS EXTERNO | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|---|
| | • Única empresa artesanal de papel reciclable en el sector.<br>• Realizan variedad de productos en papel reciclable.<br>• La venta de estos productos es adquirida por turistas extranjeros.<br>• Son productos representativos de la parroquia.<br>• La asociación cuenta con áreas extensas para realizar el trabajo artesanal.<br>• La Asociación tiene promoción en hoteles de la parroquia de Vilcabamba.<br>• La materia prima es propia de la zona.<br>• No necesitan maquinaria industrial para la elaboración de sus productos. | • Falta de promoción y difusión a nivel regional, nacional e internacional.<br>• El personal de la Asociación cuentan con medio tiempo para la producción y distribución de sus productos.<br>• Falta de recursos económicos para la producción.<br>• Su producción actual no tiene rentabilidad, ya que sus ventas no son fijas.<br>• Falta de capacitación a las artesanas que elaboran los productos. |
| **OPORTUNIDADES** | **FO** | **DO** |
| • **Se encuentra con el apoyo del Cuerpo de Paz de la ciudad de Quito.**<br>• **No existe competencia local de producción artesanal de papel reciclable.**<br>• **Comercializan pedidos de los productos a nivel nacional e internacional.**<br>• **Se puede abrir plaza para la comercialización de las artesanías** | • Aprovechar la tecnología en redes sociales para promocionar el video de la Asociación y sus productos artesanales.<br>• Aplicar la propuesta de feria turístico, para de esta manera promociones la parroquia con sus fortalezas y la asociación con sus productos. | • La Asociación debería analizar la posibilidad de ejecutar la propuesta del Plan de Negocio Turístico que permita una mejora para la empresa.<br>• Realizar capacitaciones al personal en el área de producción aprovechando los cursos dictados por fundaciones no gubernamentales sin fines de lucro que apoyan a la asociación; |

| | | |
|---|---|---|
| **en otros lugares.** | • A través de la conservación del medio ambiente y su lema recicla, reusa y reduce llamar la atención de turistas nacionales y extranjeros como ejemplo de emprendimiento. | para así mejorar el desempeño laboral<br>• Motivar e incentivar a las socias con mejores sueldos y salarios.<br>• Obtener promoción y difusión turística en medios televisivos. |
| **AMENAZAS** | **FA** | **DA** |
| • **El equipamiento de la asociación está en estado de desperfecto.**<br>• **La producción de otras actividades ha ocasionado un desinterés para elaboración de artesanías.**<br>• **La infraestructura de la asociación se encuentran en proceso de deterioro.** | • Brindar un servicio de alimentación adicional al cliente.<br>• Incrementar el área de ventas en los exteriores de la asociación, mejorando de esta manera la atención al cliente.<br>• Mejora el servicio de atención al cliente solicitando y asistiendo a capacitaciones que ofrece el MINTUR. | • Realizar campañas de publicidad ofertando sus productos a nivel local y nacional, que permita aumentar la difusión de la parroquia y asociación.<br>• Incentivar a las fundaciones de apoyo a la empresa para cubrir con gastos de adecuación e implementación para mejoras de la asociación.<br>• Ofrecer descuentos a los compradores por mayor, para aumentar su clientela y volumen de ventas. |

**Fuente:** Observación Directa

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Figura N° 1 Análisis Michael Porter**




**Fuente:** (Ruiz, 2011)
**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

- ✓ **Proveedores.-** No se presentara un poder de negociación con respecto a los proveedores, porque la asociación utiliza productos reciclables y recursos propios del sector para la elaboración de sus artesanías.

- ✓ **Clientes.**- Son principalmente extranjeros visitantes al lugar; acceden fácilmente a los precios ya que valoran la producción artesanal.

- ✓ **Competencia Actual.-** Los competidores se encuentran dentro de la misma parroquia, como empresas productoras de café y miel de abeja, pero no representan una competencia agresiva ya que no se destinan a la fabricación de los productos elaborados por la Asociación.

- ✓ **Competidores Potenciales.-** Se conoce que no existe ninguna otra empresa en el sector que elabore artesanías de papel reciclable, por lo que no se tiene riesgo de competidores potenciales.

- ✓ **Productos Sustitutivos.-** Existen otros tipos productos similares, pero ninguno es de producción artesanal como las artesanías que se elaboran en la Asociación.

## Tabulación e Interpretación de Resultados

### Encuestas a Propietarios

**1. Diga su lugar de procedencia.**

**Cuadro N° 18 Lugar de Procedencia**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Local | 9 | 100% |
| Provincial | 0 | 0% |
| Otro país | 0 | 0% |
| **TOTAL** | 9 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Análisis Técnico**

De las 9 socias encuestadas, aplicadas en la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, 9 socias que equivalen al 100% son locales y 0 socias que equivalen al 0% respondieron que no son de procedencia provincial o de otro país.

**2. Entre que rango de edad usted esta.**

**Cuadro N° 19 Edad**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE | Xm | Σ(Xm)/N |
|---|---|---|---|---|
| 20 – 30 | 0 | 0% | 25 | 0 |
| 31 – 40 | 3 | 33,33% | 35,5 | 106,5 |
| 41 – 50 | 5 | 55,55% | 45,5 | 227,5 |
| 51 en adelante | 1 | 11,11% | 51 | 51 |
| | 9 | 100% | | 385 |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

$$Edad\ Prom = \frac{\Sigma(FXm)}{N}$$

$$Edad\ Prom = \frac{385}{9}$$

$$Edad\ Prom = 42{,}7$$

$$\boldsymbol{Edad\ Prom = 43\ A\tilde{n}os}$$

**Análisis Técnico**

De las 9 socias encuestadas, 0 socias que equivalen al 0% están de los 20 – 30 años de edad, 3 socias que corresponden al 33% están entre los 31 – 40 años, 5 socias que equivalen al 56% están de los 41 – 50 años y 1 socia que corresponden al 11% están de 51 años de edad en adelante.

Por lo tanto la edad promedio de las personas encuestadas es de 43 años de edad.

**3. Que nivel de instrucion academica tiene usted.**

**Cuadro N° 20 Instrucción Académica**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Primaria | 5 | 55,55% |
| Secundaria | 4 | 44,44% |
| Superior | 0 | 0% |
| Cuarto nivel | 0 | 0% |
| **TOTAL** | 9 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Análisis Técnico**

De las 9 socias encuestadas, 5 socias que equivalen al 56% poseen instrucción referente a primaria, 4 socias que corresponden al 44% poseen instrucción Secundaria, y 0 socias que corresponden al 0% tienen no tienen instrucción superior ni de cuarto nivel.

**4. Como esta estructurado su negocio.**

**Cuadro N° 21 Estructura del Negocio**

| DETALLE | RECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Familiar | 0 | 0% |
| Comunitario | 0 | 0% |
| Social | 0 | 0% |
| Jurídico | 9 | 100% |
| Otro | 0 | 0% |
| **TOTAL** | 9 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Análisis Técnico**

De las 9 socias encuestadas, 9 socias que equivalen al 100% respondieron que su negocio está estructurado como jurídico, y 0 socias que corresponden al 0% no respondieron ninguna otra opción.

**5. Que tipo de artesanías se elaboran o existen en el sector.**

**Cuadro N° 22 Tipo de Artesanías**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Textiles | 0 | 0% |
| Tallados | 0 | 0% |
| Cerámicos | 0 | 0% |
| Tela Batería | 0 | 0% |
| Hierro | 0 | 0% |
| Papel | 9 | 100% |
| **TOTAL** | 9 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Análisis Técnico**

De las 9 socias encuestadas, 9 socias que equivalen al 100% respondieron que el tipo de artesanías que elaboran o existen en el sector son de papel, y 0 socias que corresponden al 0% no respondieron ninguna otra opción.

**6. Se podria comercializar las artesanías existentes del sector.**

**Cuadro N° 23 Comercialización**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Si | 9 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| **TOTAL** | 9 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Análisis Técnico**

De las 9 socias encuestadas, 9 socias que equivalen al 100% respondieron que si se podrían comercializar las artesanías existentes en el sector, mientras que 0 socias que corresponden al 0% no respondieron la opción negativa.

**7. Cual es el destino de las artesanias o mercado oferente.**

**Cuadro N° 24 Mercado Oferente**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Local | 0 | 0% |
| Cantonal | 9 | 100% |
| Provincial | 9 | 100% |
| Regional | 9 | 100% |
| Nacional | 9 | 100% |
| Internacional | 9 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Análisis Técnico**

De las 9 socias encuestadas, 9 socias que equivalen al 100% respondieron que su mercado oferente se centra en el ámbito cantonal, provincial, regional, nacional e internacional, mientras que 0 socias que corresponden al 0% respondieron que no tienen mercado oferente local.

**8. Que medio utiliza usted para vender sus artesanias.**

**Cuadro N° 25 Medio de Venta**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Tiendas especializadas | 0 | 0% |
| Mercados | 9 | 100% |
| Convenios | 9 | 100% |
| Mercados internacionales | 0 | 0% |
| Turistas visitantes | 9 | 100% |
| Otros | 0 | 0% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Análisis Técnico**

De las 9 socias encuestadas, 9 socias que equivalen al 100% respondieron que los medios que utilizan para vender sus artesanías son en los mercados, por convenios y con la ventas directa a turistas, y 0 socias que corresponden al 0% no respondieron ninguna otra opción.

**9. Por que medios le gustaria ofertar sus productos.**

**Cuadro N° 26 Medio de Oferta**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Trípticos | 0 | 0% |
| Folletos | 9 | 100% |
| vallas publicitarias | 0 | 0% |
| cuñas radiales | 9 | 100% |
| Videos | 9 | 100% |
| Otros | 0 | 0% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Análisis Técnico**

De las 9 socias encuestadas, 9 socias que equivalen al 100% respondieron que los medios que les gustaría ofertar sus productos son por medio de videos, cuñas radiales y folletos, y 0 socias que corresponden al 0% no respondieron ninguna otra opción.

**10. Cual es la demanda que presenta la empresa.**

**Cuadro N° 27 Demanda**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Alta | 0 | 0% |
| Media | 0 | 0% |
| Baja | 9 | 100% |
| **TOTAL** | 9 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Análisis Técnico**

De las 9 socias encuestadas, 9 socias que equivalen al 100% respondieron que la demanda que presenta la empresa en baja, mientras que 0 socias que corresponden al 0% no respondieron ninguna otra opción.

**11. Que tipo de maquinaria se requiere para la elaboración de estos productos.**

**Cuadro N° 28 Tipo de Maquinaria**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Industrial | 9 | 100% |
| Artesanal | 9 | 100% |
| Otros | 0 | 0% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Análisis Técnico**

De las 9 socias encuestadas, 9 socias que equivalen al 100% respondieron que la maquinaria que utilizan para elaborar sus productos son de tipo artesanal e industrial, mientras que 0 socias que corresponden al 0% no respondieron otra opción.

**12. Por que tipo de mercado son consumidas estas artesanías.**

**Cuadro N° 29 Tipo de Mercado**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Local | 9 | 100% |
| Nacional | 9 | 100% |
| Extranjero | 9 | 100% |
| **TOTAL** | 27 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Análisis Técnico**

De las 9 socias encuestadas, 9 socias que equivalen al 100% respondieron con similitud que sus artesanías son consumidas por los mercados local, nacional y extranjero, mientras que 0 socias que corresponden al 0% no respondieron otra opción.

**13. Existe personal capacitado en su empresa.**

**Cuadro N° 30 Personal Capacitado**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Si | 9 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| **TOTAL** | 9 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Análisis Técnico**

De las 9 socias encuestadas, 9 socias que equivalen al 100% en su totalidad respondieron todo el personal se encuentra capacitado dentro de la empresa.

## Encuestas a Turistas

**1. ¿Diga su lugar de procedencia?**

**Cuadro N° 31 Lugar de Procedencia**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Local | 132 | 35.68% |
| Nacional | 159 | 42.97% |
| Otro País | 79 | 21.35% |
| **TOTAL** | 370 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 370 turistas encuestados, aplicadas en el Cantón Loja, 159 turistas que equivale al 42.97% son nacionales, 132 turistas que corresponden el 35.68% son locales y 79 turistas que equivalen al 21.35% son de otros países.

**2. ¿Entre rango de edad usted está?**

**Cuadro N° 32 Rango de Edad**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE | Xm | Σ(Xm)/N |
|---|---|---|---|---|
| 20 – 30 | 158 | 42,70% | 25 | 3950 |
| 31 – 40 | 119 | 32,16% | 35,5 | 4224,5 |
| 41 – 50 | 53 | 14,32% | 45,5 | 2411,5 |
| 51 a mas | 40 | 10,81% | 51 | 2040 |
| | 370 | 100% | | 12626 |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

$$Edad\ Prom = \frac{\Sigma(FXm)}{N}$$

$$Edad\ Prom = \frac{12626}{370}$$

$$Edad\ Prom = 34{,}12$$

$$\boldsymbol{Edad\ Prom = 34\ Años}$$

**Análisis Técnico**

De los 370 turistas encuestados, 158 turistas que equivalen al 42,70% están de los 20 – 30 años de edad, 119 turistas que corresponden al 32,16% están entre los 31 – 40 años, 53 turistas que equivalen al 14,32% están de los 41 – 50 años y 40 turistas que corresponden al 10,81% están de 51 años de edad en adelante.

Obteniendo la edad promedio de las personas encuestadas de 34 años de edad.

**3. ¿Qué nivel de instrucción tiene usted?**

**Cuadro N° 33 Nivel de Instrucción**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Primaria | 19 | 5,14% |
| Secundaria | 137 | 37,03% |
| Tercer Nivel | 193 | 52,16% |
| Cuarto Nivel | 21 | 5,68% |
| Ninguno | 0 | 0% |
| **TOTAL** | 370 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 370 turistas encuestados, 193 turistas que equivalen al 52,16% poseen instrucción referente a Tercer Nivel, 137 turistas que corresponden al 37,03% poseen instrucción Secundaria, 21 turistas que equivalen al 5,68% poseen instrucción Primaria y 19 turistas que corresponden al 5,14% tienen instrucción de cuarto nivel.

**4. ¿Conoce usted cuales son los principales atractivos del Cantón Loja?**

**Cuadro N° 34 Atractivos del Cantón**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Si | 225 | 60,81% |
| No | 145 | 39,19% |
| **TOTAL** | 370 | 60,81% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 370 turistas encuestados, 225 turistas que equivalen al 60,81% respondieron que si conocen cuales son los principales atractivos del cantón Loja y 145 personas que corresponden al 39,19% dijeron que no lo conocen.

**5. ¿De los siguientes lugares cuales usted conoce?**

**Cuadro N° 35 Lugares que Conoce**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Chuquiribamba | 117/225 | 52% |
| Gualel | 28/225 | 12,44% |
| Malacatos | 110/225 | 48,88% |
| Quinara | 24/225 | 10,66% |
| San Lucas | 29/225 | 12,88% |
| San Pedro de Vilcabamba | 72/225 | 32% |
| Taquil | 48/225 | 21,33% |
| Vilcabamba | 172/225 | 76,44% |
| Yangana | 42/225 | 18,66% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 225 turistas que conocen los atractivos del cantón Loja, 172 turistas que equivalen al 76,44% conocen la Parroquia Vilcabamba, 117 turistas que equivalen al 52% conocen Chuquiribamba, 110 turistas que corresponden al 48,88% conocen Malacatos y 72 turistas que equivales al 32% conocen San Pedro de Vilcabamba, mientras que los menos conocidos son: con 48 turistas que equivalen al 21,33% conocen Taquil, con 42 turistas que equivalen al 18,66% conocen la parroquia Yangana, con 29 turistas que corresponde al 12,88% pertenece a San Lucas, mientras con tan solo 28 turistas que equivalen al 12,44% le concierne a la Parroquia Gualel y la parroquia menos conocida con 24 turistas que equivalen al 10,66% corresponde a Quinara.

**6. ¿Visita usted con frecuencia los sitios mencionados?**

**Cuadro N° 36 Visitas**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Si | 97 | 43% |
| No | 128 | 56,89% |
| **TOTAL** | 225 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 225 turistas, 128 turistas que equivalen al 56,89% no acuden con frecuencia a los sitios anteriormente mencionados y 97 turistas que corresponde al 43% acuden con frecuencia.

**7. ¿Si su respuesta es afirmativa señale la frecuencia?**

**Cuadro N° 37 Frecuencia de Visitas**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Fin de semana | 26 | 26,80% |
| Vacaciones | 23 | 23,71% |
| Feriados | 23 | 23,71% |
| Otros | 25 | 25,77% |
| **TOTAL** | 97 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 97 turistas que acuden frecuentemente, 26 turistas que equivalen al 26,80% acuden los fines de semana, 25 turistas que corresponden al 25,77% lo hacen en otras alternativas, 23 turistas que equivalen al 23,71% lo realizan en feriados y vacaciones.

**8. ¿Conoce usted el atractivo Ruinas de Quinara?**

**Cuadro N° 38 Atractivo Ruinas de Quinara**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Si | 97 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| **TOTAL** | 97 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 97 turistas encuestados, 97 turistas que corresponde al 100% si conocen las Ruinas de Quinara. Mientras que 0 turistas que equivalen al 0% no conocen las este atractivo.

**9. ¿Cuándo usted visita los lugares antes mencionados, lo hace?**

**Cuadro N° 39 Realiza Visitas**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Solo | 8 | 8,25% |
| Con la familia | 43 | 44,33% |
| Con los amigos | 29 | 29,90% |
| Otros | 17 | 17,53% |
| **TOTAL** | 97 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 97 turistas encuestados, 43 turistas que equivalen el 44,33%lo visitan con sus familiares, 29 turistas que corresponden al 29,90% lo hacen con sus amigos, 17 turistas que equivalen al 17,53% acuden con otras personas y 8 turistas que corresponden al 8,25% lo visitan solo.

**10. ¿Cuáles de las siguientes alternativas toma en cuenta para visitar los sitios anteriormente mencionados del Cantón Loja?**

**Cuadro N° 40 Alternativas**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Servicios | 12 | 12,37% |
| Infraestructura | 17 | 17,53% |
| Clima | 15 | 15,46% |
| Precio | 13 | 13,40% |
| Vías de acceso | 14 | 14,43% |
| Ubicación | 9 | 9,28% |
| Seguridad | 17 | 17,53% |
| **TOTAL** | 97 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 97 turistas encuestados, 17 turistas que equivalen al 17,53% toman en cuenta la infraestructura y seguridad, 15 turistas que corresponden al 15,46% toman en cuenta el clima, 14 turistas que equivalen al 14,43% prefieren por las vías de acceso, 13 turistas que corresponden al 13,40% prefieren por sus precios, 12 turistas que equivale al 12,37% lo hacen por los servicios que prestan, 9 turistas que corresponde al 9,28% acuden por la ubicación del sitio turístico.

**11. ¿Cuál es su presupuesto cuando visita estos lugares?**

**Cuadro N° 41 Presupuesto de Visita**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE | Xm | Σ(Xm)/N |
|---|---|---|---|---|
| De 1 a 20 | 12 | 12,37% | 10,5 | 126 |
| De 21 a 40 | 19 | 19,59% | 30,5 | 579,5 |
| De 41 a 60 | 18 | 18,56% | 50,5 | 909 |
| De 61 a 80 | 29 | 29,90% | 70,5 | 2044,5 |
| De 81 a 100 | 18 | 18,56% | 90,5 | 1629 |
| Más de 100 | 1 | 1,03% | 100 | 100 |
| | 97 | 100% | | 5388 |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

$$Presupuesto\ Prom = \frac{\Sigma(FXm)}{N}$$

$$Presupuesto\ Prom = \frac{5388}{97}$$

$$Presupuesto\ Prom = 55{,}54$$

$$\boldsymbol{Presupuesto\ Prom = 56\ Dolares}$$

**Análisis Técnico**

De los 97 turistas encuestados, 29 turistas que equivalen al 29,90% poseen un presupuesto de 61 – 80, 19 turistas que corresponden al 19,29% gastan de 21 – 40, 18 turistas que equivalen al 18,56% gastan de 41 – 60 y de 81 - 100, 12 turistas que corresponde al 12,37% gastan de 1 – 20 y 1 turistas que equivalen al 1,03% poseen un presupuesto más de 100.

Lo cual se obtiene un presupuesto promedio para gastos de 56 dolares.

**12. ¿En qué condiciones se encuentra los servicios existentes en los lugares antes nombrados del Cantón Loja?**

**Cuadro N° 42 Condición del servicio**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Excelente | 14 | 14,43% |
| Muy Bueno | 62 | 62,92% |
| Regular | 21 | 21,65% |
| No existen servicios | 0 | 0% |
| **TOTAL** | 97 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 97 turistas encuestados, 62 turistas que equivalen al 62,92% mencionaron que los servicios son muy buenos, 21 turistas que corresponden al 21,65% responden a que los servicios son regulares y 14 turistas que corresponden al 14,43% dijeron que los servicios son excelentes, por lo tanto ningún turista respondió que no existen servicios.

**13. ¿A través de que medio usted recibió información de los lugares antes mencionados?**

**Cuadro N° 43 Información**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Trípticos | 11 | 11,34% |
| Guías turísticas | 18 | 18,56% |
| Internet | 22 | 22,68% |
| Amigos | 23 | 23,77% |
| Prensa | 3 | 3,09% |
| Radio | 9 | 9,28% |
| Tv | 7 | 7,22% |
| Otros | 4 | 4,12% |
| **TOTAL** | 97 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 97 turistas encuestados, 23 turistas que equivalen al 23,77% recibieron información por medio de amigos, 22 turistas que corresponden al 22,68% se informaron por medio del internet, 18 turistas que equivalen al 18,56% por medio de guías turísticas, 11 turistas que corresponde al 11,34% por medio de trípticos, 9

turistas que equivale al 9,28% por medio de radio, 7 turistas que corresponde al 7,22% por medio de Tv, y 4 turistas que corresponde al 4,12% por otro tipo de medios y tan solo 3 turistas que equivale al 3.84% tuvieron conocimiento por medio de la prensa.

**14. ¿Qué tipos de actividades usted realiza cuando visita los lugares antes mencionados?**

**Cuadro N° 44 Actividades**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Caminatas | 31 | 31,96% |
| Visita a lugares arqueológicos | 14 | 14,43% |
| Gastronomía | 16 | 16,49% |
| Compra de artesanías | 16 | 16,49% |
| Visita de emprendimientos | 6 | 6,19% |
| Otros | 14 | 14,43% |
| **Total** | 97 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 97 turistas encuestados, 31 turistas que corresponden al 31,76% realizan caminatas, 16 turistas que corresponde al 16,49% realizan compras de artesanías y gastronomía, 14 turistas que corresponde al 14,43% mencionaron que visitan lugares arqueológicos y otras actividades, y 6 que equivale al 6,19% dijeron que visitan emprendimientos.

**15. ¿Ha utilizado los servicios de hospedaje en la Parroquia de Vilcabamba?**

**Cuadro N° 45 Hospedaje en la Parroquia Vilcabamba**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Si | 50 | 51,55% |
| No | 47 | 48,45% |
| **TOTAL** | 97 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 97 turistas encuestados, 50 turistas que equivalen al 51,55% se han hospedado en algunas de las hosterías de la parroquia Vilcabamba, y 47 turistas

que corresponden al 18,45% no se han hospedado, ya que no han optado por hospedarse en el lugar.

**16. ¿Dónde usualmente compra las artesanías?**

**Cuadro N° 46 Compra de Artesanías**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Plazas | 27 | 27,84% |
| Mercados | 46 | 46,42% |
| Tiendas especializadas | 9 | 9,28% |
| Fábricas de artesanías | 15 | 15,46% |
| Otros | 0 | 0% |
| **Total** | 97 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 97 turistas encuestados, 46 turistas que corresponde al 46,42% compran las artesanías en mercados, 27 turistas que corresponde al 27,84% en plazas, 15 turistas que equivalen al 15,46% en fábricas donde elaboran las artesanías, y 9 turistas que equivalen al 9,28% en tiendas especializadas.

**17. ¿Cree usted que si los lugares antes mencionados tuvieran más promoción serian un icono representativo en otros países?**

**Cuadro N° 47 Icono Representativo**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Si | 88 | 90,72% |
| No | 9 | 9,28% |
| **TOTAL** | 97 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 97 turistas encuestados, 88 turistas que equivalen al 90,72% respondieron que los lugares antes mencionados si serian un icono representativo, debido a que tiene un gran potencial y es un lugar mega diverso y 9 turistas que corresponden al 9,28% respondieron que no sería un icono representativo.

**18. ¿Si los emprendimiento y atractivos del Cantón Loja, tuviera más promoción, cree que podrían vender sus productos al por mayor?**

**Cuadro N° 48 Venta de Productos**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Si | 88 | 90,72% |
| No | 9 | 9,28% |
| **TOTAL** | 9 | 100% |

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Los Autores

**Análisis Técnico**

De los 97 turistas encuestados, 88 turistas que equivalen al 90,72% respondieron que entre más se haga promoción las ventas se incrementarían y 9 turistas que corresponden al 2,43% respondieron que la promoción no es medio adecuado de incremento para las ventas.

## 4.2 Segundo Objetivo

Proponer una feria turística en donde se promocione la Elaboración de las artesanías de papel reciclable de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, así como también dar a conocer el potencial turístico en cuanto a atractivos naturales y gastronomía típica de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

## PROPUESTA DE FERIA TURÍSTICA PARA LA ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO

### 4.2.1 ANTECEDENTES

No cabe duda de que las ferias son un instrumento de primordial importancia para las ventas y el marketing en el sector del turismo, tanto si son organizadas para la propia industria turística internacional como si están destinadas al público comprador de viajes.

Las ferias de turismo pueden ser un instrumento de ventas y marketing enormemente rentable, ya que combinan los mejores valores de la publicidad, la promoción, la venta y él envió de correos electrónicos, bien por intermedio de los tour operadores y agentes de viaje o, en el caso de ferias abiertas al público, dirigiéndose directamente a los consumidores.

### 4.2.2 JUSTIFICACION

Con la propuesta de feria turística en la parroquia San Pedro de Vilcabamba se pretende promocionar todo su potencial turístico, artesanal y gastronómico para ser comercializada a la población lojana.

### 4.2.3 OBJETIVOS

#### 4.2.3.1 Objetivo general

- ✓ Proponer una feria turística en donde se promocione la elaboración de las artesanías de papel reciclable de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, así como también dar conocer el potencial turístico en cuanto a atractivos naturales y gastronomía típica de san pedro de Vilcabamba.

#### 4.2.3.2 Objetivos específicos

- ✓ Dar a conocer turísticamente la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio a nivel local, provincial y nacional.
- ✓ Incentivar el desarrollo de la gastronomía típica del lugar.
- ✓ Brindar la oportunidad a la Asociación de destacarse y ser reconocida demostrando las habilidades y destrezas en cuanto a la elaboración de sus artesanías.
- ✓ Promocionar y difundir los encantos turísticos naturales que posee la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

### 4.2.4 DETALLE DEL EVENTO

La feria turística es la oportunidad de promocionar la parroquia San Pedro de Vilcabamba y la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio a través de un evento donde se demostrara su potencial turístico natural, gastronómico y artesanal, espectáculos culturales y artísticos en Homenaje al Aniversario de la Asociación y Fiestas de Parroquialización, donde año a año se pretende dar la acogida a visitantes y turistas que visitan el lugar, lo que hace una ocasión de alta relevancia para la promoción de la parroquia.

**Cuadro N° 49 Detalle del Evento**

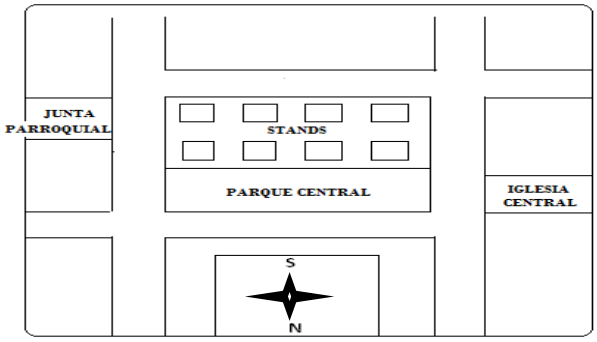
| | |
|---|---|
| **Nombre de la Feria** | I FERIA TURISTICA, ARTESANAL Y GASTRONÓMICA – SAN PEDRO DE VILCABAMBA 2013 |
| **Logotipo o marca** | ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES "23 DE JUNIO" SAN PEDRO DE VILCABAMBA |
| **Fecha de realización** | Sábado, 22 de junio de 2013. |
| **Horario** | 08h00 a 16h00 |
| **Lugar** | San Pedro de Vilcabamba – Parque Central |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

✓ **CROQUIS**

**Figura N° 2 Croquis de Feria**




**Fuente:** Observación directa.
**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Plan de Patrocinio o Auspiciantes**

- ✓ Ministerio de Turismo.
- ✓ Gobierno Provincial de Loja.
- ✓ Universidad Nacional de Loja.
- ✓ Municipio de Loja
- ✓ Junta Parroquial San Pedro de Vilcabamba
- ✓ MIPRO
- ✓ Fundación Colinas Verdes

**Participantes**

- ✓ Asociación Autónoma de Mujeres 23 de junio
- ✓ Asociación de Apicultores
- ✓ Grupo Café
- ✓ Caja de Ahorro y Crédito Sociedad Ecológica
- ✓ Asociación de Mujeres Las Orquídeas
- ✓ Junta Parroquial
- ✓ Ministerio de Turismo
- ✓ Escuelas y colegios del sector.

✓ **Carta de Introducción**

La Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio y su compromiso de difundir y promocionar las artesanías elaboradas en papel reciclable, que consientes de la importancia y desarrollo continuo del turismo sostenible en la parroquia pone a disposición la realización de la **"I FERIA TURISTICA, ARTESANAL Y GASTRONOMICA – SAN PEDRO DE VILCABAMBA 2013"** a realizarse en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba en el Parque Central el día sábado 22 de Junio de 2013 en el horario de 08h00 a 16h00. En este evento se está seguro de llenar las expectativas de cada uno de los participantes y asistentes al evento.

San Pedro de Vilcabamba un lugar maravilloso y privilegiado por su naturaleza y vistas panorámicas únicas del sector, así como su actividad agrícola, apícola y artesanal, es por ende que en la parroquia se desarrollará la feria turística, por lo tanto la parroquial y la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio se complacen en recibir a participantes, visitantes y turistas.

Expresando la más cordial invitación y desde ya le antelamos nuestros sinceros agradecimientos por su significativa asistencia.

Atentamente,

Sra. Elvia María Toledo
PRESIDENTE ASO. AUTONOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO

✓ **Programa Detallado:**

**Cuadro N° 50 Programa Detallado**

| **Día sábado: 22 de junio de 2013** | | |
|---|---|---|
| **HORARIO** | **ACTIVIDAD** | **RESPONSABLE** |
| 08h00 – 08h35 | Inauguración del evento | Presidenta GAD<br>Sra. Edulia González |
| 08h45 – 09h00 | Bienvenida a los asistentes | Pte. Aso. 23 de Junio<br>Sra. Elvia María Toledo |
| 09h10 - 09h20 | Himno Nacional del Ecuador | Todos los asistentes |
| 09h30 – 09h45 | Presentación de danza | GAD Municipal |
| 15h00 – 15h30 | Presentación artística | GAD Municipal |
| 15h40 – 15h50 | Clausura del evento | Por confirmar |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

✓ **Resultados esperados:**

Recibir todos los servicios requeridos de buena calidad para la puesta en marcha de la Feria Turística a realizarse en la parroquia San Pedro de Vilcabamba conmemorando las fiestas de Parroquialización.

Integración de todos los emprendimientos y microempresas existentes en el sector.

Hacer de esta feria una tradición más a celebrarse cada año por motivo de fiestas de parroquialización para de esta manera aportar e incentivar a los microempresarios del sector; logrando así que sus emprendimientos y productos sean reconocidos a nivel local, nacional e internacional.

✓ **Oficio de Invitación (modelo)**

✓ Medios de Comunicación.

Loja, 10 de junio de 2013.

Lic.
Ramiro Cueva
Gerente General de Canal ECOTEL TV.
Presente.-

De mi consideración:

La Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, tiene el agrado de invitar a su prestigioso medio de comunicación, a la cobertura y participación de la: "I FERIA TURISTICA, ARTESANAL Y GASTRONOMICA – SAN PEDRO DE VILCABAMBA 2013", que tendrá efecto el día sábado 22 de junio de 2013, de 08h00 a 16h00, en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, parque central.

Nuestra Asociación llevará a cabo dicha feria turística, dirigida a estudiantes, profesionales y público en general interesados en asistir al evento.

Seguros de contar con su presencia en tan importante evento, le expreso mis sentimientos de consideración especial.

Atentamente,

Sra. Elvia María Toledo
PRESIDENTE ASO. AUTONOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO

✓ Participantes.

Loja, 10 de junio de 2013.

Ing.
Carlos Espinoza
Presente.-
De mi consideración:

La Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, tiene el agrado de invitar a su prestigiosa asociación a la: "I FERIA TURISTICA, ARTESANAL Y GASTRONOMICA – SAN PEDRO DE VILCABAMBA 2013", que tendrá efecto el día sábado 22 de junio de 2013, de 08h00 a 16h00, en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, parque central, en calidad de Participante; que será de valioso aporte para los asistentes: estudiantes, profesionales y público en general interesados en asistir al evento.

Seguros de contar con su presencia en tan importante evento, le expreso mis sentimientos de consideración especial.

Atentamente,

Sra. Elvia María Toledo
PRESIDENTE ASOC. AUTONOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO

✓ Invitados Especiales.

Loja, 10 de junio de 2013.

Sr.
Marcelo Torres Paz
GOBERNADOR DE LA PROVINCIA DE LOJA
Presente.-
De mi consideración:

La Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, tiene el agrado de invitar a su prestigiosa personalidad, a participar del Acto de Inauguración del Evento: "I FERIA TURISTICA, ARTESANAL Y GASTRONOMICA '", que tendrá efecto el día sábado 22 de junio de 2013, a las 08h00, en las instalaciones del parque central de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

De la misma manera invitamos al acto de clausura del evento el mismo día en el horario de 15h30.

Seguros de contar con su presencia en tan importante evento, le expreso mis sentimientos de consideración especial.

Atentamente,

Sra. Elvia María Toledo
PRESIDENTE ASOC. AUTONOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO

✓ **Tarjetas de invitación – Medio de Comunicación**

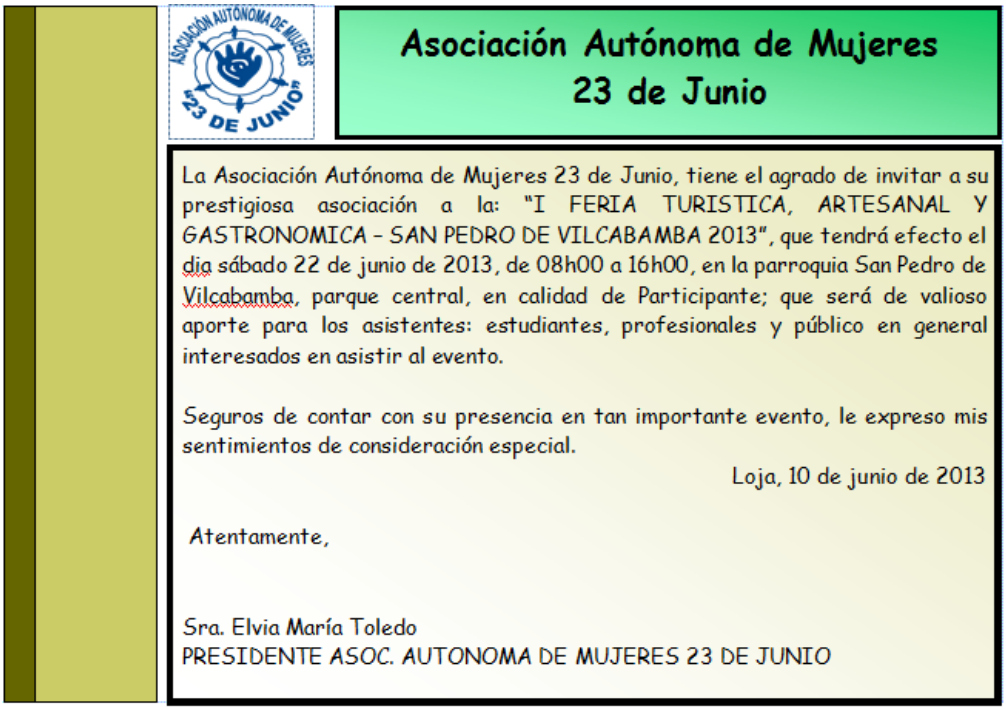
**Figura N° 3 Medios de Comunicación**

**Fuente:** Edwin Patricio Medina D.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

✓ **Tarjetas de invitación – Participantes**

**Figura N° 4 Participantes**




**Fuente:** Edwin Patricio Medina D.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

✓ **Tarjetas de invitación – Invitados Especiales**

**Figura N° 5 Invitados Especiales**

**Fuente:** Edwin Patricio Medina D.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

- ✓ **Registro de Participantes**

**Cuadro N° 51 Registro de Participantes**

| REGISTRO DE PARTICIPANTES | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **No.** | **Nombres y apellidos** | **No. de Cédula** | **Empresa** | **Teléfonos** | **Firma** |
| 1 | | | | | |
| 2 | | | | | |
| 3 | | | | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| 8 | | | | | |
| 9 | | | | | |
| 10 | | | | | |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

- ✓ **Presupuesto de Feria**

**Cuadro N° 52 Presupuesto de Feria**

| CANT. | DETALLE | V. UNIT | V. TOTAL |
|---|---|---|---|
| 2 | Difusión en Medios de Comunicación televisiva | 100 | 200 |
| 2 | Difusión en Medios de Comunicación radial | 100 | 200 |
| 25 | Invitaciones | 3 | 75 |
| 50 | Hojas membretadas | 0,1 | 5 |
| 30 | Almuerzo | 4 | 120 |
| 1 | Maestro de Ceremonia | 150 | 150 |
| 1 | Gastos varios | 300 | 300 |
| 1 | Transporte | 50 | 50 |
| 1 | Confección de Banners | 100 | 100 |
| 1 | Contratación de grupo de danza CUDIC | 40 | 40 |
| 1 | Contratación de grupo musical | 120 | 120 |
| 1 | desmontaje de la feria | 30 | 30 |
| 1 | Decoración de la feria | 100 | 100 |
| 1 | Montaje de mesas y sillas | 35 | 35 |
| 1 | Alquiler equipo de sonido | 350 | 350 |
| 15 | Alquiler mesas | 15 | 225 |
| 15 | Alquiler de sillas | 8 | 120 |
| 1 | Mano de obra para la instalación | 80 | 80 |
| 1 | Instalaciones eléctricas | 50 | 50 |
| 4 | Alquiler de carpas | 20 | 80 |
| | | **TOTAL** | 2430 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

## 4.3 Tercer Objetivo

Editar un video turístico promocional donde se muestre el proceso de elaboración de artesanías de papel reciclable de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba - Cantón Loja – Provincia Loja.

- ✓ **Portada interna del CD**

**Figura N° 6 Portada de CD**

**Fuente:** Edwin Patricio Medina D.
**Elaboración:** Santiago Fernando Medina D

- ✓ **Portada externa del CD**

**Figura N° 7 Portado externa de CD**

**Fuente:** Edwin Patricio Medina D.
**Elaboración:** Santiago Fernando Medina D.

## 4.4 Cuarto Objetivo

Socialización de la propuesta a la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio y Universidad Nacional de Loja**.**

El proyecto de tesis Plan de Negocio para la Comercialización y Distribución de Artesanías de Papel Reciclable se socializó ante las personas involucradas del proyecto como es la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio con la presencia de todas sus socias, directora de tesis Lic. Janina Tatiana Ramón Bravo e invitados especiales, en el cual se expuso el trabajo investigativo realizado en la organización y los alcances y limitaciones que tiene el mismo.

A demás se en la presente socialización se utilizó la técnica de exposición dando a conocer el trabajo realizado en la asociación, también se realizó capacitación a todos las personas asistentes sobre cómo poner en marcha el presente plan de negocio, obteniendo una gran acogida por parte de las socias e interesados.

Adjunto fotografías en Anexo N° 20

# 5 DISCUSIÓN PROPUESTA

## PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO

### 5.1 Resumen Ejecutivo

ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO, es una empresa que ha tomado en cuenta el manejo del papel usado como una necesidad prioritaria para la protección de los recursos naturales y para el mejoramiento de la calidad de vida.

La pequeña empresa tiene ventajas respecto a sus competidores ya que no existen micro empresas en el sector, con producción de estas artesanías; además, la asociación ofrece variedad de productos artesanales al mercado a precios asequibles y tiene altos niveles de conservación al medio ambiente.

Este proyecto se desarrolló como tema: Plan de Negocios para la Comercialización y Distribución de artesanía de papel reciclable Elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba – cantón Loja – provincia Loja.

El grupo empresarial está conformado por 9 socias mujeres, en el cual todas ellas cumplen con funciones equitativas para el desarrollo y financiación del capital de la Asociación y sus gestiones pertinentes.

El presente proyecto tiene como objetivo establecer la función empresarial del emprendimiento, que incluye también la distribución de las artesanías de papel reciclado de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, creando variedades de productos con precios accesibles que satisfaga las expectativas y necesidades del consumidor.

La consistencia de este emprendimiento permitirá el desarrollo turístico de la parroquia ya que la elaboración de las artesanías serán un icono representativo y souvenirs que llevarán los visitantes y turistas del lugar.

La oportunidad es clara pues el sector turístico en la parroquia San Pedro de Vilcabamba se encuentra en crecimiento, además el sector cuenta con una oferta turística natural, artesanal y gastronómica. A nivel turístico estas ventajas no están

siendo adecuadamente aprovechadas debido a la escasez de planta turística en el lugar que ofrezca este tipo de servicios receptivo.

La idea de la elaboración de este Plan de Negocios empezó con la iniciativa de desarrollar turísticamente a la parroquia San Pedro de Vilcabamba, dando a conocer su potencial turístico natural, artesanal y gastronómico existente en el sector e incentivar a la implementación de planta turística receptora para los visitantes y turistas.

Las personas involucradas en el proyecto son el iniciador del emprendimiento y el tesista quien se encargará de organizar la labor empresarial de este negocio así como también la difusión de este por medio de un video en donde se muestre la forma de elaboración de las artesanías de papel reciclable como un pequeño plan de marketing, el cual es de gran importancia para la empresa ya que permitirá que su producto sea reconocido y contara con la financiación del autor directo del proyecto el señor Edwin Patricio Medina y la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio; además el proyecto se orienta al desarrollo turístico del sector, producción y comercialización de artesanías y por ende mejorara la calidad de vida de sus habitantes.

## 5.2 Plan de negocio

### 5.2.1 Descripción del Plan de Negocio

#### 5.2.1.1 Misión

La Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio es una empresa que mantiene una tradición cultural, mostrando la creatividad, ingenio, estética, habilidad manual y espíritu artístico del sector, para de esta manera fortalecer el desarrollo y mejora de la calidad de la vida de las familias de las socias e indirectamente de los habitantes de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

#### 5.2.1.2 Visión

La Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio en el periodo 2013 – 2018, pretende ser reconocida a nivel local, regional, nacional e internacional como una empresa dedicada a la producción de artesanías de papel reciclable, propias y representativas del sector, con un enfoque ético recicla, reúsa y reduce; plasmando de esta manera un aprovechamiento responsable para el desarrollo sustentable y

sostenible de la empresa, y a su vez contribuyendo a la conservación y preservación del medio ambiente.

#### 5.2.1.3 Principios y Valores

Dentro del ámbito del proyecto comprenden 10 principios y 8 valores básicos que comprometen a mejorar cada día el mismo.

##### 5.2.1.3.1 Principios:

- ✓ Buscar siempre el mayor nivel de calidad en base al mejoramiento continuo.
- ✓ Búsqueda de un servicio superior con personal capacitado continuamente.
- ✓ Buscar establecer los precios más competitivos acorde con el sector.
- ✓ Buscar la participación de mercado más alta basándose en el flujo turístico en la zona.
- ✓ Adaptación y personalización del servicio para el cliente brindándole mejoras del mismo en forma profesional y permanente.
- ✓ Mejorar constantemente las actividades en general haciendo participes a los turistas con encuestas y sugerencias.
- ✓ Innovación e investigación continúa del producto turístico para la zona.
- ✓ Buscar mercados de alto crecimiento como lo es el europeo y asiático.
- ✓ Superar las expectativas del cliente en todos los servicios y actividades creadas para ellos.
- ✓ Crear fuentes de trabajo para la comunidad y su entorno.

##### 5.2.1.3.2 Valores:

- ✓ **Calidad:** En todos los ámbitos de cada uno de los proyectos que se realizan.
- ✓ **Justicia:** Para los integrantes del proyecto y asociación, tanto en el trato como en las actividades a realizar, dependiendo éstas de la capacidad de cada uno de ellos.
- ✓ **Innovación:** Continua de las estrategias y de los métodos de trabajo.
- ✓ **Puntualidad:** En la entrega de los trabajos solicitados por los interesados.
- ✓ **Coherencia:** En el compromiso con los clientes y lo efectuado como trabajo.
- ✓ **Comunicación:** Constante y efectiva, entre todos los miembros que forman parte de la Asociación, así como los proveedores y clientes.

- ✓ **Confianza:** En que realicen las labores de la mejor manera, con la finalidad de satisfacer a cada uno de los consumidores.
- ✓ **Compromiso:** Al brindarles un servicios de calidad; con la sociedad, al ofrecer estabilidad a las familias del personal, y con el medio ambiente, al respetar y cumplir todas las normas establecidas para el cuidado del mismo.

#### 5.2.1.4 Fase de Desarrollo en la que se encuentra

El emprendimiento ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO "Artesanías de Papel Reciclable" está en fase de mantenimiento y desarrollo.

### 5.2.2 Estudio Administrativo

#### 5.2.2.1 Legales Y Reglamentos

##### 5.2.2.1.1 Objetivo

Establecer el tipo de compañía más idóneo para la asociación, con el fin de cumplir con todos requisitos que determinar la ley para su constitución, a través del conocimiento y cumplimiento de todas las leyes que la rigen.

##### 5.2.2.1.2 Procedimiento y documentación requeridos para establecer la compañía.

**Cuenta de Integración**: Se realizará el depósito del monto de dinero que represente el capital, en una cuenta Bancaria.

**Escritura pública de constitución de la Asociación**.- La escritura pública constará de:

✓ Nombres, apellidos y estado civil de los socios, de las personas naturales o jurídicas, en los dos casos la nacionalidad y el domicilio.
✓ La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
✓ El objeto social.
✓ Duración de la compañía.
✓ Domicilio de la compañía.
✓ Importe de capital con la expresión del número de participaciones.

✓ Indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario en especie.
✓ La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización.
✓ La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y sustituirla.

**Aprobación en la Superintendencia de Compañías**.-Se hará un oficio dirigido a la Superintendencia de Compañías, pidiendo se autorice o acepte la razón social para constituirse, y posteriormente se tendrá la resolución emitida por la Superintendencia de Compañía, en la que resuelve aprobar el contrato constituido y la publicación por la prensa del extracto.

La solicitud es presentada en simple papel blanco y la respuesta se otorga en cuatro días laborables.

**Inscripción en el Registro Mercantil.-** Los Requisitos para la inscripción en el Registro Mercantil de Constitución de Asociación son:

✓ Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda y tercera copias.
✓ Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras o protocolizaciones.
✓ Certificado de afiliación a una de las Cámaras de la Producción del Cantón en donde se encuentra el domicilio de la compañía, según su objeto social (Debe constar el aumento de capital si trata de aquello. Si se trata de disolución o liquidación se debe presentar el certificado de desafiliación respectivo).
✓ Publicación del extracto (periódico).
✓ Razones Notariales que indiquen que los Notarios han tomado nota de las resoluciones aprobatorias al margen de las matrices de las escrituras respectivas.
✓ Copias de la cédula de ciudadanía y el certificado de votación del (los) compareciente (s) (VIGENTE).
✓ Certificado de inscripción en el Registro de la Dirección Financiera Tributaria del Municipio (Para Constituciones).
✓ Certificado de cumplimiento tributario otorgado por la Dirección Financiera Tributaria del Municipio (Para actos societarios).

**Registro Único de Contribuyentes.-** Para las empresas se requiere:

- ✓ La escritura de constitución de la compañía.
- ✓ Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.
- ✓ Nombramiento de Representante Legal.
- ✓ Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

### 5.2.3 Estudio de Mercado

#### 5.2.3.1 Análisis del Mercado

##### 5.2.3.1.1 Demanda

- ✓ Conocer Perfil del consumidor – turista.
- ✓ Formas de ofrecer el producto conforme a las necesidades y gustos del consumidor.
- ✓ Determinar el mercado potencial al que se puede vender.
- ✓ Quienes son los competidores.
- ✓ Fijar las Frecuencias de consumo o temporadas de visitas.

##### 5.2.3.1.2 Publicidad

- ✓ Medios (publicidad/ promoción) para conocer la Asociación.

##### 5.2.3.1.3 Oferta

- ✓ Establecer los precios de los productos ofertados
- ✓ Productos que se están ofreciendo y quien los ofrece.
- ✓ Prescribir que desean los turistas, que no se está ofreciendo en otros lugares de turismo.

##### 5.2.3.1.4 Precios

- ✓ Establecer el rango de precios para la prestación de servicios

##### 5.2.3.1.5 Tipo de investigación

Dentro del planteamiento del proyecto se realizó una investigación previa (exploratoria) a través de encuestas, aplicadas a las socias de la Asociación y turistas para conocer la perspectiva con respecto a visita a emprendimientos.

Asociación

- ✓ ¿Cuál es el destino de las artesanías o mercado oferente?
- ✓ ¿Qué medio utiliza usted para vender sus artesanías?
- ✓ ¿Por qué medios le gustaría ofertar sus productos?
- ✓ ¿Cuál es la demanda que presenta la empresa?
- ✓ ¿Por qué tipo de mercado son consumidas estas artesanías?

Turistas

- ✓ ¿Conoce Usted la Parroquia San Pedro de Vilcabamba del cantón Loja?
- ✓ ¿Dónde usualmente usted compra las artesanías?
- ✓ ¿Cuál es su presupuesto cuando visita estos lugares?
- ✓ ¿A través de que medio usted recibió información?

#### 5.2.3.2 Análisis de la Demanda

##### 5.2.3.2.1 Fuentes de Datos Secundarios.

Como fuentes de datos secundarios se tomó en consideración: las estadísticas y boletines del Ministerio de Turismo.

##### 5.2.3.2.2 Turismo Receptor:

Durante el mes de JUNIO del 2012 llegaron al país un total de 118.293 extranjeros. Comparado con el año anterior existe un aumento de visitantes ya que en JUNIO del 2011 ingresaron un total de 99.944 visitantes.

**Figura N° 8 Entrada de Extranjeros al Ecuador**

**Fuente:** http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

#### 5.2.3.2.3 Turismo Interno:

Además dentro del grupo de turistas nacionales existe un 61% que provienen de la ciudad de Loja, los mismos que se desplazan de forma cotidiana los fines de semana a los diferentes atractivos. Para determinar este número de turistas se partió de la población total de la ciudad de Loja que es de 175077, se tomó en cuenta aquella perteneciente a la PEA (38.6%) que de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, se obtiene como resultado un total de 67579 personas, de este número de habitantes se extraen el 61% que según las encuestas tiene residencia en la ciudad de Loja y el 35.62% que se desplaza los fines de semana lo que nos como resultado 14683 habitantes al año que se desplazan a los diferentes lugares de. Al distribuir este número de habitantes anual en semanas se obtiene un promedio de 305 turistas locales semanalmente.

#### 5.2.3.2.4 Mercado Potencial:

El mercado potencial proyectado hasta la fecha es la suma de turista extranjeros (10186 anuales) y locales (14683 anuales) que visitan el cantón Loja, obteniendo un promedio de 550 turistas semanales.

#### 5.2.3.2.5 Fuente de Datos Primaria

La fuente de datos primaria que sustente la investigación descriptiva será: una encuesta aplicada a las integrantes de la Asociación y visitantes en general, ya que la mejor forma de obtener información es preguntando directamente a los posibles interesados que estarían dispuestos a ofrecer y adquirir el producto elaborado.

### 5.2.3.3 Análisis del Mercado

Las técnicas para llevar a cabo dicho análisis fueron las encuestas, muestreo, recolección de sugerencias a los turistas, etc. Para proceder a realizar las encuestas se tomó como mínimo una muestra de 360 personas.

De ahí de los resultados obtenidos, se concluye que la Parroquia San Pedro de Vilcabamba no es muy visitada, por lo que no cuenta con una planta turística para acoger y cubrir las necesidades de los turistas, pero se puede destacar que en el sector se está fomentando para la implementación de estos servicios.

El mercado al que se dirige el proyecto es para visitantes y turistas nacionales y extranjeros que visiten la parroquia y la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio llevando como recuerdo del lugar una artesanías de papel reciclado hecha a mano por mujeres emprendedoras que buscan fortalecer la calidad de vida de sus familias y su comunidad.

#### 5.2.3.4 Análisis de la Oferta

##### 5.2.3.4.1 La oferta

De acuerdo al estudio de mercado, actualmente en el cantón Loja, en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba si existen emprendimientos, con lo que podemos verificar que si existe oferta en el sector.

#### 5.2.3.5 Análisis de la Demanda

##### 5.2.3.5.1 La Demanda

Actualmente la población de San pedro de Vilcabamba es de 1289 habitantes aproximadamente, esta cifra nos muestra el mercado total al cual estaría dirigido el producto, sin embargo debido a los cambios de costumbres se selecciona el 10% de la población que constituiría 129 clientes potenciales del mercado objetivo.

Generalmente el perfil del cliente está comprendido entre 20-50 años de edad, quienes gustan del contacto de la naturaleza y la compra de artesanías. La mayor afluencia de turistas en la Parroquia es en las festividades de Parroquialización en el mes de junio y carnavales en el mes de febrero.

La Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio es la única empresa en la parroquia y sur del país que ofrece productos de papel reciclable, pero que hoy en día es un negocio que se está en peligro por la falta de promoción y difusión.

#### 5.2.3.6 Matriz – MEFI

**Cuadro N° 53 Matriz de Evaluación de Factores Internos**

| MATRIZ – MEFI | | | |
|---|---|---|---|
| **FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO** | **PESO** | **CALIFI-CACIÓN** | **TOTAL PONDERADO** |
| **FORTALEZAS** | | | |
| Única empresa artesanal de papel reciclable en el sector. | 0.15 | 4 | 0.60 |
| Realizan variedad de productos en papel reciclable. | 0.10 | 3 | 0.30 |
| La venta de estos productos es adquirida por turistas extranjeros. | 0.10 | 3 | 0.30 |
| Son productos representativos de la parroquia. | 0.15 | 4 | 0.60 |
| La asociación cuenta con áreas extensas para realizar el trabajo artesanal. | 0.10 | 3 | 0.30 |
| La Asociación tiene promoción en hoteles de la parroquia de Vilcabamba. | 0.10 | 3 | 0.30 |
| La materia prima es propia de la zona. | 0.10 | 4 | 0.40 |
| No necesitan maquinaria industrial para la elaboración de sus productos. | 0.05 | 3 | 0.15 |
| **DEBILIDADES** | | | |
| Falta de promoción y difusión a nivel regional, nacional e internacional. | 0.10 | 3 | 0.30 |
| El personal de la Asociación cuentan con medio tiempo para la producción y distribución de sus productos. | 0.05 | 3 | 0.15 |
| Falta de recursos económicos para la producción. | 0.05 | 2 | 0.10 |
| Su producción actual no tiene rentabilidad, ya que sus ventas no son fijas. | 0.05 | 2 | 0.10 |
| Falta de capacitación a las artesanas que elaboran los productos. | 0.05 | 3 | 0.15 |
| **SUMA** | 1.00 | | 3.35 |

**Fuente:** Observación directa.
**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

Se puede visualizar en la matriz MEFI que las fortalezas se encuentran en cantidades mayoritarias a las debilidades, por lo tanto el proyecto plan de negocio resulta beneficioso para la asociación, siendo la única empresa artesanal de papel reciclable en la región sur del país.

#### 5.2.3.7 Matriz – MEFE

**Cuadro N° 54 Matriz de Evaluación de Factores Externos**

| MATRIZ – MEFE | | | |
|---|---|---|---|
| **FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO** | **PESO** | **CALIFICA-CIÓN** | **TOTAL PONDERADO** |
| **OPORTUNIDADES** | | | |
| Se encuentra con el apoyo del cuerpo de paz de la ciudad de Quito. | 0,20 | 4 | 0,80 |
| No existe competencia local de producción artesanal de papel reciclable. | 0,30 | 4 | 1,20 |
| Comercializan pedidos de los productos a nivel nacional e internacional. | 0,10 | 3 | 0,30 |
| Se puede abrir plaza para la comercialización de las artesanías en otros lugares. | 0,15 | 3 | 0,45 |
| **AMENAZAS** | | | |
| El equipamiento de la asociación está en estado de desperfecto. | 0,05 | 2 | 0,10 |
| La producción de otras actividades ha ocasionado un desinterés para elaboración de artesanías. | 0,15 | 3 | 0,45 |
| La infraestructura de la asociación se encuentran en proceso de deterioro. | 0,05 | 1 | 0,05 |
| **SUMA** | 1,00 | | 3,35 |

**Fuente:** Observación directa.
**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

Se puede visualizar que existen más oportunidades que amenazas, por lo que se observa que en la asociación debe existir una adecuación en sus instalaciones.

#### 5.2.3.8 Marketing Mix – Cuatro "Ps"

##### 5.2.3.8.1 Marca - Nombre

El nombre de la empresa nace cuando un grupo de mujeres de negocio se organizan un día 23 de junio y forman una asociación dedicada a la producción de

artesanías de papel reciclable con el propósito mejorar la economía y de ayudar a su comunidad y sus familias.
El nombre de la empresa es **"Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio"**.

#### 5.2.3.8.2 Logotipo

**Figura N° 9 Logotipo**

**Fuente:** Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio.
**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

El logotipo representa en su esencia la unión de mujeres artesanas emprendedoras y trabajadoras que conjugan el trabajo por el desarrollo y progreso de sus familias y de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Con el objetivo de producir la respuesta deseada en el mercado, la empresa ha decidido combinar de la siguiente manera las herramientas tácticas del marketing controlables conocidas como las "cuatro P":

- ✓ Producto
- ✓ Precio
- ✓ Plaza
- ✓ Promoción

#### 5.2.3.8.3 Producto

La oferta del producto es realizar variedad y calidad de artesanías de papel reciclable, diferenciándose así de la competencia, y se logrará en base a las capacitaciones constantes del personal y material de trabajo.

**"La Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio"** también ofrece productos variados, amplias instalaciones y servicios de bocaditos a sus visitantes

En cuanto a las instalaciones físicas la Asociación incluye:

- ✓ **Unidad de Papel:** Lugar donde el papel es almacenado luego de su recolección en los diferentes lugares como oficinas, escuelas, etc., de los poblados cercanos a la Asociación.

- ✓ **Área Proceso:** Es en donde el papel es pesado y dejado en remojo por un día para luego ser licuado y colocado en un recipiente con agua. El papel licuado es extraído en láminas y pasa a la prensa, donde se elimina el exceso de agua. Estas láminas son ubicadas en esterillas para su secado.

- ✓ **Área de Producción:** cuenta con esta zona donde se elabora diversidad de productos en forma manual y artesana, adornados con flores y hoja nativas del sector.

- ✓ **Comedor – Cocina:** Zona para atender a los visitantes que llegan a la Asociación en grupo y solicita servicios alimenticios dividido en dos secciones: cocina y comedor.

- ✓ **Área de Venta:** Lugar en donde se mostrarán y estarán disponibles para la venta todas las artesanías y tipos de productos elaborados por la asociación hacia los turistas y visitantes.

#### 5.2.3.8.4 Precio

**Forma de determinarlo:** En la determinación del precio de las artesanías, las integrantes de la Asociación por medio de su directiva establecieron precios cómodos y accesibles al consumidor de los cuales cubren los gastos de producción y sustento de la empresa.

Los parámetros que se utilizaron para establecer los precios están calculados de acuerdo al tamaño, diseño, producto y material utilizado en la producción de cada artesanía.

**Descuentos**: En el caso de que un cliente realizara compras al por mayor y por medio de pedidos, este tendrá un descuento del 0.02% del precio real del producto. A demás no se ofrecerán descuentos en la compra minoritaria de artesanías.

**Periodo de Pago:** Los clientes podrán pagar únicamente en efectivo al momento de la entrega del producto.

**Precios Normativos:** A continuación se detalla los precios de las artesanías que se ofertan en la ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO:

**Cuadro N° 55 Precios de Productos de Papel Reciclable**

| | | | |
|---|---|---|---|
| Libro Grande | **$ 25.00 USD** | Bolso Doble | **$ 2.25 UDS** |
| Libro Doble | **$ 5.00 USD** | Bolso Doble de Cabuya | **$ 3.50 UDS** |
| Álbum Doble | **$ 5.00 USD** | Bolso Doble de Papel | **$ 3.25 UDS** |
| Álbum Doble de Fibra | **$ 6.00 USD** | Bolso Regular | **$ 1.25 UDS** |
| Libro Doble de Fibra | **$ 6.00 USD** | Bolso 15x15 | **$ 1.20 UDS** |
| Libro Regular | **$ 3.00 UDS** | Bolso de Vino | **$ 1.30 UDS** |
| Libro Regular de Fibra | **$ 3.50 UDS** | Bolso Grande | **$ 1.70 UDS** |
| Álbum Regular | **$ 3.00 UDS** | Mini Bolso | **$ 1.00 UDS** |
| Álbum Regular de Fibra | **$ 3.50 UDS** | Bolso Joyero | **$ 0.80 UDS** |
| Libro Mediano | **$ 4.00 UDS** | Caja Corazón Grande | **$ 2.50 UDS** |
| Porta Libro | **$ 2.00 UDS** | Caja Corazón Mediana | **$ 1.50 UDS** |
| Mini Libro | **$ 1.00 UDS** | Mini Caja Corazón | **$ 1.25 UDS** |
| Libreta Grande | **$ 4.00 UDS** | Caja Redonda | **$ 2.25 UDS** |
| Libreta Pequeña | **$ 1.70 UDS** | Caja Joyera | **$ 0.50 UDS** |
| Libreta Regular | **$ 3.00 UDS** | Mini Joyero | **$ 0.50 UDS** |
| Paquete de Esquela | **$ 4.00 UDS** | Caja 6x6 | **$ 0.50 UDS** |
| Paquete de Esquela Fibra | **$ 4.50 UDS** | Caja 8x5.2 | **$ 0.50 UDS** |
| Agenda | **$ 1.70 UDS** | Porta Retrato | **$ 2.25 UDS** |
| Agenda Anillada | **$ 2.00 UDS** | Porta Retrato Bordado | **$ 3.00 UDS** |
| Agenda Normal con Palo | **$ 2.00 USD** | Porta Retrato Calado | **$ 3.00 UDS** |
| Tarjeta Normal de Fibra | **$ 1.00 UDS** | Separador | **$ 0.40 UDS** |
| Tarjeta Normal | **$ 0.90 UDS** | Roseta Pequeña | **$ 0.50 UDS** |
| Mini Tarjeta | **$ 0.40 UDS** | Roseta Grande | **$ 0.60 UDS** |

**Fuente:** Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

#### 5.2.3.8.5 Plaza - Canales de distribución

Para distribuir estos productos, se consideró la posibilidad de participar de las actividades de promoción turística organizadas a nivel nacional, como ferias, exposiciones, casas abiertas entre otros eventos. También se buscará distribuir por la venta personal en plazas, mercador, etc.

#### 5.2.3.8.6 Promoción – Comunicación

Debido a la alta influencia que ejerce la comunicación en las ventas. Es muy importante que se utilicen los medios adecuados para dar a conocer a la "ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO" a sus clientes.

**Publicidad:**

- ✓ Utilizar una valla publicitaria con el logo e información de la Asociación.
- ✓ Un video turístico promocional el cual describe la forma de elaboración de las artesanías de papel reciclable y los diferentes productos y servicios que ofrece la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio.
- ✓ Utilizar el logotipo q identifique a la Asociación con sus clientes.
- ✓ Buscar alianzas estratégicas con hoteles, restaurantes, agencias de viaje; para colocar los productos y reproducir el video de la Asociación.
- ✓ Realizar una feria turística en donde se promocione la Elaboración de las artesanías de papel reciclable de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, así como también dar a conocer el potencial turístico en cuanto a atractivos naturales y gastronomía típica de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

**Ventas Personales:**

- ✓ Demostraciones de elaboración del producto en las instalaciones de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio.
- ✓ Atención personalizada.

**Promoción de ventas:**

- ✓ Ofertas de descuento: en base a pedidos mayores a 50 productos, descuento del 10%.
- ✓ Construcción del área de venta para mejor visión del producto.

### 5.2.4 Estudio Técnico

#### 5.2.4.1 Objetivo

El estudio técnico pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

#### 5.2.4.2 Localización

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

#### 5.2.4.3 Macro localización

La parroquia San Pedro de Vilcabamba se encuentra en la parte Sur – Oriental del Ecuador, a 37 km de la ciudad de Loja.

**Figura N° 10 Mapa de Macro Localización**

**Fuente:** www.viajandox.com/loja

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

#### 5.2.4.4 Micro localización

La Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, se encuentra situada en el barrio Panecillo vía Sacapo en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, provincia de Loja. Región Sur del Ecuador.

**Figura N° 11 Mapa de Micro Localización**

**Fuente:** Observación directa.
**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.4.5 Metodología para calificar la localización del proyecto.

#### 5.2.4.5.1 Factores de la localización.

Para determinar la productividad de la localización de la asociación se basa en los factores de localización y parámetros de calificación establecidos por Fabio Cárdenas Tabares en el Capítulo 2 de su obra “Proyectos Turísticos. Localización e inversión”. Los factores de localización se dividen en tres grupos: decisivos, importantes y deseables.

#### 5.2.4.5.2 Evaluación de factores.

Los factores decisivos, importantes y deseables tienen determinada puntuación en lo que concierne a su valor. A los factores decisivos se les asigna una ponderación o peso del 60% dentro de la evaluación total, con un máximo de 60 puntos.

Los factores importantes se evalúan en un 30%, con un máximo de 25 puntos. Finalmente, a los factores deseables les corresponde una ponderación o peso de un 10%, con un máximo de 15 puntos.

Los límites para efectuar la evaluación individual de cada factor van desde 0 hasta 5 puntos, de la forma siguiente:

**Cuadro N° 56 Evaluación de Factores**

| Puntos | Significados del valor |
|---|---|
| 0 | Inexistente |
| 1 | Pobre |
| 2 | Regular |
| 3 | Bueno |
| 4 | Excelente |
| 5 | Optimo |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

Al efectuarse la suma de los puntos para todos los grupos de factores, se podrán establecer las comparaciones cuantitativas entre las diferentes posibilidades que se están estudiando. La calificación final se obtiene con base en los siguientes criterios:

**Cuadro N° 57 Puntaje de Factores**

| Ubicación | Puntuación total |
|---|---|
| Descartable | de 0 a 15 |
| Malo | de 16 a 35 |
| Regular | de 36 a 55 |
| Bueno | de 56 a 75 |
| Excelente | de 76 a 95 |
| Óptimo | de 96 a 100 |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

#### 5.2.4.5.3 Evaluación de Localización del Proyecto.

- ✓ **Evaluación de factores decisivos**

**Cuadro N° 58 Evaluación de factores decisivos**

| Evaluación de factores decisivos | Calificación |
|---|---|
| 1. Existencia de vías de comunicación | 3 |
| 2. Seguridad de conducción | 2 |
| 3. Intensidad de tránsito | 1 |
| 4. Distancia-tiempo a centros urbanos mayores | 2 |

| | |
|---|---|
| 5. Disponibilidad del agua | 4 |
| 6. Disponibilidad de energía eléctrica | 4 |
| 7.Disponibilidad de comunicaciones telefónicas | 3 |
| 8. Disponibilidad de terrenos | 4 |
| 9. Atractivo turístico | 4 |
| 10. Calidad de desarrollos circunvecinos (de otro tipo) | 3 |
| 11. Condiciones sociales | 3 |
| 12. Condiciones de salubridad | 3 |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

- ✓ **Evaluación de factores importantes**

**Cuadro N° 59 Evaluación de factores importantes**

| Evaluación de factores importantes | Calificación |
|---|---|
| 1. Proximidad a las vías principales (visualidad) | 3 |
| 2. Costo del terreno | 2 |
| 3. Condiciones del subsuelo | 3 |
| 4. Topografía | 2 |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

- ✓ **Evaluación de factores deseables**

**Cuadro N° 60 Evaluación de factores deseables**

| Evaluación de factores deseables | Calificación |
|---|---|
| 1. Disponibilidad de materiales y mano de obra | 3 |
| 2. Condiciones meteorológicas | 2 |
| 3. Facilidades de desagües | 2 |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**Total: 51**

**Interpretación:** La localización del proyecto turístico es regular.

#### 5.2.4.6 Tamaño

##### 5.2.4.6.1 Factores del tamaño

###### 5.2.4.6.1.1 La demanda

Este es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El objetivo de este proyecto es cubrir un 9.1 % de la demanda existente. Este es un porcentaje adecuado ya que se considera que como máximo debe ser el 10% de la demanda.

El producto a ser elaborado está dirigido a turistas locales, nacionales y extranjeros, para los cuales se ha tomado en cuenta para turistas locales a estudiantes de universidades y colegios.

###### 5.2.4.6.1.2 Suministros e Insumos.

El abasto suficiente en calidad y cantidad de materias primas e insumos es un aspecto vital en el desarrollo del proyecto. Para demostrar que este aspecto no es un limitante para el tamaño del proyecto, es necesario listar los proveedores de materia prima e insumos.

###### 5.2.4.6.1.3 Proveedores:

- ✓ Área alimentos y bebidas: Mercados de la ciudad de Loja.
- ✓ Oficinas y escuelas del sector.
- ✓ Flores nativas de la Parroquia.

###### 5.2.4.6.1.4 Diseño y Distribución de la Asociación

Espacio existente: La asociación se construirá en un terreno de 553 m². El área total de construcción es de su totalidad.

Para mayor comodidad y funcionalidad se realizará una distribución para que haya ambientes específicos para cada uno de los servicios y áreas complementarias. Cada una de estas áreas estará equipada con todo el mobiliario, equipo necesario que permitan realizar une producción de buena calidad.

**Las áreas son las siguientes:**

- ✓ **Área de Comercial**
  - ✓ Venta de artesanías
  - ✓ Atención al cliente

- ✓ **Área de Proceso de Papel**
  - ✓ Sección de maquinaria industrial y tradicional.
  - ✓ Sección de secado.

- ✓ **Área Capacitación**
  - ✓ Sala de capacitación.

- ✓ **Área de Alimentos y Bebidas**
  - ✓ Cocina.
  - ✓ Comedor.

- ✓ **Área de Oficina**
  - ✓ Contabilidad.
  - ✓ Secretaría.
  - ✓ Administración.

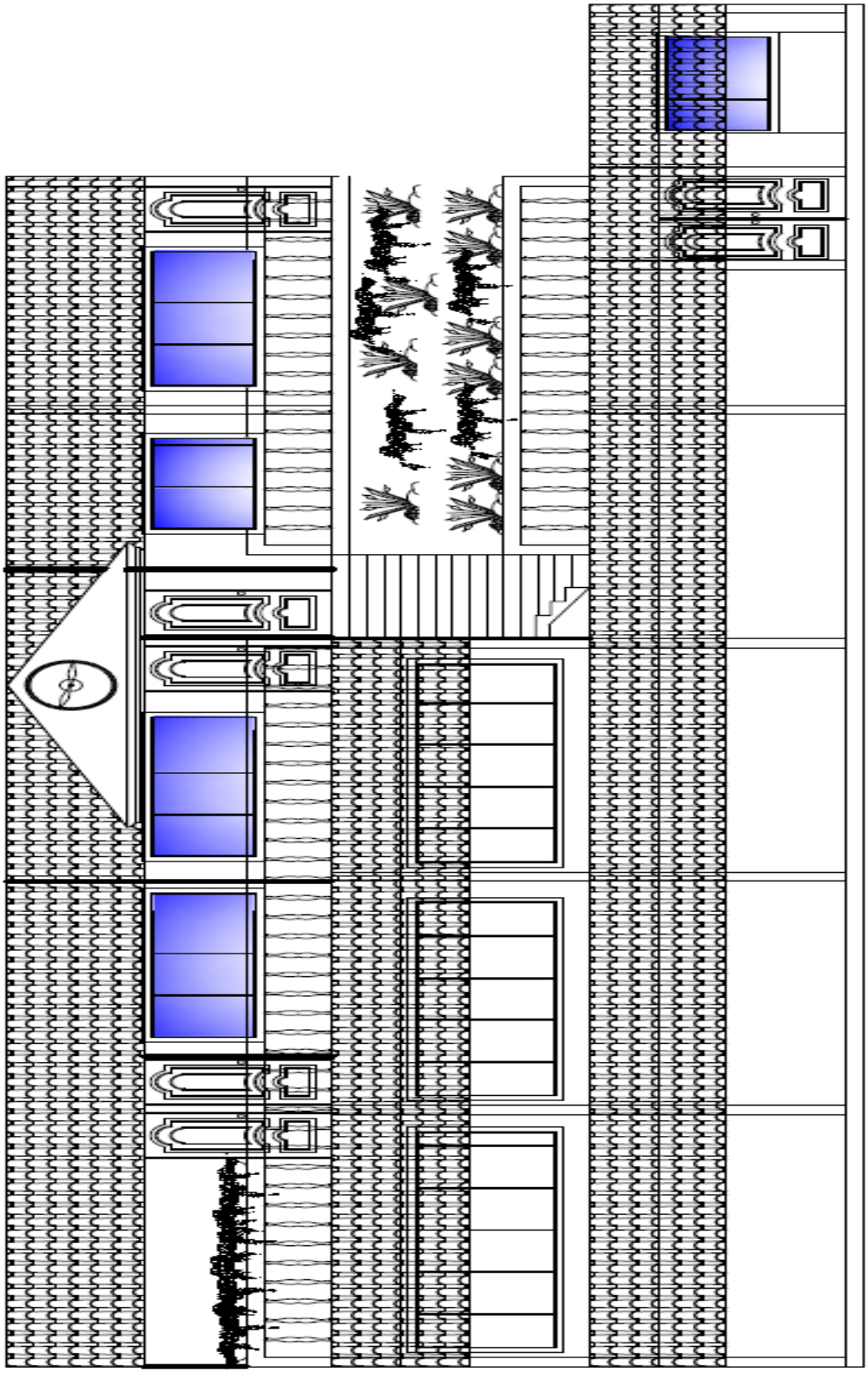
- ✓ **Área de Tarjetería**
  - ✓ Sala de exposición.

- ✓ **Área de Bodega**
  - ✓ Bodega.

- ✓ **Área de Café**
  - ✓ Área de proceso.
  - ✓ Máquinas y equipos.

### 5.2.4.7 Planimetría de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio.

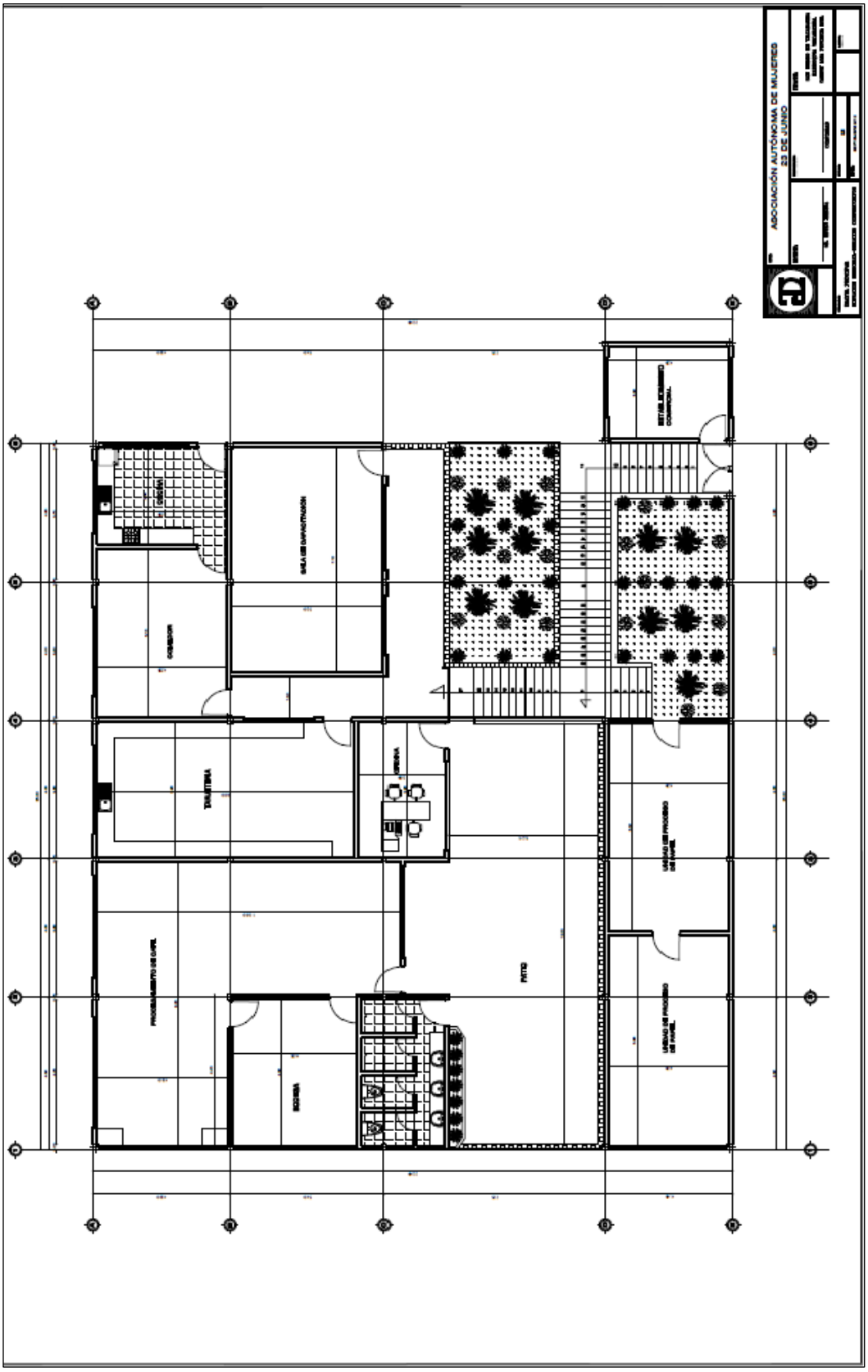
**Figura N° 12 Levantamiento Principal de la Asociación**



**Fuente:** Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio

**Elaboración:** Ing. Diego Coronel / Edwin Patricio Medina D.

**Figura N° 13 Distribución de la Asociación**




**Fuente:** Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio

**Elaboración:** Ing. Diego Coronel / Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.4.8 Estructura Organizacional de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio.

#### 5.2.4.8.1 Nivel de Jerarquía Empresarial.

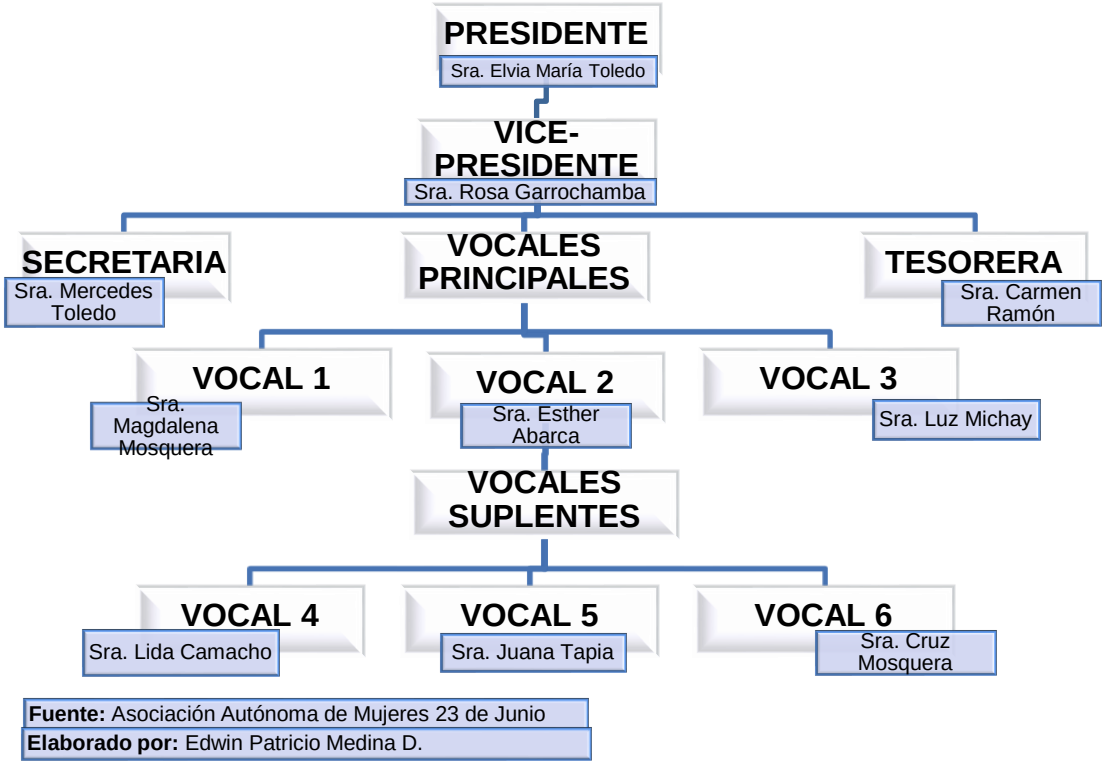
**Figura N° 14 Nivel de Jerarquía**

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

#### 5.2.4.8.2 Organigrama Funcional de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio.

**Figura N° 15 Organigrama Funcional**




**Fuente:** Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

En el organigrama funcional se encuentran descritos los puestos específicos de cada miembro de la organización, así como el nivel de mando de arriba hacia abajo. Permitiendo determinar las funciones que desempeñaran cada uno de los miembros de la organización. Es así que el presidente es la autoridad y este tiene como subordinados a la Vicepresidente, la secretaria, la tesorera y vocales.

#### 5.2.4.9 Manual de Funciones

**Presidente y Vicepresidente**: Será el encargado de coordinar y ejecutar planes de acción en todas las áreas de la empresa, incentivando al equipo humano para conseguir los objetivos corporativos.

**Descripción General**

Se ocupa principalmente, de gestionar los procesos de la empresa. Buscar la calidad continúa en todos los servicios internos y externos ofertados por el equipo:

- ✓ Cumplir con las exigencias legales y tributarias;
- ✓ Desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar competitividad, crecimiento y desarrollo del negocio.

**Descripción Detallada**

- ✓ Planear y desarrollar nuevos productos y procesos.
- ✓ Indicar las necesidades de inversión.
- ✓ Establecer cronogramas, plazos y presupuestos
- ✓ Controlar costos
- ✓ Analizar proyecciones financieras
- ✓ Analizar índices estadísticos de productividad y rentabilidad
- ✓ Determinar el flujo de informaciones
- ✓ Desarrollar y supervisar acciones correctivas y verificar su eficacia
- ✓ Alcanzar objetivos esperados.
- ✓ Implementar un programa de conservación ambiental
- ✓ Participar en la definición y administración de contratos y acuerdos
- ✓ Supervisar y chequear los servicios y atenciones dispuestas al huésped
- ✓ Asegurar el cumplimiento de las leyes y legislaciones en todas las esferas
- ✓ Establecer los requerimientos de personal
- ✓ Definir criterios para la administración del equipo humano de trabajo
- ✓ Establecer una política de remuneración e incentivo

## ÁREA ADMINISTRATIVA

### Descripción General

Se ocupa principalmente, de gestionar actividades tanto con proveedores internos y externos, incorporando técnicas administrativas para apoyar a la gerencia.

### Actividades Secretaria:

- ✓ Elaborar resúmenes e informes escritos y orales
- ✓ Llevar una agenda de las actividades del Gerente.
- ✓ Elaborar documentos cartas, oficios, memorándums.
- ✓ Mantener contacto con proveedores
- ✓ Dar atención al Teléfono y demás medios de comunicación
- ✓ Ofrecer productos y servicios:
- ✓ Controlar el crédito
- ✓ Obtener información, documentos y garantía de pago
- ✓ Confirmar reservas: coordinar la información de modificaciones presentadas en la reserva, con el huésped, el establecimiento, las agencias, aerolíneas o demás empresas involucradas.
- ✓ Ajustar la solicitud a la disponibilidad y controlar la tasa de ocupación hotelera y posible exceso de contratación

### Actividades Contabilidad:

- ✓ Emitir mensualmente, hasta el día de cierre contable, el balance general y estado de pérdidas y ganancias.
- ✓ Emitir estados financieros preparados en base a principios de contabilidad generalmente aceptados declaraciones mensuales de retenciones de impuesto a la renta en la fuente e IVA.
- ✓ Revisar reportes de ventas diarios facturas y depósitos entregados.
- ✓ Ingresar las facturas, comprobantes, retenciones al sistema contable.
- ✓ Elaborar y archivar comprobantes de venta, retenciones, asientos de diario, conciliaciones mensuales, comprobantes de ingreso y egreso.
- ✓ Elaborar pruebas de control interno tributarias, ventas, nómina, pagos a proveedores, inventarios, valoración de activos fijos, gastos de venta y gestión.

- ✓ Procesar pagos por servicios.
- ✓ Codificar y etiquetar cada ítem de activo fijo que adquiera la empresa; da de alta en el correspondiente auxiliar de activos fijos.
- ✓ Asegurar la correcta valoración del inventario, aplica los porcentajes de depreciación autorizados por la ley por cada tipo de activo.
- ✓ Genera reportes mensuales de inventarios para cotejarlos con el físico.

**ÁREA DE PROCESO**

**Operarias:** Operar eficientemente las herramientas; vigilar y controlar el cumplimiento de las normas de calidad en la producción.

**Descripción General**

Desarrollar todas las labores que requieren las artesanías de papel reciclable desde el almacenamiento de la materia prima hasta la obtención del producto listo para la venta.

**Descripción Detallada**

- ✓ Apoyar las labores de mantenimiento preventivas de las máquinas.
- ✓ Habilidad para licuar, moldear y secar el papel.
- ✓ Mantener limpio y aseado el lugar de trabajo.
- ✓ Crear un producto con calidad, que sea del agrado de los clientes.
- ✓ Adaptabilidad a las exigencias del trabajo.

**AREA DE COCINA**

**Chef:** el servicio de restaurante que se brindará es indispensable para satisfacer a los clientes, ya que el responsable será quien cumpla con las especificaciones alimenticias del cliente.

**Descripción General**

El chef de cocina se ocupará principalmente, de crear, coordinar y realizar recetas y platos; de supervisar el equipo de trabajo de la cocina; de asegurar la calidad de los productos y servicios y la rentabilidad para el establecimiento.

**Descripción Detallada**

- ✓ Planificar y controlar la cocina.
- ✓ Analizar reportes, estadísticas y desempeño de la cocina.
- ✓ Elaborar programación de la cocina.
- ✓ Mantener al día información sobre la demanda del servicio para la planificación de la producción.
- ✓ Programar y distribuir el trabajo y el personal necesario para la realización del servicio de la Cocina.
- ✓ Efectuar levantamiento de material necesario y costos.
- ✓ Coordinar la actividad de la cocina e interactuar con otras áreas involucradas
- ✓ Supervisar la limpieza de máquinas, instrumentos y utensilios.
- ✓ Analizar costos y rentabilidad del menú
- ✓ Administrar existencia (stock) y consumo:
- ✓ Analizar el consumo frente al menú.
- ✓ Solicitar compra de mercadería
- ✓ Recibir y verificar calidad de la mercadería

**Asistente de Cocina:** será el responsable de colaborar e informar al chef en lo que se requiera además de actividades complementarias en la cocina.

**Descripción General**

Se ocupará, principalmente, de ejecutar recetas; comprender los procesos de elaboración, preparación, montaje y presentación de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres.

**Descripción Detallada**

- ✓ Apoyar al jefe de cocina en la administración de existencias (stock) y control de consumo de la cocina recibir, verificar y almacenar mercadería comprada o solicitada.
- ✓ Apoyar al jefe de cocina en la elaboración de menú o carta: Sugerir platos, cortar, tornear, picar, moler, rallar y licuar el producto alimenticio.
- ✓ Moldear verduras y legumbres.
- ✓ Limpiar, cortar, deshuesar y conservar carne, caza, pescados y mariscos.

- ✓ Condimentar y marinar alimento.
- ✓ Cocinar, asar, freír, estofar, saltear, guisar y gratinar alimento.
- ✓ Utilizar técnicas de cocción.
- ✓ Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos.

**AREA DE VENTAS**

**Vendedor:** el servicio de alojamiento requiere una persona especializada que, se encargue de conocer lo que demanda el mercado, y formule estrategias para dar a conocer el dicho servicio.

**Descripción Detallada**

- ✓ Establecer estrategias y acciones de mercadeo (marketing):
- ✓ Investigar y analizar tendencias del mercado.
- ✓ Analizar la participación de la empresa en el mercado, tasa de ocupación hotelera, promedio diario y flujo de venta de productos y servicios.
- ✓ Negociar y establecer acuerdos y alianzas comerciales.

### 5.2.5 Plan de Operación o Gerencial

#### 5.2.5.1 Requerimientos Físicos de la Micro-Empresa

**Cuadro Nº 61 Terreno**

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| 553 | Metros cuadrados de terreno |

**Fuente:** Entrevista Sra. Elvia María Toledo

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 62 Instalaciones y Obras Complementarias**

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| 4 | Adecuación de techos |
| 1 | Línea telefónica |
| 1 | Extintor |
| 1 | Botiquín |

**Fuente:** Entrevista Sra. Elvia María Toledo

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 63 Muebles y Enseres**

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| 3 | Escritorio estilo ejecutivo |
| 1 | Sillón Gerencial |
| 66 | Sillas |
| 2 | Mostrador de aluminio y vidrio |
| 1 | Vitrina |
| 11 | Mesas rectangulares |
| 1 | Stand |
| 7 | Mesa MDF de 3x1.5m |
| 1 | Porta papeles |
| 1 | Archivador |

**Fuente:** Entrevista Sra. Elvia María Toledo

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 64 Equipos de Computación**

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| 1 | Computador más complementos |

**Fuente:** Entrevista Sra. Elvia María Toledo

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 65 Equipos de Oficina**

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| 1 | Teléfono |

**Fuente:** Entrevista Sra. Elvia María Toledo

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 66 Suministros de Oficina**

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| 1 | Resma de Papel Boom |
| 2 | Cartuchos de Color y Negro |
| 20 | Lápices |
| 1 | Pizarra de tiza liquida |
| 1 | Grapadoras |
| 1 | Perforadora |
| 10 | Carpetas Archivadoras |
| 2 | Archivadores |

**Fuente:** Entrevista Sra. Elvia María Toledo

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 67 Maquinaria y Equipo**

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| 1 | Cocina industrial |
| 1 | Balanza |
| 1 | Olla industrial |
| 1 | Guillotina |
| 1 | Prensa de hierro |
| 1 | Licuadora industrial |
| 5 | Moldes de madera cuadrados |
| 10 | Tijeras grandes |
| 1 | Mesa metálica |
| 1 | Tina de latón |
| 2 | Esterillas de secado |

**Fuente:** Entrevista Sra. Elvia María Toledo

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 68 Utensilios de Cocina**

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| 1 | Ollas de 25 Litros |
| 2 | Cuchillos |
| 5 | Tinas Plásticas |
| 8 | Baldes plásticos de 30lts |

**Fuente:** Entrevista Sra. Elvia María Toledo

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 69 Útiles de Aseo y Limpieza**

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| 2 | Escobas |
| 2 | Recogedores |
| 4 | Cestos para Basura |
| 2 | Trapeador |
| 2 | Desinfectantes de 5 Litros |
| 4 | Jabones Líquidos |

**Fuente:** Entrevista Sra. Elvia María Toledo

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 70 Suministros de Producción**

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| 27 | Camisetas de la Asociación |

**Fuente:** Entrevista Sra. Elvia María Toledo

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 71 Materiales Directos e Indirectos**

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| 1 | Galón de goma |
| 500 | Libras de papel |
| 6 | Tijeras |
| 6 | Estiletes |
| 9 | Pincel |
| 1 | Sello rojo |
| 1 | Cinta métrica |

**Fuente:** Entrevista Sra. Elvia María Toledo

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

#### 5.2.5.2 Proceso del Producto

El proceso de confección de estas artesanías inicia con la recolección del papel usado para ser llevado al área de proceso, en donde el papel es pesado y dejado en remojo por un día para luego ser licuado y colocado en un recipiente con agua.
El papel licuado es extraído en láminas y pasa a la prensa, donde se elimina el exceso de agua. Estas láminas son ubicadas en esterillas para su secado.

En el reciclaje, a más del papel usado, se recoge también otros materiales, incluso orgánicos como el tronco del banano, que una vez picado es cocinado y licuado para luego mezclarse con el papel reciclado y manufacturar el papel de fibra de banano.

Una vez procesado el papel, es llevado a la sala de capacitación se elabora diversidad de productos en forma manual y artesanal, tales como:

- ✓ Libros
- ✓ Tarjetas
- ✓ Bolsos
- ✓ Mini tarjetas
- ✓ Cajas
- ✓ Porta retratos
- ✓ Álbumes
- ✓ Joyeros
- ✓ Charoles

Estas artesanías son adornadas con flores y hojas nativas del lugar, que antes de ser utilizadas son puestas a secar.

### 5.2.6 Estudio Financiero

La inflación que se utiliza para el presente estudio financiero es 5,16% del Banco Central del Ecuador.

#### 5.2.6.1 Activos Fijos

**Cuadro Nº 72 Maquinaria y Equipo**

| Presupuesto de Maquinaria y Equipo | | | |
|---|---|---|---|
| **CANTIDAD** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR TOTAL** |
| 1 | Cocina industrial | 250,00 | 250,00 |
| 1 | Balanza | 80,00 | 80,00 |
| 1 | Olla industrial | 120,00 | 120,00 |
| 1 | Guillotina | 100,00 | 100,00 |
| 1 | Prensa de hierro | 45,00 | 45,00 |
| 1 | Licuadora | 85,00 | 85,00 |
| 1 | Tina de latón | 50,00 | 50,00 |
| 2 | Esterillas se secado | 20,00 | 40,00 |
| 5 | Moldes de madera cuadrados | 10,00 | 50,00 |
| 10 | Tijeras grandes | 5,00 | 50,00 |
| 1 | Mesa metálica | 175,00 | 175,00 |
| **Total** | | | **1045,00** |

**Fuente:** Ochoa Hermanos.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 73 Equipos de Oficina**

| Presupuesto de Equipo de Oficina | | | |
|---|---|---|---|
| **CANTIDAD** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR TOTAL** |
| 1 | Teléfono Sony | 80,00 | 80,00 |
| **Total** | | | **80,00** |

**Fuente:** Audio Centro Electrodomésticos.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 74 Equipos de Computo**

| Presupuesto de Equipo de Cómputo | | | |
|---|---|---|---|
| **CANTIDAD** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR TOTAL** |
| 1 | Computador más complementos HP | 750,00 | 750,00 |
| **Total** | | | **750,00** |

**Fuente:** Master PC.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 75 Muebles y Enseres**

| Presupuesto de Muebles y Enseres | | | |
|---|---|---|---|
| **CANTIDAD** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR TOTAL** |
| 3 | Escritorios estilo ejecutivo | 140,00 | 420,00 |
| 1 | Sillón gerencial | 80,00 | 80,00 |
| 2 | Mostrador de aluminio y vidrio | 35,00 | 70,00 |
| 1 | Vitrina | 55,00 | 55,00 |
| 11 | Mesas rectangulares | 15,00 | 165,00 |
| 1 | Stand | 20,00 | 20,00 |
| 5 | Mesa MDF de 3x1.5m | 25,00 | 125,00 |
| 1 | Archivador | 35,00 | 35,00 |
| 1 | Portapapeles | 25,00 | 25,00 |
| 66 | Sillas | 8,00 | 528,00 |
| **Total** | | | **1523,00** |

**Fuente:** Art's Muebles.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 76 Utensilios de Cocina**

| Presupuesto de Utensilios de Cocina | | | |
|---|---|---|---|
| **CANTIDAD** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR TOTAL** |
| 1 | Ollas de 25 Litros | 55,00 | 55,00 |
| 2 | Cuchillos | 7,50 | 15,00 |
| 5 | Tinas Plásticas | 5,00 | 25,00 |
| 8 | Baldes Plásticos de 30 Litros | 7,00 | 56,00 |
| **Total** | | | **151,00** |

**Fuente:** Híper Valle, Todo Hogar.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 77 Útiles Aseo y Limpieza**

| Presupuesto de Útiles de aseo y limpieza | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **CANTIDAD** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR MENSUAL** | **VALOR ANUAL** |
| 4 | Escobas | 2,50 | 0,83 | 10,00 |
| 2 | Recogedor | 2,00 | 0,33 | 4,00 |
| 4 | Cestos de basura | 4,00 | 1,33 | 16,00 |
| 2 | Trapeador | 6,00 | 1,00 | 12,00 |
| 2 | Desinfectante 5 litros | 4,50 | 0,75 | 9,00 |
| 4 | Jabones Líquidos | 3,00 | 1,00 | 12,00 |
| **Total** | | | **5,25** | **63,00** |

**Fuente:** Híper Valle.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 78 Terreno**

| Presupuesto terreno | | | |
|---|---|---|---|
| **CANTIDAD** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR TOTAL** |
| 553 | Metros cuadrados de terreno | 15,00 | 8295,00 |
| **Total** | | | **8295,00** |

**Fuente:** Junta Parroquial.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.2 Activos Diferidos

**Cuadro Nº 79 Activos Diferidos**

| Presupuesto de Activos Diferidos | | | |
|---|---|---|---|
| **CANTIDAD** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR TOTAL** |
| 1 | Estudio Plan de Negocios | 1500,00 | 1500,00 |
| 1 | Gastos de Constitución | 300,00 | 300,00 |
| 1 | Reconstrucción del terreno | 502,00 | 502,00 |
| 1 | Adecuación del lugar | 1500,00 | 1500,00 |
| 1 | Imprevistos 2% | 76,04 | 76,04 |
| **Total** | | | **3878,04** |

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 80 Adecuación del Local**

| Presupuesto de Adecuación del Local | | | |
|---|---|---|---|
| **CANTIDAD** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR TOTAL** |
| 4 | Decorado de áreas | 325,00 | 1300,00 |
| 1 | Medidor de agua | 10,00 | 10,00 |
| 1 | Medidor de luz | 45,00 | 45,00 |
| 1 | Línea telefónica | 70,00 | 70,00 |
| 1 | Extintor | 40,00 | 40,00 |
| 1 | Botiquín | 35,00 | 35,00 |
| **Total** | | | **1500,00** |

**Fuente:** Observación Directa.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.3 Materia Prima

**Cuadro Nº 81 Presupuesto Materia Prima**

| **Presupuesto de artesanías (materia prima)** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 3000 al año/ 250 cada mes | | | | |
| **CANTIDAD** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR MENSUAL** | **VALOR TOTAL** |
| 800 | Libras de papel | 0,15 | 10,00 | 120,00 |
| **Total** | | | **10,00** | **120,00** |

**Fuente:** Asociación autónoma de Mujeres 23 de Junio.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 82 Proyección de Materia Prima**

| **Proyección de artesanías** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Años** | **CANTIDAD** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO MENSUAL** | **VALOR TOTAL** |
| 1 | 3000 | artesanía | 10,00 | 120,00 |
| 2 | 3100 | artesanía | 10,52 | 126,19 |
| 3 | 3200 | artesanía | 11,06 | 132,70 |
| 4 | 3300 | artesanía | 11,63 | 139,55 |
| 5 | 3400 | artesanía | 12,23 | 146,75 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 83 Presupuesto Materia Prima Indirecta**

| **Presupuesto de Materia Prima indirecta** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **CANTIDAD POR PERSONA** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR MENSUAL** | **VALOR ANUAL** |
| 2 | Galón de goma | 10,00 | 1,67 | 20,00 |
| 6 | Tijeras | 2,50 | 1,25 | 15,00 |
| 6 | Estiletes | 1,00 | 0,50 | 6,00 |
| 1 | Sello rojo | 4,00 | 0,33 | 4,00 |
| 9 | Pinceles | 4,00 | 3,00 | 36,00 |
| 2 | Cintas métricas | 1,00 | 0,17 | 2,00 |
| **Total** | | | **6,92** | **83,00** |

**Fuente:** Asociación autónoma de Mujeres 23 de Junio.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 84 Proyección de Materia Prima Indirecta**

| Proyección de Materia Prima indirecta | | | |
|---|---|---|---|
| **Años** | **CANTIDAD** | **VALOR MENSUAL** | **VALOR ANUAL** |
| 1 | 3000 | 6,92 | 83,00 |
| 2 | 3100 | 7,27 | 87,28 |
| 3 | 3200 | 7,65 | 91,79 |
| 4 | 3300 | 8,04 | 96,52 |
| 5 | 3400 | 8,46 | 101,50 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 85 Suministros de Producción**

| Presupuesto de Suministros de Producción | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **CANTIDAD** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR MENSUAL** | **VALOR ANUAL** |
| 27 | Camisetas de la asociación | 10,00 | 22,5 | 270,00 |
| **Total** | | | **22,5** | **270,00** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 86 Presupuesto de Agua**

| Presupuesto de Agua | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **CANTIDAD** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR MENSUAL** | **VALOR ANUAL** |
| 150 | Consumo de Agua m3 | 0,12 | 18,00 | 216,00 |
| **Total** | | | | **216,00** |

**Fuente:** UMAPAL.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.4 Sueldos y Salarios

**Cuadro Nº 87 Sueldos y Salarios**

| **Presupuesto de Sueldos y Salarios** | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Rol de Pagos** | | | | | | |
| **RUBROS CARGO** | **GERENTE** | **SECRETARIA CONTADORA** | **VENDE-DORES** | **OBRE-RO 1** | **OBRE-RO 2** | **OBRE-RO 3** |
| Salario | **318,00** | **318,00** | **318,00** | **318,00** | **318,00** | **318,00** |
| Décimo tercer sueldo 1/12 | 26,50 | 26,50 | 26,50 | 26,50 | 26,50 | 26,50 |
| Décimo cuarto sueldo SBA/12 | 24,33 | 24,33 | 24,33 | 24,33 | 24,33 | 24,33 |
| Vacaciones 1/24 | 13,25 | 13,25 | 13,25 | 13,25 | 13,25 | 13,25 |
| Aporte patronal 11,15% | 35,46 | 35,46 | 35,46 | 35,46 | 35,46 | 35,46 |
| Fondos de reserva 1/12 | 26,50 | 26,50 | 26,50 | 26,50 | 26,50 | 26,50 |
| **COSTO REAL DEL TRABAJO** | **444,04** | **444,04** | **444,04** | **444,04** | **444,04** | **444,04** |
| Aporte IESS 9.35% | 41,52 | 41,52 | 41,52 | 41,52 | 41,52 | 41,52 |
| **LIQUIDO PAGAR** | **402,52** | **402,52** | **402,52** | **402,52** | **402,52** | **402,52** |
| Nº Empleados | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| **Total Mensual** | **402,52** | **402,52** | **402,52** | **402,52** | **402,52** | **402,52** |
| **Total Anual** | **4830,27** | **4830,27** | **4830,27** | **4830,27** | **4830,27** | **4830,27** |

| **Sueldos** | **Anual** | **Mensual** |
|---|---|---|
| SUELDO ADMINISTRATIVO | 14490,81 | 1207,57 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 14490,81 | 1207,57 |
| **Total** | **28981,62** | **2415,14** |

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales, IESS.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 88 Proyección de Sueldos y Salarios**

| **Proyección de Sueldos y Salarios** | | | |
|---|---|---|---|
| **Años** | **CANTIDAD** | **SALARIO MENSUAL** | **SALARIO ANUAL** |
| 1 | 9 | 2415,14 | 28981,62 |
| 2 | 9 | 2539,76 | 30477,08 |
| 3 | 9 | 2670,81 | 32049,69 |
| 4 | 9 | 2808,62 | 33703,46 |
| 5 | 9 | 2953,55 | 35442,56 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.5 Depreciaciones

**Cuadro Nº 89 Depreciaciones**

| Depreciaciones | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **BIENES A DEPRECIARSE** | **VALOR** | **VIDA ÚTIL** | **PORCENTAJE** | **VALOR RESIDUAL** |
| Maquinaria y equipos | 1045,00 | 10 | 10,00% | 104,50 |
| Muebles y Enseres | 1523,00 | 10 | 10,00% | 152,30 |
| Equipo de Oficina | 80,00 | 10 | 10,00% | 8,00 |
| utensilios de cocina 1 a 3 | 151,00 | 3 | 33,33% | 50,33 |
| Utensilios de cocina 4 a 6 | 158,79 | 3 | 33,33% | 52,93 |
| Equipo de Computo 1 a 3 | 750,00 | 3 | 33,33% | 250,00 |
| Equipo de Computo 4 a 6 | 788,70 | 3 | 33,33% | 262,90 |
| **Total** | 3707,79 | | | 880,96 |
| | | | **Valor residual 5 años** | 775,69 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 90 Depreciación Maquinaria y Equipo**

| Maquinaria y equipos | | | |
|---|---|---|---|
| **AÑOS** | **DEPRECIACIÓN ANUAL** | **VALOR ACTIVO** | **VALOR ACTUAL** |
| 0 | | 1045,00 | 940,50 |
| 1 | 94,05 | 940,50 | 846,45 |
| 2 | 94,05 | 846,45 | 752,40 |
| 3 | 94,05 | 752,40 | 658,35 |
| 4 | 94,05 | 658,35 | 564,30 |
| 5 | 94,05 | 564,30 | 470,25 |
| 6 | 94,05 | 470,25 | 376,20 |
| 7 | 94,05 | 376,20 | 282,15 |
| 8 | 94,05 | 282,15 | 188,10 |
| 9 | 94,05 | 188,10 | 94,05 |
| 10 | 94,05 | 94,05 | 0,00 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 91 Depreciación Muebles y Enseres**

| Muebles y Enseres | | | |
|---|---|---|---|
| **AÑOS** | **DEPRECIACIÓN ANUAL** | **VALOR ACTIVO** | **VALOR ACTUAL** |
| 0 | | 1523,00 | 1370,70 |
| 1 | 137,07 | 1370,70 | 1233,63 |
| 2 | 137,07 | 1233,63 | 1096,56 |
| 3 | 137,07 | 1096,56 | 959,49 |
| 4 | 137,07 | 959,49 | 822,42 |
| 5 | 137,07 | 822,42 | 685,35 |
| 6 | 137,07 | 685,35 | 548,28 |
| 7 | 137,07 | 548,28 | 411,21 |
| 8 | 137,07 | 411,21 | 274,14 |
| 9 | 137,07 | 274,14 | 137,07 |
| 10 | 137,07 | 137,07 | 0,00 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 92 Depreciación Equipo de Oficina**

| Equipo de Oficina | | | |
|---|---|---|---|
| **AÑOS** | **DEPRECIACIÓN ANUAL** | **VALOR ACTIVO** | **VALOR ACTUAL** |
| 0 | | 80,00 | 72,00 |
| 1 | 7,20 | 72,00 | 64,80 |
| 2 | 7,20 | 64,80 | 57,60 |
| 3 | 7,20 | 57,60 | 50,40 |
| 4 | 7,20 | 50,40 | 43,20 |
| 5 | 7,20 | 43,20 | 36,00 |
| 6 | 7,20 | 36,00 | 28,80 |
| 7 | 7,20 | 28,80 | 21,60 |
| 8 | 7,20 | 21,60 | 14,40 |
| 9 | 7,20 | 14,40 | 7,20 |
| 10 | 7,20 | 7,20 | 0,00 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 93 Depreciación Equipo de Computo**

| Equipo de Computo 1 a 3 | | | |
|---|---|---|---|
| **AÑOS** | **DEPRECIACIÓN ANUAL** | **VALOR ACTIVO** | **VALOR ACTUAL** |
| 0 | | 750,00 | 500,00 |
| 1 | 166,67 | 500,00 | 333,33 |
| 2 | 166,67 | 333,33 | 166,67 |
| 3 | 166,67 | 166,67 | 0,00 |

| Equipo de Computo 4 a 6 | | | |
|---|---|---|---|
| **AÑOS** | **DEPRECIACIÓN ANUAL** | **VALOR ACTIVO** | **VALOR ACTUAL** |
| 0 | | 788,70 | 525,80 |
| 1 | 175,27 | 525,80 | 350,53 |
| 2 | 175,27 | 350,53 | 175,27 |
| 3 | 175,27 | 175,27 | 0,00 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 94 Depreciación Utensilios de Cocina**

| Utensilios de cocina 1 a 3 | | | |
|---|---|---|---|
| **AÑOS** | **DEPRECIACIÓN ANUAL** | **VALOR ACTIVO** | **VALOR ACTUAL** |
| 0 | | 151,00 | 100,67 |
| 1 | 33,56 | 100,67 | 67,11 |
| 2 | 33,56 | 67,11 | 33,56 |
| 3 | 33,56 | 33,56 | 0,00 |
| **Utensilios de cocina 4 a 6** | | | |
| **AÑOS** | **DEPRECIACIÓN ANUAL** | **VALOR ACTIVO** | **VALOR ACTUAL** |
| 0 | | 158,79 | 105,86 |
| 1 | 35,29 | 105,86 | 70,57 |
| 2 | 35,29 | 70,57 | 35,29 |
| 3 | 35,29 | 35,29 | 0,00 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.6 Costos de Operación

**Cuadro Nº 95 Presupuesto Energía Eléctrica**

| Presupuesto de Energía Eléctrica | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **CANTIDAD kw./h** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR MENSUAL** | **VALOR ANUAL** |
| 150 | Consumo de Energía Eléctrica | 0,10 | 15,00 | 180 |
| 1 | Impuesto de Comercialización | 5,00 | 5,00 | 60 |
| **Total** | | | **20,00** | **240** |

**Fuente:** EERSSA.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 96 Presupuesto Teléfono**

| Presupuesto de Teléfono | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **CANTIDAD** | **DESCRIPCIÓN** | **P. UNIT** | **V. MENSUAL** | **V. ANUAL** |
| 120 | Consumo de Teléfono | 0,07 | 8,40 | 100,8 |
| **Total** | | | **8,40** | **100,8** |

**Fuente:** CNT.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 97 Presupuesto Útiles de Oficina**

| Presupuesto de Útiles de Oficina | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **CANTIDAD** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR MENSUAL** | **VALOR TOTAL** |
| 1 | Resma de Papel Boom | 5,00 | 0,42 | 5,00 |
| 1 | Cartuchos Negro | 24,00 | 2,00 | 24,00 |
| 20 | Lápices | 1,00 | 1,67 | 20,00 |
| 1 | Pizarra de tiza liquida | 10,00 | 0,83 | 10,00 |
| 1 | Grapadora | 5,00 | 0,42 | 5,00 |
| 1 | Perforadora | 6,00 | 0,50 | 6,00 |
| 10 | Carpetas Archivadoras | 2,50 | 2,08 | 25,00 |
| 2 | Archivadores | 1,00 | 0,17 | 2,00 |
| **Total** | | | **8,08** | **97,00** |

**Fuente:** La Reforma.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.7 Amortización de Activos Diferidos

**Cuadro Nº 98 Amortización Activos diferidos**

| Amortización de Activos Diferidos | | | |
|---|---|---|---|
| **DESCRIPCIÓN** | **VALOR TOTAL** | **AÑOS** | **AMORTIZACIÓN** |
| Estudio Plan de Negocios | 1500,00 | 5 | 300,00 |
| Gastos de Constitución | 300,00 | 5 | 60,00 |
| Reconstrucción del terreno | 502,00 | 5 | 100,40 |
| Adecuación del lugar | 1500,00 | 5 | 300,00 |
| Imprevistos 2% | 76,04 | 5 | 15,21 |
| **Total** | **3878,04** | | **775,61** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.8 Gastos de Venta

**Cuadro Nº 99 Publicidad y Promoción**

| Presupuesto de Publicidad y Promoción | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **CANT** | **DESCRIPCIÓN** | **PRECIO UNITARIO** | **VALOR MENSUAL** | **VALOR ANUAL** |
| 2 | Cuñas publicitarias Radio Poder | 3,50 | 7,00 | 84,00 |
| 2 | Spots publicitarios en Ecotel | 15,00 | 30,00 | 360,00 |
| **Total** | | | **37,00** | **444,00** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.9 Resumen de Activos

**Cuadro Nº 100 Resumen de Activos**

| **Resumen de Activos Fijos** | |
|---|---|
| **DESCRIPCIÓN** | **VALOR TOTAL** |
| Maquinaria y Equipos | 1045,00 |
| Muebles y Enseres | 1523,00 |
| Equipo de Oficina | 80,00 |
| Utensilios de Cocina | 151,00 |
| Equipo de Computo | 750,00 |
| **Total** | **3549,00** |

| **Resumen de Activos Diferidos** | |
|---|---|
| **DESCRIPCIÓN** | **VALOR TOTAL** |
| Estudio Plan de Negocios | 1500,00 |
| Gastos de Constitución | 300,00 |
| Reconstrucción del Terreno | 502,00 |
| Adecuación del lugar | 1500,00 |
| Imprevistos 2% | 76,04 |
| **Total** | **3878,04** |

| **Resumen de costos de Producción o capital de trabajo** | | |
|---|---|---|
| **DESCRIPCIÓN** | **VALOR MENSUAL** | **VALOR ANUAL** |
| Materia Prima Directa | 10,00 | 120,00 |
| Mano de Obra Directa | 1207,57 | 14490,81 |
| Materia Prima Indirecta | 6,92 | 83,00 |
| Suministros de producción | 22,50 | 270,00 |
| Agua | 18,00 | 216,00 |
| Depreciación de Maquinaria y Equipo | 7,84 | 94,05 |
| **Total** | **1272,82** | **15273,86** |

| **Resumen de Gastos Administrativos** | | |
|---|---|---|
| **DESCRIPCIÓN** | **VALOR MENSUAL** | **VALOR ANUAL** |
| Sueldos y Salarios Administrativos | 1207,57 | 14490,81 |
| Energía Eléctrica | 20,00 | 240,00 |
| Teléfono | 8,40 | 100,80 |
| Útiles de Oficina | 8,08 | 97,00 |
| Útiles de Aseo | 5,25 | 63,00 |
| Amortización de Activos Diferidos | 64,63 | 775,61 |
| Depr. De Muebles y Enseres | 11,42 | 137,07 |
| Depr. De Equipo de Oficina | 0,60 | 7,20 |
| Depr. De Equipo de Computo | 13,89 | 166,67 |
| Depr. De Utensilios de Cocina | 2,80 | 33,56 |
| **Total** | **1342,64** | **16111,71** |

| **Resumen de Gastos de Ventas** | | |
|---|---|---|
| **DESCRIPCIÓN** | **VALOR MENSUAL** | **VALOR ANUAL** |
| Publicidad y Promoción | 37,00 | 444,00 |
| **Total** | **37,00** | **444,00** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.10 Resumen de Inversión

**Cuadro Nº 101 Resumen de Inversión**

| **Resumen de la Inversión** | |
|---|---|
| **RUBROS** | **VALOR TOTAL** |
| **Activos Fijos** | |
| Maquinaria y equipos | 1045,00 |
| Muebles y Enseres | 1523,00 |
| Equipo de Oficina | 80,00 |
| Utensilios de cocina | 151,00 |
| Terreno | 8295,00 |
| **Total de Activos Fijos** | **11094,00** |
| **Activos Diferidos** | |
| Estudio Plan de Negocios | 1500,00 |
| Gastos de Constitución | 300,00 |
| Reconstrucción del terreno | 502,00 |
| Adecuación del lugar | 1500,00 |
| Imprevistos 2% | 76,04 |
| **Total de Activos Diferidos** | **3878,04** |
| **Capital de Trabajo** | |
| Materia Prima Directa | 120,00 |
| Mano de Obra Directa | 14490,81 |
| Materia Prima Indirecta | 83,00 |
| Suministros de producción | 270,00 |
| Agua | 216,00 |
| Gastos de ventas (publicidad) | 444,00 |
| Útiles de oficina | 97,00 |
| Teléfono | 100,80 |
| Energía Eléctrica | 240,00 |
| Útiles de Aseo Y limpieza | 63,00 |
| Sueldos Administrativos | 14490,81 |
| **Total Capital de Trabajo** | **30615,42** |
| **Total de la Inversión** | **45587,46** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.11 Presupuestos Proformados o Proyectados

**Cuadro Nº 102 Presupuestos Proformados**

| **Presupuestos Proformados o Proyectados** | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **DESCRIPCIÓN** | **AÑO 1** | **AÑO 2** | **AÑO 3** | **AÑO 4** | **AÑO 5** |
| *** Costo Primo** | | | | | |
| Materia Prima Directa | 120,00 | 126,19 | 132,70 | 139,55 | 146,75 |
| Mano de Obra Directa | 14490,81 | 15238,54 | 16024,85 | 16851,73 | 17721,28 |
| ***Costos Generales Fabricación** | | | | | |
| Materia Prima Indirecta | 83,00 | 87,28 | 91,79 | 96,52 | 101,50 |
| Suministros de Producción | 270,00 | 283,93 | 298,58 | 313,99 | 330,19 |
| Agua | 216,00 | 227,15 | 238,87 | 251,19 | 264,15 |
| Depr. de Maquinaria y Equipo | 94,05 | 94,05 | 94,05 | 94,05 | 94,05 |
| **Total Costos de Fabricación** | **15273,86** | **16057,14** | **16880,84** | **17747,03** | **18657,93** |
| *** Costos de Operación** | | | | | |
| **Gastos Administrativos** | | | | | |
| Sueldos y Salarios Administrativos | 14490,81 | 15238,54 | 16024,85 | 16851,73 | 17721,28 |
| Energía Eléctrica | 240,00 | 252,38 | 265,41 | 279,10 | 293,50 |
| Teléfono | 100,80 | 106,00 | 111,47 | 117,22 | 123,27 |
| Útiles de Oficina | 97,00 | 102,01 | 107,27 | 112,80 | 118,62 |
| Útiles de Aseo | 63,00 | 66,25 | 69,67 | 73,26 | 77,04 |
| Amortización de Activos Diferidos | 775,61 | 775,61 | 775,61 | 775,61 | 775,61 |
| Depr. De Muebles y Enseres | 137,07 | 137,07 | 137,07 | 137,07 | 137,07 |
| Depr. De Equipo de Oficina | 7,20 | 7,20 | 7,20 | 7,20 | 7,20 |
| Depr. De Equipo de Computo | 166,67 | 166,67 | 166,67 | 175,27 | 175,27 |
| Depr. De Utensilios de Cocina | 33,56 | 33,56 | 33,56 | 35,29 | 35,29 |
| **Total Gastos Administrativos** | **16111,71** | **16885,28** | **17698,76** | **18564,55** | **19464,15** |
| **Gastos de Venta** | | | | | |
| Publicidad y Promoción | 444,00 | 466,91 | 491,00 | 516,34 | 542,98 |
| **Total Gastos de Ventas** | **444,00** | **466,91** | **491,00** | **516,34** | **542,98** |
| **Gastos Financieros** | | | | | |
| Interés por préstamo | 2214,64 | 1895,30 | 1544,65 | 736,79 | 272,51 |
| **Total Gastos Financieros** | **2214,64** | **1895,30** | **1544,65** | **736,79** | **272,51** |
| **Total Gastos de Operación** | **18770,35** | **19247,49** | **19734,41** | **19817,68** | **20279,65** |
| **Costo Total de Producción** | **34044,21** | **35304,63** | **36615,25** | **37564,72** | **38937,58** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.12 Financiamiento

$$D = \frac{\frac{C \times i \times P}{360} \times \left(1 + \frac{i \times P}{360}\right)^{n}}{\left(1 + \frac{i \times P}{360}\right)^{n} - 1}$$

**Cuadro Nº 103 Tasa de Interés**

| **DATOS:** | |
|---|---|
| CAPITAL [$] | 25000 |
| INTERES ANUAL [%] | 11,28% |
| Nº PAGOS | 60 |
| PER. CAPITALIZACION [Días] | 30 |
| DIVIDENDO FIJO. | 547,06 |
| **CALCULO** | |
| PLAZO EN MESES | 60 |
| PLAZO EN AÑOS | 5 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 104 Financiamiento**

| **Financiamiento** | | |
|---|---|---|
| TIPO DE CAPITAL | CANTIDAD | PORCENTAJE |
| Capital Propio | 20587,46 | 45,16 |
| Capital Externo | 25000,00 | 54,84 |
| **Total** | **45587,46** | **100,00** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 105 Amortización de Crédito**

| PERIODO | CAPITAL | INTERES | DIVIDENDO | SALDO |
|---|---|---|---|---|
| 0 | 25000,00 | | | 25000,00 |
| 1 | 25000,00 | 235,00 | 547,06 | 24687,94 |
| 2 | 24687,94 | 232,07 | 547,06 | 24372,95 |
| 3 | 24372,95 | 229,11 | 547,06 | 24055,00 |
| 4 | 24055,00 | 226,12 | 547,06 | 23734,06 |
| 5 | 23734,06 | 223,10 | 547,06 | 23410,10 |
| 6 | 23410,10 | 220,05 | 547,06 | 23083,10 |
| 7 | 23083,10 | 216,98 | 547,06 | 22753,02 |
| 8 | 22753,02 | 213,88 | 547,06 | 22419,84 |
| 9 | 22419,84 | 210,75 | 547,06 | 22083,53 |
| 10 | 22083,53 | 207,59 | 547,06 | 21744,06 |
| 11 | 21744,06 | 204,39 | 547,06 | 21401,39 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 12 | 21401,39 | 201,17 | 547,06 | 21055,51 |
| 13 | 21055,51 | 197,92 | 547,06 | 20706,37 |
| 14 | 20706,37 | 194,64 | 547,06 | 20353,95 |
| 15 | 20353,95 | 191,33 | 547,06 | 19998,22 |
| 16 | 19998,22 | 187,98 | 547,06 | 19639,15 |
| 17 | 19639,15 | 184,61 | 547,06 | 19276,70 |
| 18 | 19276,70 | 181,20 | 547,06 | 18910,84 |
| 19 | 18910,84 | 177,76 | 547,06 | 18541,54 |
| 20 | 18541,54 | 174,29 | 547,06 | 18168,78 |
| 21 | 18168,78 | 170,79 | 547,06 | 17792,50 |
| 22 | 17792,50 | 167,25 | 547,06 | 17412,70 |
| 23 | 17412,70 | 163,68 | 547,06 | 17029,32 |
| 24 | 17029,32 | 160,08 | 547,06 | 16642,33 |
| 25 | 16642,33 | 156,44 | 547,06 | 16251,71 |
| 26 | 16251,71 | 152,77 | 547,06 | 15857,42 |
| 27 | 15857,42 | 149,06 | 547,06 | 15459,42 |
| 28 | 15459,42 | 145,32 | 547,06 | 15057,68 |
| 29 | 15057,68 | 141,54 | 547,06 | 14652,17 |
| 30 | 14652,17 | 137,73 | 547,06 | 14242,84 |
| 31 | 14242,84 | 133,88 | 547,06 | 13829,67 |
| 32 | 13829,67 | 130,00 | 547,06 | 13412,61 |
| 33 | 13412,61 | 126,08 | 547,06 | 12991,63 |
| 34 | 12991,63 | 122,12 | 547,06 | 12566,69 |
| 35 | 12566,69 | 118,13 | 547,06 | 12137,76 |
| 36 | 12137,76 | 114,09 | 547,06 | 11704,80 |
| 37 | 11704,80 | 110,03 | 547,06 | 11267,76 |
| 38 | 11267,76 | 105,92 | 547,06 | 10826,62 |
| 39 | 10826,62 | 101,77 | 547,06 | 10381,33 |
| 40 | 10381,33 | 97,58 | 547,06 | 9931,86 |
| 41 | 9931,86 | 93,36 | 547,06 | 9478,16 |
| 42 | 9478,16 | 89,09 | 547,06 | 9020,20 |
| 43 | 9020,20 | 84,79 | 547,06 | 8557,93 |
| 44 | 8557,93 | 80,44 | 547,06 | 8091,32 |
| 45 | 8091,32 | 76,06 | 547,06 | 7620,32 |
| 46 | 7620,32 | 71,63 | 547,06 | 7144,89 |
| 47 | 7144,89 | 67,16 | 547,06 | 6664,99 |
| 48 | 6664,99 | 62,65 | 547,06 | 6180,59 |
| 49 | 6180,59 | 58,10 | 547,06 | 5691,63 |
| 50 | 5691,63 | 53,50 | 547,06 | 5198,07 |
| 51 | 5198,07 | 48,86 | 547,06 | 4699,87 |
| 52 | 4699,87 | 44,18 | 547,06 | 4196,99 |
| 53 | 4196,99 | 39,45 | 547,06 | 3689,39 |
| 54 | 3689,39 | 34,68 | 547,06 | 3177,01 |
| 55 | 3177,01 | 29,86 | 547,06 | 2659,82 |
| 56 | 2659,82 | 25,00 | 547,06 | 2137,76 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 57 | 2137,76 | 20,09 | 547,06 | 1610,80 |
| 58 | 1610,80 | 15,14 | 547,06 | 1078,88 |
| 59 | 1078,88 | 10,14 | 547,06 | 541,96 |
| 60 | 541,96 | 5,09 | 547,06 | 0,00 |
| **TOTAL** | | **6398,89** | **19694,09** | |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.13 Costo Unitario de Producción

**Cuadro Nº 106 Costo Unitario de Producción**

| AÑOS | COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN | # UNIDADES PRODUCIDAS | COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN |
|---|---|---|---|
| 1 | 34044,21 | 3000 | 11,35 |
| 2 | 35304,63 | 3100 | 11,39 |
| 3 | 36615,25 | 3200 | 11,44 |
| 4 | 37564,72 | 3300 | 11,38 |
| 5 | 38937,58 | 3400 | 11,45 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.14 Costo de Venta al Público

**Cuadro Nº 107 Costo de Venta al Público**

| AÑOS | COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN | MARGEN DE UTILIDAD | PRECIO DE VENTA PÚBLICO |
|---|---|---|---|
| 1 | 11,35 | 60% | 18,16 |
| 2 | 11,39 | 65% | 18,79 |
| 3 | 11,44 | 70% | 19,45 |
| 4 | 11,38 | 75% | 19,92 |
| 5 | 11,45 | 80% | 20,61 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.15 Ingresos por Venta

**Cuadro Nº 108 Ingresos por Venta**

| AÑOS | PRECIO DE VENTA PÚBLICO | NÚMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS | INGRESO POR VENTAS |
|---|---|---|---|
| 1 | 18,16 | 3000 | 54470,74 |
| 2 | 18,79 | 3100 | 58252,64 |
| 3 | 19,45 | 3200 | 62245,92 |
| 4 | 19,92 | 3300 | 65738,25 |
| 5 | 20,61 | 3400 | 70087,64 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.16 Pérdidas y Ganancias

**Cuadro Nº 109 Estado de Pérdidas y Ganancias**

| **Estado de Pérdidas y Ganancias** | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **DESCRIPCIÓN** | **AÑO 1** | **AÑO 2** | **AÑO 3** | **AÑO 4** | **AÑO 5** |
| **1. Ingresos** | | | | | |
| Ventas | 54470,74 | 58252,64 | 62245,92 | 65738,25 | 70087,64 |
| Valor residual | | | | | 775,69 |
| **Total de Ingresos** | **54470,74** | **58252,64** | **62245,92** | **65738,25** | **70863,32** |
| **2. Egresos** | | | | | |
| Total Costos de Fabricación | 15273,86 | 16057,14 | 16880,84 | 17747,03 | 18657,93 |
| Costos de Operación | 18770,35 | 19247,49 | 19734,41 | 19817,68 | 20279,65 |
| **Total Egresos** | **34044,21** | **35304,63** | **36615,25** | **37564,72** | **38937,58** |
| | | | | | |
| **(1-2) utilidad bruta en ventas** | **20426,53** | **22948,01** | **25630,67** | **28173,54** | **31925,75** |
| (-) 15% para Trabajadores | 3063,98 | 3442,20 | 3844,60 | 4226,03 | 4788,86 |
| (=) Utilidad antes de impuestos | **17362,55** | **19505,81** | **21786,07** | **23947,51** | **27136,89** |
| (-25%) Impuesto a la Renta | 4340,64 | 4876,45 | 5446,52 | 5986,88 | 6784,22 |
| (=) Utilidad antes de Reserva Legal | **13021,91** | **14629,36** | **16339,55** | **17960,63** | **20352,66** |
| (-) 10% de Reservas | 1302,19 | 1462,94 | 1633,96 | 1796,06 | 2035,27 |
| **(=) Utilidad Líquida** | **11719,72** | **16092,29** | **17973,51** | **19756,69** | **22387,93** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.17 Costos Fijos y Costos Variables

**Cuadro Nº 110 Costos Primer Año**

| Clasificación de los Costos para el Primer Año | | | |
|---|---|---|---|
| **DESCRIPCIÓN** | **AÑO 1** | **COSTOS FIJOS** | **COSTOS VARIABLES** |
| *** Costo Primo** | | | |
| Materia Prima Directa | 120,00 | | 120,00 |
| Mano de Obra Directa | 14490,81 | | 14490,81 |
| ***Costos Generales de Fabricación** | | | |
| Materia Prima Indirecta | 83,00 | | 83,00 |
| Suministros de Producción | 270,00 | | 270,00 |
| Agua | 216,00 | 216,00 | |
| Depreciación de Maquinaria y Equipo | 94,05 | 94,05 | |
| **Total Costos de Fabricación** | **15273,86** | **310,05** | **14963,81** |
| *** Costos de Operación** | | | |
| **Gastos Administrativos** | | | |
| Sueldos y Salarios Adm. | 14490,81 | 14490,81 | |
| Energía Eléctrica | 240,00 | 240,00 | |
| Teléfono | 100,80 | 100,80 | |
| Útiles de Oficina | 97,00 | 97,00 | |
| Útiles de Aseo | 63,00 | 63,00 | |
| Amortización de Activos Diferidos | 775,61 | 775,61 | |
| Depr. De Muebles y Enseres | 137,07 | 137,07 | |
| Depr. De Equipo de Oficina | 7,20 | 7,20 | |
| Depr. De Equipo de Computo | 166,67 | 166,67 | |
| Depr. De Utensilios de Cocina | 33,56 | 33,56 | |
| **Total Gastos Administrativos** | **16111,71** | **16111,71** | |
| **Gastos de Venta** | | | |
| Publicidad y Promoción | 444,00 | | 444,00 |
| **Total Gastos de Ventas** | **444,00** | | **444,00** |
| **Gastos Financieros** | | | |
| Interés por préstamo | 2214,64 | 2214,64 | |
| **Total Gastos Financieros** | **2214,64** | **2214,64** | |
| **Total Gastos de Operación** | **18770,35** | **18326,35** | **444,00** |
| **Costo Total de Producción** | **34044,21** | **18636,40** | **15407,81** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 111 Costos Segundo Año**

| **Clasificación de los Costos para el Segundo Año** | | | |
|---|---|---|---|
| **DESCRIPCIÓN** | **AÑO 2** | **COSTOS FIJOS** | **COSTOS VARIABLES** |
| *** Costo Primo** | | | |
| Materia Prima Directa | 126,19 | | 126,19 |
| Mano de Obra Directa | 15238,54 | | 15238,54 |
| ***Costos Generales de Fabricación** | | | |
| Materia Prima Indirecta | 87,28 | | 87,28 |
| Suministros de Producción | 283,93 | | 283,93 |
| Agua | 227,15 | 227,15 | |
| Depreciación de Maquinaria y Equipo | 94,05 | 94,05 | |
| **Total Costos de Fabricación** | **16057,14** | **321,20** | **15735,94** |
| *** Costos de Operación** | | | |
| **Gastos Administrativos** | | | |
| Sueldos y Salarios Adm. | 15238,54 | 15238,54 | |
| Energía Eléctrica | 252,38 | 252,38 | |
| Teléfono | 106,00 | 106,00 | |
| Útiles de Oficina | 102,01 | 102,01 | |
| Útiles de Aseo | 66,25 | 66,25 | |
| Amortización de Activos Diferidos | 775,61 | 775,61 | |
| Depr. De Muebles y Enseres | 137,07 | 137,07 | |
| Depr. De Equipo de Oficina | 7,20 | 7,20 | |
| Depr. De Equipo de Computo | 166,67 | 166,67 | |
| Depr. De Utensilios de Cocina | 33,56 | 33,56 | |
| **Total Gastos Administrativos** | **16885,28** | **16885,28** | |
| **Gastos de Venta** | | | |
| Publicidad y Promoción | 466,91 | | 466,91 |
| **Total Gastos de Ventas** | **466,91** | | **466,91** |
| **Gastos Financieros** | | | |
| Interés por préstamo | 1895,30 | 1895,30 | |
| **Total Gastos Financieros** | **1895,30** | **1895,30** | |
| **Total Gastos de Operación** | **19247,49** | **18780,58** | **466,91** |
| **Costo Total de Producción** | **35304,63** | **19101,78** | **16202,86** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 112 Costos Tercer Año**

| Clasificación de los Costos para el Tercer Año | | | |
|---|---|---|---|
| **DESCRIPCIÓN** | **AÑO 3** | **COSTOS FIJOS** | **COSTOS VARIABLES** |
| *** Costo Primo** | | | |
| Materia Prima Directa | 132,70 | | 132,70 |
| Mano de Obra Directa | 16024,85 | | 16024,85 |
| ***Costos Generales de Fabricación** | | | |
| Materia Prima Indirecta | 91,79 | | 91,79 |
| Suministros de Producción | 298,58 | | 298,58 |
| Agua | 238,87 | 238,87 | |
| Depreciación de Maquinaria y Equipo | 94,05 | 94,05 | |
| **Total Costos de Fabricación** | **16880,84** | **332,92** | **16547,92** |
| *** Costos de Operación** | | | |
| **Gastos Administrativos** | | | |
| Sueldos y Salarios Adm. | 16024,85 | 16024,85 | |
| Energía Eléctrica | 265,41 | 265,41 | |
| Teléfono | 111,47 | 111,47 | |
| Útiles de Oficina | 107,27 | 107,27 | |
| Útiles de Aseo | 69,67 | 69,67 | |
| Amortización de Activos Diferidos | 775,61 | 775,61 | |
| Depr. De Muebles y Enseres | 137,07 | 137,07 | |
| Depr. De Equipo de Oficina | 7,20 | 7,20 | |
| Depr. De Equipo de Computo | 166,67 | 166,67 | |
| Depr. De Utensilios de Cocina | 33,56 | 33,56 | |
| **Total Gastos Administrativos** | **17698,76** | **17698,76** | |
| **Gastos de Venta** | | | |
| Publicidad y Promoción | 491,00 | | 491,00 |
| **Total Gastos de Ventas** | 491,00 | | **491,00** |
| **Gastos Financieros** | | | |
| Interés por préstamo | 1544,65 | 1544,65 | |
| **Total Gastos Financieros** | **1544,65** | **1544,65** | |
| **Total Gastos de Operación** | **19734,41** | **19243,41** | **491,00** |
| **Costo Total de Producción** | **36615,25** | **19576,33** | **17038,92** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 113 Costos Cuarto Año**

| Clasificación de los Costos para el Cuarto Año | | | |
|---|---|---|---|
| **DESCRIPCIÓN** | **AÑO 4** | **COSTOS FIJOS** | **COSTOS VARIABLES** |
| *** Costo Primo** | | | |
| Materia Prima Directa | 139,55 | | 139,55 |
| Mano de Obra Directa | 16851,73 | | 16851,73 |
| ***Costos Generales de Fabricación** | | | |
| Materia Prima Indirecta | 96,52 | | 96,52 |
| Suministros de Producción | 313,99 | | 313,99 |
| Agua | 251,19 | 251,19 | |
| Depreciación de Maquinaria y Equipo | 94,05 | 94,05 | |
| **Total Costos de Fabricación** | **17747,03** | **345,24** | **17401,79** |
| *** Costos de Operación** | | | |
| **Gastos Administrativos** | | | |
| Sueldos y Salarios Adm. | 16851,73 | 16851,73 | |
| Energía Eléctrica | 279,10 | 279,10 | |
| Teléfono | 117,22 | 117,22 | |
| Útiles de Oficina | 112,80 | 112,80 | |
| Útiles de Aseo | 73,26 | 73,26 | |
| Amortización de Activos Diferidos | 775,61 | 775,61 | |
| Depr. De Muebles y Enseres | 137,07 | 137,07 | |
| Depr. De Equipo de Oficina | 7,20 | 7,20 | |
| Depr. De Equipo de Computo | 175,27 | 175,27 | |
| Depr. De Utensilios de Cocina | 35,29 | 35,29 | |
| **Total Gastos Administrativos** | **18564,55** | **18564,55** | |
| **Gastos de Venta** | | | |
| Publicidad y Promoción | 516,34 | | 516,34 |
| **Total Gastos de Ventas** | **516,34** | | **516,34** |
| **Gastos Financieros** | | | |
| Interés por préstamo | 736,79 | 736,79 | |
| **Total Gastos Financieros** | **736,79** | **736,79** | |
| **Total Gastos de Operación** | **19817,68** | **19301,34** | **516,34** |
| **Costo Total de Producción** | **37564,72** | **19646,58** | **17918,13** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Cuadro Nº 114 Costos Quinto Año**

| Clasificación de los Costos para el Quinto Año | | | |
|---|---|---|---|
| **DESCRIPCIÓN** | **AÑO 5** | **COSTOS FIJOS** | **COSTOS VARIABLES** |
| *** Costo Primo** | | | |
| Materia Prima Directa | 146,75 | | 146,75 |
| Mano de Obra Directa | 17721,28 | | 17721,28 |
| ***Costos Generales de Fabricación** | | | |
| Materia Prima Indirecta | 101,50 | | 101,50 |
| Suministros de Producción | 330,19 | | 330,19 |
| Agua | 264,15 | 264,15 | |
| Depreciación de Maquinaria y Equipo | 94,05 | 94,05 | |
| **Total Costos de Fabricación** | **18657,93** | **358,20** | **18299,72** |
| *** Costos de Operación** | | | |
| **Gastos Administrativos** | | | |
| Sueldos y Salarios Adm. | 17721,28 | 17721,28 | |
| Energía Eléctrica | 293,50 | 293,50 | |
| Teléfono | 123,27 | 123,27 | |
| Útiles de Oficina | 118,62 | 118,62 | |
| Útiles de Aseo | 77,04 | 77,04 | |
| Amortización de Activos Diferidos | 775,61 | 775,61 | |
| Depr. De Muebles y Enseres | 137,07 | 137,07 | |
| Depr. De Equipo de Oficina | 7,20 | 7,20 | |
| Depr. De Equipo de Computo | 175,27 | 175,27 | |
| Depr. De Utensilios de Cocina | 35,29 | 35,29 | |
| **Total Gastos Administrativos** | **19464,15** | **19464,15** | |
| **Gastos de Venta** | | | |
| Publicidad y Promoción | 542,98 | | 542,98 |
| **Total Gastos de Ventas** | **542,98** | | **542,98** |
| **Gastos Financieros** | | | |
| Interés por préstamo | 272,51 | 272,51 | |
| **Total Gastos Financieros** | **272,51** | **272,51** | |
| **Total Gastos de Operación** | **20279,65** | **19736,67** | **542,98** |
| **Costo Total de Producción** | **38937,58** | **20094,87** | **18842,71** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.18 Punto de Equilibrio

✓ **Punto de Equilibrio en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CostosFijos}{VentasTotales - CostosVariables} x100$$

| DATOS | |
|---|---|
| Costo variable | 15407,81 |
| Costo fijo | 18636,40 |
| Ventas totales | 54470,74 |
| Porcentaje | 100 |
| **Capacidad Instalada** | **47,71** |

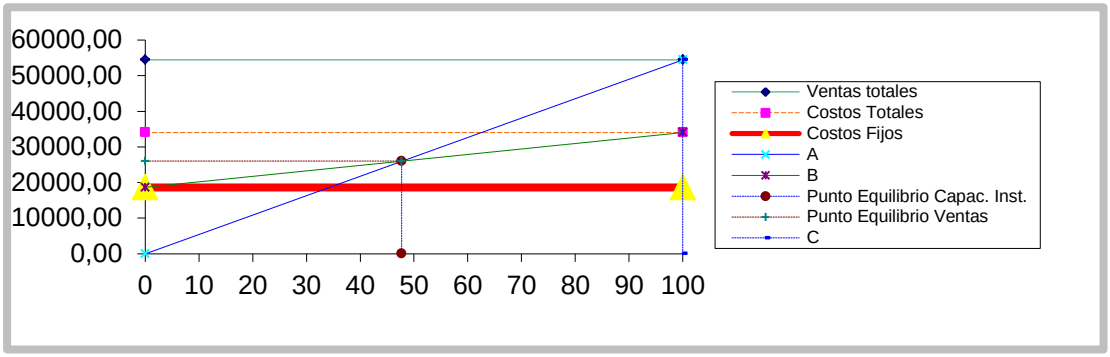
**Cuadro Nº 115 Punto de Equilibrio en Capacidad Instalada**

| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---|---|---|---|
| 47,71 | 45,43 | 47,50 | 48,71 | 50,99 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Figura N° 16 Punto de Equilibrio en Capacidad Instalada**




De acuerdo al punto de Equilibrio en función de la Capacidad Instalada indica que se está ocupando el 47,71% de las instalaciones, por lo que el 53,29% restante no se está aprovechando.

✓ **Punto de Equilibrio por Ingresos**

$$PE = \frac{CostosFijos}{1 - (CostosVariables / VentasTotales)}$$

| DATOS | |
|---|---|
| Costo variable | 15407,81 |
| Costo fijo | 18636,40 |
| Ventas totales | 54470,74 |
| **Ingresos** | **25987,26** |

**Cuadro Nº 116 Punto de Equilibrio por Ingresos**

| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---|---|---|---|
| 25987,26 | 26462,18 | 27669,73 | 28374,35 | 29702,6 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

✓ **Punto de Equilibrio en función de Unidades Producidas**

$$CVu = \frac{CostosVariables}{Num.Unidades\,\mathrm{Pr}oducidas} \qquad PE = \frac{CostosFijos}{PVU - CVu}$$

| DATOS | |
|---|---|
| Costo variable | 15407,81 |
| Unidades producidas | 3000 |
| C. v. Unitario | 5,14 |
| Costo fijo | 18636,40 |
| P. v. Unitario | 18,16 |
| **Unidades producidas** | 1431,26 |
| | **1431** |

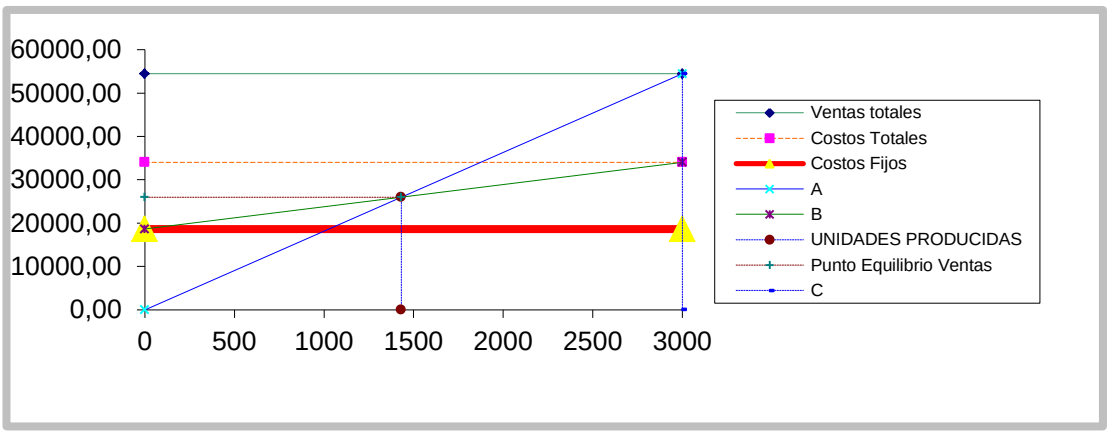
**Cuadro Nº 117 Punto de Equilibrio Unidades Producidas**

| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---|---|---|---|
| 1431,26 | 1408,22 | 1385,72 | 1355,78 | 1333,25 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**Figura N° 17 Punto de Equilibrio Unidades Producidas**




De acuerdo al Punto de Equilibrio en función de Unidades Producidas y por Ingresos la Asociación deberá producir 1431 artesanías para obtener un ingreso de 25987,2 los cual significa que no tendría perdidas ni ganancias.

### 5.2.6.19 Flujo de Caja

**Cuadro Nº 118 Flujo de Caja**

| Flujo de Caja | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **DESCRIPCIÓN** | **AÑO 1** | **AÑO 2** | **AÑO 3** | **AÑO 4** | **AÑO 5** |
| **1. Ingresos** | | | | | |
| Ventas | 54470,74 | 58252,64 | 62245,92 | 65738,25 | 70087,64 |
| Valor residual | | | | | 775,69 |
| **Total de Ingresos** | **54470,74** | **58252,64** | **62245,92** | **65738,25** | **70863,32** |
| **2. Egresos** | | | | | |
| Total Costos de Fabricación | 15273,86 | 16057,14 | 16880,84 | 17747,03 | 18657,93 |
| Costos de Operación | 18770,35 | 19247,49 | 19734,41 | 19817,68 | 20279,65 |
| **Total Egresos** | **34044,21** | **35304,63** | **36615,25** | **37564,72** | **38937,58** |
| | | | | | |
| (1-2) Utilidad Grabable | **20426,53** | **22948,01** | **25630,67** | **28173,54** | **31925,75** |
| (-) 15% para Trabajadores | 3063,98 | 3442,20 | 3844,60 | 4226,03 | 4788,86 |
| (=) Utilidad antes de impuestos | **17362,55** | **19505,81** | **21786,07** | **23947,51** | **27136,89** |
| (-25%) Impuesto a la Renta | 4340,64 | 4876,45 | 5446,52 | 5986,88 | 6784,22 |
| (=) Utilidad antes de impuestos renta | **13021,91** | **14629,36** | **16339,55** | **17960,63** | **20352,66** |
| (-) 10% de Reservas | 1302,19 | 1462,94 | 1633,96 | 1796,06 | 2035,27 |
| Utilidad después de reserva | **11719,72** | **13166,42** | **14705,60** | **16164,57** | **18317,40** |
| (-)Amortización de Activos Diferidos | 775,61 | 775,61 | 775,61 | 775,61 | 775,61 |
| (-)Depreciaciones | 438,54 | 438,54 | 438,54 | 448,87 | 448,87 |
| **Flujo de Caja** | **10505,57** | **11952,27** | **13491,45** | **14940,09** | **17092,92** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.20 Valor Anual Neto

**Cuadro Nº 119 Valor Actual Neto**

| AÑO | FLUJO NETO | FACTOR ACTUALIZACION 11,28% | VALOR ACTUALIZADO |
|---|---|---|---|
| 0 | 45587,46 | | |
| 1 | 10505,57 | 0,90 | 9440,66 |
| 2 | 11952,27 | 0,81 | 9651,97 |
| 3 | 13491,45 | 0,73 | 9790,55 |
| 4 | 14940,09 | 0,65 | 9742,82 |
| 5 | 17092,92 | 0,59 | 10016,84 |
| | | | 48642,85 |
| | | | 45587,46 |
| | | | **3055,38** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

$$VAN = \sum Valores actualizados - Inversion$$

| | |
|---|---|
| VAN | 3055,38 |

El Valor Actual Neto es de 3055,38 lo cual indica que el proyecto es aceptable, por ende es factible una inversión.

### 5.2.6.21 Relación Beneficio Costo

**Cuadro Nº 120 Relación Beneficio Costo**

| AÑOS | INGRESO ORIGINAL | EGRESO ORIGINAL | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN | INGRESOS ACTUALIZADOS | EGRESOS ACTUALIZADOS |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 54470,74 | 34044,21 | 0,90 | 48949,26 | 30593,29 |
| 2 | 58252,64 | 35304,63 | 0,81 | 47041,52 | 28510,01 |
| 3 | 62245,92 | 36615,25 | 0,73 | 45170,98 | 26571,17 |
| 4 | 65738,25 | 37564,72 | 0,65 | 42869,63 | 24496,93 |
| 5 | 70863,32 | 38937,58 | 0,59 | 41527,51 | 22818,30 |
| **Total** | | | | **225558,91** | **132989,70** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

$$RBC = \frac{\sum Ingresos.Actualizados}{\sum Egresos.Actualizados} - 1$$

| | |
|---|---|
| RBC | 0,70 |

Por cada dólar invertido en la producción de artesanías se obtiene 0,70ctvs. de ganancia.

### 5.2.6.22 Periodo de Recuperación del Capital

**Cuadro Nº 121 Periodo de Recuperación del Capital**

| AÑOS | FLUJOS NETOS | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN | FLUJO ACTUALIZADO | |
|---|---|---|---|---|
| 0 | 45587,46 | | | |
| 1 | 10505,57 | 0,90 | 9440,66 | |
| 2 | 11952,27 | 0,81 | 9651,97 | |
| 3 | 13491,45 | 0,73 | 9790,55 | |
| 4 | 14940,09 | 0,65 | 9742,82 | |
| 5 | 17092,92 | 0,59 | 10016,84 | 48642,85 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

El Periodo de Recuperación del Capital invertido será en cuatro años, ocho meses, diez días.

$$PRC = Año.que.\text{supera}.la.inversión + \left( \frac{Inversión - \sum primeros.flujos}{Flujo.neto.del.año.que.\text{supera}.la.inversión} \right)$$

**Cuadro Nº 122 Tiempo de Recuperación del Capital**

| RECUPERACIÓN DEL CAPITAL | | |
|---|---|---|
| 4,69497548 | 4 | años |
| 0,69497548 | | |
| 8,33970579 | 8 | meses |
| 0,33970579 | | |
| 10,1911736 | 10 | días |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.2.6.23 Tasa Interna de Retorno

**Cuadro Nº 123 Tasa Interna de Retorno**

| AÑOS | FLUJO NETO | ACTUALIZACION | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | FACTOR DE ACTUALIZACION | VAN MENOR | FACTORES DE ACTUALIZACION | VAN MAYOR |
| | | 13,70% | | 13,72% | |
| 0 | 45587,46 | | | | |
| 1 | 10505,57 | 0,879507 | 9239,73 | 0,879353 | 9238,10 |
| 2 | 11952,27 | 0,773533 | 9245,48 | 0,773261 | 9242,23 |
| 3 | 13491,45 | 0,680328 | 9178,62 | 0,679970 | 9173,77 |
| 4 | 14940,09 | 0,598354 | 8939,46 | 0,597933 | 8933,17 |
| 5 | 17092,92 | 0,526257 | 8995,26 | 0,525794 | 8987,36 |
| **Total** | | | **45598,54** | | **45574,63** |
| | | | **11,08** | | **-12,83** |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

$$TIR = tm + Dt\left( \frac{VANmenor}{VANmenor - VANMAYOR} \right)$$

| | |
|---|---|
| TIR | 13,71% |

El proyecto es factible por que la Tasa Interna de Retorno es de 13,71%, mayor que la tasa de mercado.

### 5.2.6.24 Análisis de Sensibilidad

**Cuadro Nº 124 Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 34,56% en los Costos**

| AÑOS | COSTO TOTAL ORIGINAL | COSTO TOTAL ORIGINAL | INGRESO ORIGINAL | A C T U A L I Z A C I Ó N | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | FLUJO NETO | FACTOR ACT. | VALOR ACTUAL | FACTOR ACT. | VALOR ACTUAL |
| | | **34,56%** | | | **12,05%** | | **12,10%** | |
| | | | | | | -45.587,46 | | -45.587,46 |
| 1 | 34.044,21 | 45.809,89 | 54.470,74 | 8.660,85 | 0,89246 | 7.729,45 | 0,89206 | 7.726,00 |
| 2 | 35.304,63 | 47.505,91 | 58.252,64 | 10.746,73 | 0,79648 | 8.559,58 | 0,79577 | 8.551,95 |
| 3 | 36.615,25 | 49.269,48 | 62.245,92 | 12.976,44 | 0,71083 | 9.224,02 | 0,70988 | 9.211,68 |
| 4 | 37.564,72 | 50.547,08 | 65.738,25 | 15.191,17 | 0,63438 | 9.637,04 | 0,63325 | 9.619,86 |
| 5 | 38.937,58 | 52.394,40 | 70.863,32 | 18.468,92 | 0,56616 | 10.456,40 | 0,56490 | 10.433,10 |
| | | | | | | 19,03 | | -44,87 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**NTIR = 12,06%**

**TIR DEL PROYECTO = 13,71%**

**1) DIFERENCIA DE TIR**

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **1,64%**

**2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **11,99%**

**3) SENSIBILIDAD**

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9941772**

**Cuadro Nº 125 Análisis de Sensibilidad con la Disminución del 20,39% en los Ingresos**

| | COSTO TOTAL | INGRESO | INGRESO | A C T U A L I Z A C I Ó N | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| AÑOS | ORIGINAL | ORIGINAL | ORIGINAL | FLUJO NETO | FACTOR ACT. | VALOR ACTUAL | FACTOR ACT. | VALOR ACTUAL |
| | | | 20,39% | | 12,05% | | 12,10% | |
| | | | | | | -45.587,46 | | -45.587,46 |
| 1 | 34.044,21 | 54.470,74 | 43.364,15 | 9.319,94 | 0,892459 | 8.317,66 | 0,892061 | 8.313,95 |
| 2 | 35.304,63 | 58.252,64 | 46.374,93 | 11.070,30 | 0,796483 | 8.817,30 | 0,795772 | 8.809,43 |
| 3 | 36.615,25 | 62.245,92 | 49.553,98 | 12.938,73 | 0,710828 | 9.197,21 | 0,709877 | 9.184,91 |
| 4 | 37.564,72 | 65.738,25 | 52.334,22 | 14.769,51 | 0,634384 | 9.369,55 | 0,633253 | 9.352,84 |
| 5 | 38.937,58 | 70.863,32 | 56.414,29 | 17.476,72 | 0,566162 | 9.894,65 | 0,564900 | 9.872,60 |
| | | | | | | 8,91 | | -53,72 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

**NTIR = 12,06%**

**TIR DEL PROYECTO = 13,71%**

**1) DIFERENCIA DE TIR**

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **1,65%**

**2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **12,05%**

**3) SENSIBILIDAD**

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9995250**

### 5.2.7 Estudio de Impacto Ambiental

La instalación de la microempresa “Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio” está situada en el barrio Panecillo de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, la cual es un emprendimiento artesanal con reciclaje de papel usado y elaboración de artesanías del mismo, por esta razón es necesario realizar un estudio de las características ambientales del sector que sirve para identificar, prevenir e interpretar los impactos ambientales que producirá en su entorno y calidad de vida del hombre, con el fin de que la asociación pueda determinar los factores más vulnerables y establezca normas que minimicen dichos impactos.

#### 5.2.7.1 Contenido de un Estudio de Impacto Ambiental.

- ✓ Descripción del medio sobre el cual se pretende implementar la propuesta.
- ✓ Descripción de la acción propuesta.
- ✓ Identificación y valoración de los impactos ambientales o determinación de la magnitud y naturaleza de las modificaciones en el ambiente que la acción planteada puede causar
- ✓ Formulación de medidas y acciones subsidiarias (medidas correctoras) para prevenir, mitigar, compensar o eliminar los efectos ambientales negativos.

#### 5.2.7.2 Identificación y Valoración de los Impactos Ambientales Matriz Causa – Efecto (Leopold)

Es un método de identificación y valoración que se puede ajustar a las distintas fases del proyecto, arrojando resultados cuali-cuantitativos, realizando un análisis de las relaciones de causalidad entre una acción dada y sus posibles efectos en el medio.

La base del sistema, es una matriz en que las entradas según columnas contienen las acciones del hombre que pueden alterar el ambiente, y las entradas según filas son características del medio (factores ambientales) que pueden ser alterados.

La matriz proporciona la reacción entre la causa-acción del proyecto y el factor ambiental sobre el que esta actúa produciendo un efecto.

La magnitud se considera una cifra de carácter objetivo y responde a la pregunta ¿cuánto se ha alterado el ambiente? Leopold propone una escala referencial entre 1 y 10 para todos los impactos. 1 es la menor y 10 la máxima.

La importancia se define como la trascendencia del impacto, como el peso relativo de cada impacto con relación al resto. Es una cifra más subjetiva y responde a la pregunta ¿interesa la acción que se ha producido? También se considera en una escala entre 1 y 10, pero se añade un signo positivo o negativo para denotar si el impacto es beneficioso o adverso, apoyándose en la pregunta ¿es deseable que ocurra el impacto? Si es positiva la respuesta se coloca el signo positivo.

Los valores de magnitud e importancia que se asignen a los impactos identificados pueden responder a valores prefijados como los que a continuación se detallan:

**Cuadro Nº 126 Matriz de Valoración**

| VALORACIÓN DE MAGNITUD E IMPORTANCIA DE IMPACTO AMBIENTAL | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **MAGNITUD** | | | **IMPORTANCIA** | | |
| **Clasificación** | **Intensidad** | **Afectación** | **Calificación** | **Duración** | **Influencia** |
| **1** | Baja | Baja | **1** | Temporal | Puntual |
| **2** | Baja | Media | **2** | Media | Puntual |
| **3** | Baja | Alta | **3** | Permanente | Puntual |
| **4** | Media | Baja | **4** | Temporal | Local |
| **5** | Media | Media | **5** | Media | Local |
| **6** | Media | Alta | **6** | Permanente | Local |
| **7** | Alta | Baja | **7** | Temporal | Regional |
| **8** | Alta | Media | **8** | Media | Regional |
| **9** | Alta | Alta | **9** | Permanente | Regional |
| **10** | Muy Alta | Alta | **10** | Permanente | Nacional |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

#### 5.2.7.3 Descripción del Medio sobre el cual se pretende Implementar la Propuesta.

La valoración de los impactos generados por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, ha sido delimitada para una área de influencia en 5 Km. a la redonda, estudiando la situación actual del medio bajo diversos parámetros; características físicas y químicas, condiciones biológicas, y factores culturales.

##### 5.2.7.3.1 Características Físicas y Químicas.

**Tierra:**

La tierra en su mayor parte es fértil, la cubierta terrestre no presenta alteraciones visibles o existencia de erosión por lo que se encuentra en condiciones hábiles para cualquier actividad natural.

**Agua:**

El río Uchima, mismo que nace en las estribaciones de las Cordilleras de Banderillas, Colanuma y Chinchal Verde y fluyen además quebradas como Culebrilla, Alizal, Colanuma, Toronche y Chinchal Verde.

La importancia de conservar esta micro cuenca radica en las propiedades medicinales y minerales que sus aguas poseen y por ende esto influye en la longevidad de sus habitantes.

**Atmosfera:**

La Asociación no utiliza chimeneas que transporten a la atmosfera productos de combustión que produzcan gases, además su maquinaria es en cantidades pequeñas lo que no ocasiona alteraciones de ruido, molestias ni problemas a sus vecinos y habitantes, también la calidad de aire es ideal por la exuberante vegetación y la escasa actividad que existe.

#### 5.2.7.3.2 Condiciones Biológicas.

**Flora:**

Es un área de influencia directa e indirecta la vegetación ha sido transformada en su totalidad y en las partes planas los cultivos han remplazado al bosque natural.

El clima de la región ha permitido que la zona sea asiento de pobladores desde hace cientos de años, en las áreas planas los agricultores han venido sembrando en forma intensiva al maíz, papas, cebada, trigo y hortalizas.

En el bosque húmedo montano, la vegetación se conserva inalterada, en algunas partes el epífitismo es alto manifestado especialmente por las bromelias, orquídeas, líquenes y musgos. Se usan ciertas áreas para pastoreo.

La cubierta vegetal, corresponde a la Zona forestal, con los subtipos: bosque natural de altura y matorral.

**Fauna:**

En base a conversaciones con los moradores del sector, observación de campo directa e información secundaria sobre la fauna silvestre existente en la zona del proyecto, se describen a continuación: Sylvilagus brasiliensis; Sciururs vulgaris; Didelphys masupialis; Conepatus chinga; Puma concolor; Lycalopex culpaeus; Coragypus atratus; Turdus fuscater; Crotophaga sulcirostris; Molothrus banariensis; Campylorhinchus fasciatus; Notiochelidon cyanoleuca; Columba fasciata.

#### 5.2.7.3.3 Factores Socio - Culturales.

**Uso del Suelo:**

Son tierras que requieren de prácticas de manejo y conservación más cuidadosos e intensivos. El relieve es fuertemente ondulado con pendientes que varían entre el 16 y

30%; la profundidad oscila entre moderadamente profunda y moderadamente superficial (40-70 cm).

El manejo de estas tierras agrícolas deben orientarse al mejoramiento de las disponibilidades de nitrógeno, fósforo y potasio; cultivos de cobertura; araduras, teniendo en cuenta la profundidad efectiva; surcos en contorno y otros.

Estos suelos pueden ser adecuados para explotaciones de tipo permanente, o de ciertos cultivos anuales, de acuerdo a su ubicación altitudinal pueden ser maíz, café, fréjol, yuca, caña de azúcar, frutales, papas, y otros.

Hay que tener presente que aquellas áreas ubicadas en clima muy seco el riego es necesario para la producción normal de cosechas.

**Paisaje:**

Por encontrarse en la cordillera andina, San Pedro de Vilcabamba, tiene vegetación de tipo bosque seco; está adornada por el majestuoso Mandango, cerro único por su vista escénica y panorámica, muy visitado por turistas.

También se puede visitar la urna del Señor de la Caída que contiene una gran leyenda.

Además, se puede realizar turismo de montaña donde encontramos algunos cerros que la circundan, como son: Laguarango, Cararango, Cerro Grande, Tuco – Tuco, La Pirámide, Minas, Solomaco y la Cordillera de los Andes.

Por otra parte, se encuentra la reserva “El Bosque” ubicada en la parte este. Tiene gran interés como área natural por la riqueza de su biodiversidad y conserva ecosistemas similares al Parque Nacional Podocarpus, su extensión es de 3.000 has. Está destinada para realizar estudios turísticos y es manejada desde el año 1976 por la familia Hofman-Horton.

**Servicios e infraestructura:**

Existe una óptima red eléctrica y servicio de transporte, así como, un centro educativo de primaria y secundaria y servicios de comunicaciones en el lugar, por otro lado el servicio de agua es potable, además las viviendas cuentan con servicio de eliminación de aguas servidas por red pública de alcantarillado.

Existen servicios públicos como son: la Tenencia Política, Junta Parroquial, La Unidad de Policía Comunitaria, El Seguro Social Campesino. Además, existen Instituciones, Fundaciones, y Organizaciones que brindan su apoyo y contribuyen al desarrollo de la parroquia.

**Población y Economía:**

Las actividades productivas que se desarrollan en la Parroquia son eminentemente agrícolas y constituyen la fuente de supervivencia para sus pobladores. Se cultiva: caña de azúcar, yuca, café, maíz, fréjol, camote, papas, zanahorias, tapioca, cebolla, tabaco.

En fruticultura se cultiva: naranja dulce y agria, mandarina, lima, limón, papaya, manzanas, uvas, duraznos, piñas, naranjillas, pomarrosas, nísperos, ciruelas, babacos, maracuyá, guabas, lumos, granadilla, etc. En la parte alta también se cultivan leguminosas como: arveja, cebada, trigo, maíz, fréjol serrano, habas y plantas medicinales.

La ganadería también es una fuente de ingreso que se desarrolla en una forma limitada, así como también existen microempresas dedicadas a la apicultura.

### 5.2.7.4 Descripción de la Acción Propuesta.

“Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio” es un emprendimiento que impulsa la conservación del medio ambiente, dando a conocer a quienes acuden al lugar la importancia del reciclaje del papel y la elaboración de artesanías del mismo, poniendo en práctica los tres ejes: Recicla, Reusa y Reduce; por lo que se presta un servicio que tiene

el mínimo impacto ambiental para el entorno, mediante la utilización responsable de los recursos así también el manejo adecuado de los desechos.

#### 5.2.7.5 Identificación de los Impactos Ambientales.

Para el desarrollo de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, se realizaron determinadas acciones que tienden a alterar el régimen como lo son:

- ✓ Alteración de la cubierta terrestre
- ✓ Alteración de drenaje
- ✓ Alteración de Hidrología
- ✓ Construcción de instalaciones
- ✓ Mantenimiento de áreas
- ✓ Remodelación
- ✓ Desechos líquidos
- ✓ Cosecha de flores
- ✓ Tala de tronco de banano

Los cuales se prevé que originen leves alteraciones en los componentes ambientales, descritos a continuación:

##### 5.2.7.5.1 Características Físicas y Químicas.

**Tierra:**

Los movimientos de tierra y las excavaciones necesarias para la remodelación pueden dar lugar a un leve aumento de la erosión.

**Agua:**

Se tiene un origen para desechos líquidos por el uso de la elaboración de las artesanías y de los servicios básicos de las instalaciones.

#### 5.2.7.5.2 Factores Socio - Culturales.

**Uso de suelo:**

La Asociación impulsa la conservación de la biodiversidad y los bosques protectores, mostrando formas alternativas para evitar la destrucción del medio; por ejemplo, el reciclaje de papel para elaborar artesanías y otros productos innovadores.

**Paisaje:**

Las obras de acondicionamiento del terreno, produce un impacto visual escaso dado que la construcción cuenta con área verde y vista panorámica de paisajes con los que cuenta el sector.

**Estilo de vida:**

El emprendimiento fortalece la calidad de la vida de las familias de las socias e indirectamente para la gente en San Pedro de Vilcabamba.

**Conocimiento:**

El personal que labora en la microempresa recibe una capacitación continua de atención al cliente, relaciones humanas, y conservación del medio por parte de las ONGs existentes en el lugar y por los GADs Municipales.

### 5.2.7.6 Valoración de los Impactos Ambientales.

La valoración de los impactos ambientales se realizó a través del Método de Leopold identificando la duración, intensidad, influencia, afección y magnitud de las acciones sobre los componentes ambientales.

Obteniendo como resultado que las acciones con más repercusión negativa son:

- ✓ Reciclaje de Residuos.

- ✓ Recolección de Flores Nativas del Sector.
- ✓ Tala del Tronco de Banano.

Con dichas acciones se muestra afectado en mayor grado los siguientes parámetros ambientales:

- ✓ Servicios e Infraestructura: Eliminación de Residuos Sólidos
- ✓ Flora: Árboles, Micro flora

Por otro lado también se tuvo como hallazgo la existencia de factores ambientales positivos:

- ✓ Reciclaje de Papel.
- ✓ No contaminación del Ruido.
- ✓ No contaminación de las Cuencas Hídricas.
- ✓ No contaminación de la Atmósfera (aire).
- ✓ Nivel Cultural.
- ✓ Calidad de Vida.
- ✓ Conocimientos.

La estimación de los impactos ambientales para cada uno de los factores plasmó un impacto global del -5,8. Permitiendo establecer medidas para reducir este rango.

**Cuadro Nº 127 Matriz Leopold Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio**

| Parámetros Ambientales | Componentes / Acciones | | Modificación del Régimen | | | | | | | | | | | | | | | Transformación del Territorio | | | | | | Modificación del Régimen | | | | | | Situación y Tratamiento de Residuos | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Alteración de la Cubierta Terrestre | | | Alteración de Drenaje | | | Alteración Hidrología | | | Ruido | | | Contaminación Atmósfera | | | Desmontes y Rellenos | | | Construcción de Instalaciones | | | Remodelación | | | Mantenimiento de Áreas | | | Alcantarillado | | | Desechos Líquidos | | | Desechos Sólidos | | |
| | | | M | I | Mxl | M | I | Mxl | M | I | Mxl | M | I | Mxl | M | I | Mxl | M | I | Mxl | M | I | Mxl | M | I | Mxl | M | I | Mxl | M | I | Mxl | M | I | Mxl | M | I | Mxl |
| | Características Físicas y Químicas | Tierra | 1 | 6 | 6 | 1 | 4 | 4 | -2 | 4 | -8 | 1 | 6 | 6 | 1 | 9 | 9 | -2 | 3 | -6 | -1 | 9 | -9 | 4 | 4 | 16 | -2 | 2 | -4 | 7 | 6 | 42 | -2 | 4 | -8 | -5 | 6 | -30 |
| | | Agua | | | | 7 | 6 | 42 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Atmósfera | | | | | | | | | | 1 | 6 | 6 | 1 | 9 | 9 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Condiciones Biológicas | Flora | -1 | 5 | -5 | | | | 1 | 4 | 4 | | | | 1 | 6 | 6 | | | | | | | | | | | | -1 | 3 | -3 | 1 | 3 | 3 | -1 | 3 | -3 |
| | | Fauna | -1 | 6 | -6 | 1 | 1 | 1 | -1 | 2 | -2 | 1 | 6 | 6 | | | | -1 | 4 | -4 | 1 | 6 | 6 | 1 | 3 | 3 | -3 | 3 | -9 | | | | 1 | 1 | 1 | | | |
| | Factores Socio Culturales | Uso del Suelo | -2 | 2 | -4 | 1 | 6 | 6 | 1 | 6 | 6 | 1 | 6 | 6 | 1 | 2 | 2 | -1 | 2 | -2 | -4 | 6 | -24 | 1 | 6 | 6 | -3 | 4 | -12 | 1 | 10 | 10 | -1 | 1 | -1 | -3 | 4 | -12 |
| | | Paisaje | -1 | 6 | 6 | | | | 1 | 6 | 6 | 1 | 5 | 5 | | | | | | | | | | 5 | 6 | 30 | -1 | 5 | -5 | | | | | | | -3 | 3 | -9 |
| | | Sevicios e | 1 | 6 | 6 | | | | | | | | | | | | | | | | 1 | 5 | 5 | | | | -1 | 6 | -6 | 1 | 6 | 6 | -1 | 5 | -5 | -6 | 6 | -36 |
| | | Población y Economía | | | | | | | | | | | | | | | | 8 | 6 | 48 | 5 | 6 | 30 | 3 | 6 | 18 | 1 | 3 | 3 | | 7 | 6 | 42 | | | | | |
| | | Estilo de Vida | | | | | | | | | | 1 | 6 | 6 | 1 | 5 | 5 | | | | 5 | 3 | 15 | 3 | 6 | 18 | 6 | 6 | 36 | 7 | 6 | 42 | | | | | | |
| | | Conocimientos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 2 | 5 | 10 | | | | | | | | | |
| TOTAL | | | | | -33 | | | 53 | | | -26 | | | 35 | | | 31 | | | -60 | | | -89 | | | 91 | | | -85 | | | -106 | | | -18 | | | -90 |

**Fuente:** Trabajo de Campo.

**Elaborado por:** Edwin Patricio Medina D.

#### 5.2.7.7 Medidas de mitigación

Según el análisis realizado se formuló Medidas de Mitigación a las acciones que atraen mayor número de consecuencias:

- ✓ **Desechos sólidos**

Se ha previsto un plan de manejo de desechos sólidos mediante el uso de contenedores que permita seleccionar los desechos para ser utilizados en otras actividades a modo de compost orgánico, con el fin de cumplir con las regulaciones ambientales establecidas:

- ✓ Características de los contenedores o recipientes.
- ✓ Deben tener un peso y construcción, que facilite el manejo durante la recolección.
- ✓ Construidos en material impermeable, como plásticos, caucho o metal revestido o pintado, de fácil limpieza, con protección de moho y corrosión.
- ✓ Dotados de tapa con buen ajuste y que dificulte el proceso de vaciado durante la recolección y construidos en forma tal que estando cerrados o tapados, no permitan la entrada de agua, insectos o roedores.
- ✓ Los recipientes o contenedores reutilizables para el almacenamiento de desechos sólidos, deberán ser lavados con una frecuencia tal que presenten condiciones sanitarias inobjetables.
- ✓ Los recipientes serán cuatro de colores, los mismos que estarán codificados de acuerdo a las exigencias técnicas.

**VERDE:** Residuos orgánicos, restos de comidas y restos de frutas.
**AZUL:** Residuos inorgánicos material, plástico, vidrio.
**NEGRO:** Solo papel y cartones.
**ROJO:** Materiales Infecciosos, Jeringas, fungicidas, venenos.

# 6 CONCLUSIONES

- ✓ De acuerdo a los resultados del estudio de mercado la demanda a quien se destina el producto en su mayoría son a clientes con perfil de convenios, como la Fundación Colinas Verdes ubicada en la parroquia direccionados a consumidores extranjeros; y con instituciones gubernamentales, ferias y personas particulares dentro de la localidad y provincia; realizando pedidos en mayores cantidades de artesanías elaboradas por la Asociación, valorando de esta manera su forma de elaboración y acabado artesanal, y a su vez contribuyendo al cuidado del medio ambiente con el reciclaje del papel.

- ✓ En el estudio financiero se ha evaluado la inversión con la ayuda de indicadores como el punto de equilibrio, el valor actual neto, la tasa interna de retorno y la recuperación del capital invertido; todos los cuales han permitido observar beneficios para la Asociación y recuperación propia.

- ✓ La aplicación y puesta en marcha del proyecto contribuirá al progreso de la microempresa y por ende de la parroquia, mejorando la calidad de vida de las socias y habitantes; generando fuentes de trabajo y oportunidades de desarrollo turístico para la comunidad.

- ✓ San Pedro de Vilcabamba ofrece a sus visitantes una gran diversidad, sin embargo la falta de planificación y programas de desarrollo turístico impiden que la parroquia siga surgiendo y que sus visitantes perpetúen en el sector y acudan a las parroquias vecinas de Malacatos y Vilcabamba.

- ✓ La ejecución de proyecto en la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, con la elaboración de artesanías de papel reciclable resulta beneficioso, ya que dentro de la empresa existirá una organización, planificación, control y dirección en cuanto al desarrollo e innovación del emprendimiento, con el fin de mejorar los procesos productivos y ventas proyectados durante la vida útil del proyecto (cinco años).

- ✓ El presente plan de negocio cuenta con un pequeño plan de marketing, el cual consiste en la promoción y difusión de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, a través de la realización de una Feria Turística Artesanal y Gastronómica programada a realizarse en homenaje al aniversario más de la empresa y fiestas de parroquialización, y por medio de un video turístico promocional donde muestra el proceso de elaboración de artesanías de papel reciclado, el cual es publicado en la página web de YouTube y en el canal de televisión 13 Plus.

- ✓ La capacitación realizada a las empresarias de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba, impartida por la Lic. Tatiana Ramón y el tesista, fue realizada con éxito, ya que las socias tuvieron un conocimiento más amplio de la importancia de un plan de negocio para su microempresa y de qué forma contribuirá al desarrollo turístico de la parroquia.

# 7 RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, participar en foros sobre ecoturismo y conservación del medio ambiente como un medio de consolidar la imagen conservacionista, con la finalidad de vender el producto (artesanías) comprometido a la protección y preservación; de la misma manera ofrecer a sus clientes promociones, convenios y descuentos en la venta de sus artesanías, y a su vez ser comprometidas y responsables en la entrega de sus productos logrando de esta manera fidelidad en sus clientes.

- ✓ La factibilidad del proyecto es conveniente en el mercado, por lo que se recomienda a la asociación buscar apoyo en instituciones financieras para la inversión en su proyecto obteniendo una tasa mínima de interés del crédito para la recuperación temprana del capital invertido y la obtención de ingresos económicos.

- ✓ Es recomendable que la Junta Parroquial conjuntamente con el GAD, fomenten y optimicen la utilización turística de las áreas de la parroquia, a través de la creación de proyectos de inversión, fuentes de información y promoción, a la vez que mejoren la señalización al interior de la parroquia y de estas áreas, observando siempre una operación que genere el mínimo impacto ambiental y generación de empleos.

- ✓ Es recomendable que la empresa aplique la estructura operativa y organizacional propuesta en este plan de negocios para que opere eficiente y eficazmente, ya que si se capacita al personal que trabaja en la empresa la calidad del producto y atención al cliente que se brinden, generará mayor satisfacción en los clientes.

- ✓ A la Asociación, ejecutar el pequeño plan de marketing detallado en el plan de negocio, para atraer mayor demanda y reconocimiento local; realizando convenios con agencias de viajes, hoteles, canales de televisión local e instituciones públicas y privadas para promocionar a la empresa y por ende la parroquia San Pedro de Vilcabamba, lo cual permitirá captar turistas locales, nacionales y extranjeros.

- ✓ A todas las socias solicitar y participar de capacitaciones turística, a través del MINTUR, instituciones no gubernamentales e instituciones académicas para lograr un mejor desarrollo para la asociación lo cual garantizara un servicio y atención personalizada a todos los clientes y turistas que visiten la empresa.

# 8 BIBLIOGRAFÍA

## BIBLIOGRAFÍA

Naranjo, González Manuel, GUIA DIDACTICA DE INVESTIGACION CIENTIFICA, segunda edición 1999.

Galindo Ruiz Carlos Julio, Formulación y evaluación de Planes de Negocio, primera edición 2011.

Moguel, E. A. (2010). *Metodología de la Investigación* (Vol. III), tercera edición 2010

## NET-GRAFÍA

*metodo.información.bibliográfica*. (25 de 10 de 2009). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de metodo.información.bibliográfica: http://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html

*http://biblioteca.utec.edu.pdf*. (02 de 2010). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://biblioteca.utec.edu.pdf: http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/30021/capitulo%201.pdf

*http://biblioteca.utec.edu.pdf*. (02 de 2010). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://biblioteca.utec.edu.pdf: http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/30021/capitulo%201.pdf

*http://dofamatriz.blogspot.com/*. (06 de 2010). Recuperado el 10 de 12 de 2012, de http://dofamatriz.blogspot.com/: http://dofamatriz.blogspot.com/

*http://planest.wordpress.com/matriz-efi-y-efe/*. (09 de 06 de 2010). Recuperado el 10 de 12 de 2012, de http://planest.wordpress.com/matriz-efi-y-efe/: http://planest.wordpress.com/2009/06/09/matriz-efi-y-efe/

*http://www.inti.gob.ar/sabercomo/sc49/inti7.php*. (02 de 2010). Recuperado el 20 de 06 de 2012, de http://www.inti.gob.ar/sabercomo/sc49/inti7.php: http://www.inti.gob.ar/sabercomo/sc49/inti7.php

*http://www.misrespuestas.com/que-es-un-analisis-foda.html*. (2010). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://www.misrespuestas.com/que-es-un-analisis-foda.html: http://www.misrespuestas.com/que-es-un-analisis-foda.html

*Metodos-de-Investigacion-Explicativo*. (13 de 05 de 2010). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de Metodos-de-Investigacion-Explicativo: http://es.scribd.com/doc/50873243/los-metodos-de-investigacion

*Nivelesinvestigacion*. (10 de 10 de 2010). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de Nivelesinvestigacion: http://www.paulovi.edu.pe/aulavirtual/estudiantes/nivelesinvestigacion.pdf

*definicion.de/micro-empresa/*. (22 de 08 de 2011). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de definicion.de/micro-empresa/: http://definicion.de/micro-empresa/

*http://dspace.ups.edu.ec/estudioambiental.pdf*. (09 de 08 de 2011). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://dspace.ups.edu.ec/estudioambiental.pdf: http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/67/12/CAPITULO%20VI.pdf

*http://www.comprasresponsables.org/Matriz-de-Leopold.pdf*. (2011). Recuperado el 10 de 12 de 2012, de http://www.comprasresponsables.org/Matriz-de-Leopold.pdf: http://www.comprasresponsables.org/adjuntos/Matriz-de-Leopold.pdf

*http://www.ifad.org/microemprea*. (2011). Recuperado el 23 de 04 de 212, de http://www.ifad.org/microempresa: http://www.ifad.org/rural/learningnotes/s/ksf3/1.5.htm

*http://www.pymex.pe/Marketing/plan-de-marketing-para-exportar.html*. (05 de 2011). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://www.pymex.pe/Marketing/plan-de-marketing-para-exportar.html: http://www.pymex.pe/Marketing/plan-de-marketing-para-exportar.html

*http://www.taringa.net/La-Importancia-De-Reciclar_-Como-Reciclar-Papel.html*. (23 de 04 de 2011). Recuperado el 20 de 06 de 2012, de http://www.taringa.net/La-Importancia-De-Reciclar_-Como-Reciclar-Papel.html: http://www.taringa.net/posts/info/2476079/La-Importancia-De-Reciclar_-Como-Reciclar-Papel.html

*http://www.trabajo.com.mx/estudio_administrativo.htm*. (2011). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://www.trabajo.com.mx/estudio_administrativo.htm: http://www.trabajo.com.mx/estudio_administrativo_y_estrategia_de_produccion.htm

*Material/elmuestreo*. (12 de 03 de 2011). Recuperado el 12 de 05 de 2012, de Material/elmuestreo: http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elmuestreo.pdf

*Metodoanalítico*. (17 de 07 de 2011). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de Metodoanalítico: http://www.eumed.net/libros/2007a/257/7.1.htm

*Metodos*. (29 de 03 de 2011). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de Metodos: http://www.mitecnologico.com/Main/Metodos

*tecnicasdeinvestigacion*. (19 de 07 de 2011). Recuperado el 23 de 01 de 2013, de tecnicasdeinvestigacion: http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm

*www.crecenegocios.com*. (28 de 08 de 2011). Recuperado el 26 de 04 de 2012, de www.crecenegocios.com: http://www.crecenegocios.com/definicion-de-negocio-y-de-empresa/

*http://planuba.orientaronline.com.ar/plan-de-negocios.pdf*. (11 de 11 de 2012). Recuperado el 23 de 11 de 2012, de http://planuba.orientaronline.com.ar/plan-de-negocios.pdf: http://planuba.orientaronline.com.ar/wp-content/uploads/2011/03/C%C3%B3mo-armar-un-plan-de-negocios.pdf

*http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/*. (13 de 06 de 2012). Recuperado el 10 de 12 de 2012, de http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/: http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/

*http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/*. (02 de 10 de 2012). Recuperado el 16 de 10 de 2012, de http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/: http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/

*http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/*. (02 de 10 de 2012). Recuperado el 16 de 10 de 2012, de http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/: http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/

*http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/*. (02 de 10 de 2012). Recuperado el 16 de 10 de 2012, de http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/: http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/

*http://www.definicion.org/asociacion*. (18 de 07 de 2012). Recuperado el 18 de 07 de 2012, de http://www.definicion.org/asociacion: http://www.definicion.org/asociacion

*http://wwww.observatur.edu.ar*. (09 de 01 de 2012). Recuperado el 18 de 07 de 2012, de http://wwww.observatur.edu.ar: http://wwww.observatur.edu.ar/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=53

*http://wwww.observatur.edu.ar*. (09 de 01 de 2012). Recuperado el 18 de 07 de 2012, de http://wwww.observatur.edu.ar: http://wwww.observatur.edu.ar/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=53

*Tecnica didactica-exposición*. (19 de 05 de 2012). Recuperado el 25 de 10 de 2012, de Tecnica didactica-exposición: http://www.uctemuco.cl/cedid/archivos/apoyo/La%20exposicion%20como%20tecnica%20didactica.pdf

*emprenderjuntos.com.ar*. (s.f.). Recuperado el 22 de 04 de 2012, de emprenderjuntos.com.ar: http://emprenderjuntos.com.ar/pdf/Guia_plan_negocios.pdf

González, D. M. (1999). *Guía Didactica de Investigacóon Científica* (Segunda ed.). Loja, Loja, Ecuador: Imprenta Cosmos.

http://148.204.211.134/Planeacion_y_Control_Estrategio_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/. (12 de 01 de 2011). *http://148.204.211.134/Planeacion_y_Control_Estrategio_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/*. Recuperado el 10 de 12 de 2012, de http://148.204.211.134/Planeacion_y_Control_Estrategio_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/: http://148.204.211.134/polilibros/portal/Polilibros/P_proceso/Planeacion_y_Control_Estrategio_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/UMD/Unidad%20IV/43.htm

*http://es.scribd.com/doc/57141845/36/TIPOS-DE-MICROEMPRESAS#outer_page_66*. (s.f.). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de http://es.scribd.com/doc/57141845/36/TIPOS-DE-MICROEMPRESAS#outer_page_66: http://es.scribd.com/doc/57141845/36/TIPOS-DE-MICROEMPRESAS#outer_page_66

*http://millones.blog.terra.com.pe/2009/08/17/concepto-caracteristicas-y-tipos-de-feria/*. (s.f.). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://millones.blog.terra.com.pe/2009/08/17/concepto-caracteristicas-y-tipos-de-feria/: http://millones.blog.terra.com.pe/2009/08/17/concepto-caracteristicas-y-tipos-de-feria/

*http://www.aulafacil.com/cursosenviados/Metodo-Cientifico.pdf*. (s.f.). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de http://www.aulafacil.com/cursosenviados/Metodo-Cientifico.pdf: http://www.aulafacil.com/cursosenviados/Metodo-Cientifico.pdf

*http://www.colinasverdes.org/ecuador_miel_y_apicultura.php*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de http://www.colinasverdes.org/ecuador_miel_y_apicultura.php: http://www.colinasverdes.org/ecuador_miel_y_apicultura.php

*http://www.colinasverdes.org/ecuador_productos_de_papel_reciclado.php*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de http://www.colinasverdes.org/ecuador_productos_de_papel_reciclado.php: http://www.colinasverdes.org/ecuador_productos_de_papel_reciclado.php

*http://www.colinasverdes.org/indice.php*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de http://www.colinasverdes.org/indice.php: http://www.colinasverdes.org/indice.php

*http://www.colinasverdes.org/loja_cafe_de_especialidad.php*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de http://www.colinasverdes.org/loja_cafe_de_especialidad.php: http://www.colinasverdes.org/loja_cafe_de_especialidad.php

*http://www.colinasverdes.org/loja_caja_de_ahorro_y_credito.php*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de

http://www.colinasverdes.org/loja_caja_de_ahorro_y_credito.php: http://www.colinasverdes.org/loja_caja_de_ahorro_y_credito.php

*http://www.genialconsultora.com.ar/consultoria/diagnosticos/diagnosticos.html*. (s.f.). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://www.genialconsultora.com.ar/consultoria/diagnosticos/diagnosticos.html: http://www.genialconsultora.com.ar/consultoria/diagnosticos/diagnosticos.html

*http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba*. (s.f.). Recuperado el 23 de Abril de 2012, de http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba: http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba

*http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html*. (s.f.). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html: http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html

*http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm*. (s.f.). Recuperado el 01 de 05 de 2012, de http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm: http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm

*http://www.uctemuco.cl/cedid/archivos/apoyo/La%20exposicion%20como%20tecnica%20didactica.pdf*. (s.f.). Recuperado el 01 de 05 de 2012, de http://www.uctemuco.cl/cedid/archivos/apoyo/La%20exposicion%20como%20tecnica%20didactica.pdf: http://www.uctemuco.cl/cedid/archivos/apoyo/La%20exposicion%20como%20tecnica%20didactica.pdf

*http://ylang-ylang.uninorte.edu.co/Objetos/Educacion/Muestreo/index.html*. (s.f.). Recuperado el 01 de 05 de 2012, de http://ylang-ylang.uninorte.edu.co/Objetos/Educacion/Muestreo/index.html: http://ylang-ylang.uninorte.edu.co/Objetos/Educacion/Muestreo/index.html

Moguel, E. A. (2010). *Metodología de la Investigación* (Vol. III). (U. J. Tabasco, Ed.) Tabasco, Tabasco, Mexico: ISBN 968-5748-66-7.

Ruiz, C. J. (2011). *Formulación y evaluación de Planes de Negocio* (Primera ed.). (E. d. U, Ed.) Bogota, Bogota, Colombia: Ediciones de la U.

# 9 ANEXOS

## Anexo 1 ANTEPROYECTO

## 1. TEMA

PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ARTESANÍAS DE PAPEL RECICLABLE, ELABORADAS POR LA ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA - CANTÓN LOJA – PROVINCIA LOJA.

## 2. PROBLEMÁTICA

La necesidad de impulsar empresas turísticas en el Ecuador, se debe al potencial turístico y a la necesidad de fortalecer la economía del país, originando alternativas para que el sector empresarial muestre cada vez mayor interés en explotar este recurso; así mismo el espíritu emprendedor ha ido tomando un rol cada vez más importante en los habitantes de cada lugar, abriendo espacios para que entidades públicas y privadas vean el gran potencial para apoyar el desarrollo del país.

Estas actividades en la actualidad se han convertido en una fuente de ingreso para distintos lugares, lo cual permite potenciar al sector turístico, se convierte en fuente económica estratégica para contribuir al progreso económico y social de localidades, regiones y países.

Hoy en día, en lo que respecta al ámbito local una de las principales debilidades que presenta la parroquia es el mal estado en que se encuentran las vías de acceso debido al tiempo invernal y a la mala distribución e inversión de los recursos económicos, ocasionando una inseguridad a turistas y residentes del lugar, y por ende provoca la poca afluencia de turistas.

Existen numerosos atractivos turísticos naturales que demuestran la belleza en la parroquia San Pedro de Vilcabamba situada en la región Sur parte importante de nuestro país, pero estos atractivos no son debidamente puestos a consideración como puntos clave para atraer a los turistas; así como también la no existencia de una unidad turística

responsable en proyectos encaminados a la utilización, planificación y aprovechamiento responsable de estos recursos para el buen desarrollo turístico–económico en la parroquia.

Otro de los problemas que atraviesa la sociedad en lo que corresponde al turismo, es la falta de capacitación a los habitantes acerca de los emprendimientos y valoración de recursos, causando bajo desarrollo en el aspecto turístico y productivo del sector; y a la vez una degradación de sus patrimonios.

El problema que atraviesa la parroquia San Pedro de Vilcabamba al tener desconocimiento para la aplicación de un plan de negocios a las pequeñas empresas existente en el sector, a ocasionado que su producción disminuya y no sea reconocida, ya que no cuentan con el suficiente apoyo técnico de una persona especializada, limitando así el buen desarrollo económico y productivo.

El propósito de la presente investigación es la elaboración de un Plan de Negocio Turístico para la comercialización y distribución de Artesanías de papel reciclable, elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba – Cantón Loja – Provincia Loja, para la contribución del desarrollo del cantón y porque no decir de la provincia y el país.

## 3. JUSTIFICACIÓN

El propósito de la presente investigación es Elaborar un Plan de Negocio para la Elaboración y Distribución de Artesanías de Papel Reciclable Elaboradas por La Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba – Cantón Loja - Provincia Loja, el cual contibuira al desarrollo turístico-economico del lugar.

### 3.1 ACADEMICO

Dentro de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, existen pequeñas empresas y asociaciones, pero en la mayoría de ellas se observa la ausencia de un plan de negocio para su producción, por lo que como estudiante de la carrera de Ingeniería en Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja realizo el presente proyecto

investigativo “Plan de negocio para la comercialización y distribución de artesanías de papel reciclable, elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la parroquia San Pedro de Vilcabamba - cantón Loja – provincia Loja”, el cual permitira contribuir al desarrollo de la empresa y solucionar los problemas de distribución y comercialización, logrando de esta manera un desarrollo sustentable y sostenible de la empresa y del sector en general.

### 3.2 SOCIO - ECONÓMICO

Contribuyendo al vínculo con la colectividad como base fundamental de la Universidad Nacional de Loja, como autor de la presente investigación surge el interés de conocer acerca de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, y de analizar más a fondo la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio con elaboración de artesanías de papel reciclable, se considera realizar un plan de negocio, elaborar un diagnóstico de la situación actual del sector, proponer lineamientos alternativos en el proceso de gestión; la misma que será de aporte para la empresa y el desarrollo del sector, mejorado así la calidad de vida y de su economía en general.

### 3.4 TURÍSTICO

A través de la presente tesina se dará a conocer el proceso de elaboración de artesanías de papel reciclable, a todos quienes visiten la parroquia beneficiando a la población del sector, aumentando la visita de turistas, así mismo dando a conocer todo su potencial turístico y gastronómico propio y representativo del lugar.

### 3.5 AMBIENTAL

La ejecución de un Plan de Negocio para la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, permitirá también desarrollar una educación ambiental, acerca de las medidas de seguridad que se debe tomar, la conservación del entorno y el manejo de los residuos que produce, realizando de esta manera un aprovechamiento responsable, evitando el deterioro del suelo y aportando de esta manera al recicleje de papel, a la conservación y preservación del medio ambiente.

# 4. OBJETIVOS

## 4.1 OBJETIVO GENERAL

- ✓ Elaborar un Plan de Negocio para la comercialización y distribución de Artesanías de Papel Reciclable, elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba - Cantón Loja – Provincia Loja.

## 4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Realizar un diagnóstico de la situación actual de las Artesanías de Papel Reciclable, elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio.

- ✓ Proponer una feria turística en donde se promocione la Elaboración de las artesanías de papel reciclable de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, así como también dar a conocer el potencial turístico en cuanto a atractivos naturales y gastronomía típica de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

- ✓ Editar un video turístico promocional donde se muestre el proceso de elaboración de artesanías de papel reciclable de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba - Cantón Loja – Provincia Loja.

- ✓ Socializar la propuesta de Plan de Negocio a la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio y a las autoridades de la Junta Parroquia.

# 5. MARCO TEÓRICO

## 5.1 MARCO REFERENCIAL

### 5.1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La parroquialización de San Pedro de Vilcabamba se efectuó el 19 de Agosto de 1987, mediante Acuerdo Ministerial emitido en Quito el 5 de Agosto de 1987, por el Lcdo. Luis

Roble Plaza, Ministro de Gobierno y de Municipalidades (Gobierno Constitucional del Ing. León Febres Cordero), y publicado en el Registro Oficial Nro. 752.

Con la creación de esta nueva Parroquia, ciertos servicios públicos también se crearon como son: la Tenencia Política, La Unidad de Policía Comunitaria, El Seguro Social Campesino, el INNFA dispone de un Centro de Desarrollo Infantil que se encarga del cuidado de niños y niñas, y también del Programa Creciendo con Nuestros Hijos, y mediante Ley 2000-29 la Constitución Política de República de 1998, en su Art. 228, eleva a la Junta Parroquial a la categoría de Gobierno Seccional Autónomo.

Una característica general de esta comunidad es que desde antes y después de su parroquialización y con la dirección de sus líderes comunitarios y con el apoyo de sus moradores, emprendieron en conjunto a realizar obras mediante el sistema tradicional de la minga. Es así que se construyó la Iglesia, Escuelas, Canchas, Cementerio, Caminos vecinales, Canales de Riego, Casa Comunal, Seguro Social Campesino, obras que sirven para el desarrollo social algunas de ellas ya han sido reconstruidas por los organismos de desarrollo provincial y cantonal. (http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba)

### 5.1.2 DATOS GENERALES Y DATOS GEOGRÁFICOS

| | |
|---|---|
| **LATITUD** | 4º 14' 36" Sur |
| **LONGITUD** | 79º 13' 17'' Oeste |
| **EXTENSIÓN** | 68.27 km2 |
| **ALTURA** | 1.700 m.s.n.m |
| **CLIMA** | Subtropical – Seco. El clima se encuentra influenciado por la Cordillera de los Andes, agradable y benigno, las lluvias por lo general se presentan a partir del mes de Octubre hasta mayo del siguiente año |
| **POBLACIÓN** | 1.245 habitantes |
| **TEMPERATURA** | 19,4 ºC temperatura promedio |
| **DISTANCIA DE LOJA** | 37 Km |
| **FIESTAS CÍVICAS** | Fiestas de Parroquialización 29 de Noviembre |
| **FIESTAS RELIGIOSAS** | 29 de Junio – San Pedro – Su Patrono |
| **IMPORTANCIA PARROQUIAL** | Huertos compuestos de policultivos, donde se destaca el café de altura. Tiene un inicial desarrollo de la apicultura y fama por la crianza de gallos de pelea. |

**Fuente:** (http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba)

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.1.3 SITUACIÓN GEOGRÁFICA

La parroquia San Pedro de Vilcabamba se encuentra en la parte Sur – Oriental del Ecuador, sus límites son:

**Norte:** con las parroquias Malacatos.

**Sur:** con la parroquia Vilcabamba.

**Este:** provincia de Zamora Chinchipe.

**Oeste:** con las parroquias Malacatos y Vilcabamba.

### 5.1.4 DIVISIÓN POLÍTICA

La Parroquia está compuesta políticamente por los siguientes barrios:

| | | |
|---|---|---|
| Central | Panecillo | El Chaupi |
| Dorado alto | Dorado bajo | Sacapo |
| Amala | Carango | Uchima |

**Fuente:** (http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba)

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 5.1.5 TOPOGRAFÍA

HIDROGRAFÍA

El principal sistema hidrográfico el río Uchima, nace en las estribaciones de las Cordilleras de Banderillas, Colanuma y Chinchal Verde. Al cual fluyen además quebradas como Culebrilla, Alizal, Colanuma, Toronche, Chinchal Verde.

A su paso este río deja el caudal suficiente para cada uno de los 7 canales de riego que de éste se desprenden y sirven para irrigar las fértiles tierras que circundan a la Parroquia. Luego se une con el Río Chamba y forman el Río Vilcabamba.

Existen algunas vertientes y arroyos. Entre la que se destaca es una vertiente de agua con sabor a sal que nace a la altura del sitio El Salado y tiene poderes curativos. (http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba)

OROGRAFÍA

Debido que al sur del país las cordilleras son bajas y con muchas mesetas, en el Valle donde se asienta la Parroquia encontramos algunos cerros que la circundan, entre éstos

tenemos: Laguarango, Cararango, Cerro Grande, Tuco – Tuco, La Pirámide, Minas, Solomaco y la Cordillera de los Andes, por donde todas las mañanas aparece el sol que da vida y calor a toda la campiña. (http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba)

### 5.1.6 ACTIVIDAD ECONÓMICA

Las actividades productivas que se desarrollan en la Parroquia son dedicadas eminentemente agrícolas, destacándose la de caña de azúcar, yuca, frutales, micro empresas de apicultura.

La agricultura ha sido la fuente de supervivencia para el contexto humano, si se toma en consideración la magnificencia de la tierra y por otra el adelanto tecnológico. Que permite con el apoyo de insumos y materia orgánica abonarla para obtener mejor rendimiento.

Se siembra café, caña de azúcar, maíz, fréjol, yuca, camote, papas, zanahorias, tapioca, cebolla, tabaco, en fruticultura tenemos: naranja dulce y agria, mandarina, lima, limón, papaya, manzanas, uvas, duraznos, piñas, naranjillas, pomarrosas, nísperos, ciruelas, babacos, maracuyá, guabas, lumos, granadilla, etc.

La ganadería también es una fuente de ingreso que se desarrolla en una forma limitada. (http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba)

### 5.1.7 MICRO – EMPRESAS

**Colinas verdes**

Fundada en 1993, La Fundación Colinas Verdes es una organización no gubernamental (ONG), sin fines de lucro. Se ubica en la provincia de Loja en el sur del Ecuador, en el valle de la longevidad (aproximadamente a 2 Km de la parroquia turística de Vilcabamba). Fue creada por un grupo de personas visionarias del lugar, con la meta de tener una organización local que fomente la conservación de los recursos naturales y el medio ambiente; pero, con íntima relación al desarrollo sostenible de las comunidades para mejorar el nivel de vida.

Las acciones que ejecuta la Fundación Colinas Verdes se las hace mediante programas o proyectos, que tienen los siguientes enfoques:
Apoyo organizativo para microempresas o grupos de comunidades en infraestructura general y ejecución. (http://www.colinasverdes.org/indice.php)

- ✓ Educación y capacitación en técnicas orgánicas
- ✓ Promoción del Eco-turismo
- ✓ Asistencia para certificación orgánica y calidad medio ambiental
- ✓ Capacitación en agro-negocios
- ✓ Educación y asistencia en prácticas sostenibles de agricultura
- ✓ Proyectos de Reforestación
- ✓ Manejo adecuado del agua y humedad
- ✓ Apoyo a iniciativas de desarrollo de comunidades
- ✓ Capacitaciones en medio ambiente y conservación
- ✓ Ayuda en comercialización nacional e internacional
- ✓ Planificación en ordenamiento y manejo territorial

**Asociación Autónoma 23 de Junio**

La Asociación Autónoma 23 de Junio es una organización de mujeres de negocios de San Pedro de Vilcabamba, un pueblito agrícola ubicado en Loja en el sur de Ecuador. Actualmente trabajamos 9 socias en la “Asociación Autónoma 23 de Junio. (http://www.colinasverdes.org/ecuador_productos_de_papel_reciclado.php)

**Asociación de Apicultores de San Pedro de Vilcabamba**

En la comunidad de San Pedro de Vilcabamba hay un grupo pequeño de apicultores que tiene generaciones de experiencia con la práctica de apicultura. Las familias manejan fincas que tienen la capacidad de producir cientos de galones de miel pura, sana, y deliciosa. Ellos también, a través de su trabajo, están fortaleciendo la polinización de las flores y plantas locales. La miel de San Pedro de Vilcabamba es famosa no solamente en Ecuador pero hay muchos turistas que vienen y compran la miel para regalar a sus familias y amigos. El grupo ha ampliado la variedad de sus productos y ahora incluyen un

dulce llamado turrón y están buscando otros productos de valor agregado. (http://www.colinasverdes.org/ecuador_miel_y_apicultura.php)

**Asociación Agroartesanal de Productores Ecológicos de Café Especial de Cantón Loja (APECAEL)**

La Asociación está conformada de trece grupos de productores de café. Los grupos se llaman Grupos de interés de café, y están localizados en: Solanda, Chaupi, San Pedro, Cucanamá Alto, Cucanamá Bajo, Moyococha, Pueblo Nuevo, Malacatos, Rumizhitana, Potopamba, Asociación de Productores 25 de Noviembre de Chalaca, Alianza de Agricultores Orgánicos del Cantón Loja (ALIAGRO), Asociación de Fruticultores de Yangana- AFRUYAN, Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos, "La Palmira"- ATAP, y Asociación de Productores Ecológicos de Café Especial de San Pedro de Vilcabamba- APECASAP. Todos estos grupos pertenecen a las parroquias de San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Yangana, Malacatos y Quinara. Esta organización fue creada para organizar los grupos arriba mencionados, y recibir un mejor precio por su café con la implementación de técnicas y prácticas en todo el proceso de la cadena de café; desde viveros, manejo y mantenimiento, procesos poscosecha por vía húmeda e impulsando la comercialización asociativa.
(http://www.colinasverdes.org/loja_cafe_de_especialidad.php)

**La Caja de Ahorro y Crédito "Sociedad Ecológica"(CACSE)**

La Caja de Ahorro, CACSE, es una organización social, conformada por productoras y productores agroecológicos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, Cantón y Provincia de Loja.

Muchas personas del pueblo San Pedro de Vilcabamba tienen acceso limitado a los Bancos formales, que principalmente están ubicados en la ciudad de Loja. Falta de tiempo, compromisos trabajables y familiares, y los costos de transporte inhiban la accesibilidad a los créditos de las instituciones financieras. Además los Bancos muchas veces solicitan demasiados requisitos y son créditos muy onerosos los trámites. En vista de estos obstáculos, nació la demanda crear la CACSE. En el año 1999, la CACSE empezó para acomodar las necesidades de los residentes de San Pedro de Vilcabamba,

ayudando y facilitando la adquisición de los créditos y también fortaleciendo la cultura de ahorro del pueblo. (http://www.colinasverdes.org/loja_caja_de_ahorro_y_credito.php)

### 5.1.8 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Dentro de esta parroquia se encuentra la reserva El Bosque ubicada en la parte este, tiene un acceso que estima un espacio de tiempo de 2 horas y media a pie o caballo. Tiene gran interés como área natural por la riqueza en biodiversidad que posee y conserva ecosistemas similares al Parque Nacional Podocarpus, su extensión es de 3.000 has. Y se la utiliza para realizar estudios turísticos, al momento no está abierta al turista y es manejada desde el año 1976 por la familia Hofman – Horton.

En esta parroquia también se encuentra una pequeña fábrica de artesanías en papel reciclado está dirigida por una asociación de mujeres 23 de Junio. El papel que se utiliza para la elaboración de este producto contribuye a disminuir la contaminación del ambiente y forma parte de una nueva alternativa empresarial.

San Pedro de Vilcabamba es un pueblo que goza de un clima cálido subtropical, por encontrarse en la cordillera andina, su vegetación es de tipo bosque seco, aquí pasa una vía que conduce a Vilcabamba.

Le adornan hermosos lugares como es el majestuoso Mandango, que es un cerro maravilloso y muy visitado por los turistas, los mismos que al conocerlo se quedan maravillados; encontramos también la urna del Señor de la Caída que contiene una gran leyenda. (http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba)

### 5.1.9 COMIDAS TÍPICAS

| | | | |
|---|---|---|---|
| Tamales | Arepas | Cecina | Chicha |
| Humitas | Mazapanes | Seco de chivo | Guarapo |
| Chibatos | Batido de dulce con maní | Caldo de gallina criolla | Canelazos |
| Bizcochuelos | Repe | Cuy hornado | Aguado de leche |

**Fuente:** (http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba)

**Elaboración: Edwin Medina**

### 5.1.10 ANTECEDENTES DE LAS ARTESANÍAS DE PAPEL RECICLABLE

Las artesanías inician con el proyecto de papel reciclado en 1998 con la colaboración de una voluntaria de Cuerpo de Paz. Cada semana, recogen papel medio usado de los negocios y escuelas locales, después muelen el papel a pasta y luego de secarlo, crean sus productos. Las artesanas recogen flores nativas de varios locales en San Pedro de Vilcabamba. Colocan los pétalos entre las hojas de libros para secar y después adornan sus productos con las flores y plantas. Todos los ingresos de las ventas de estos productos van directamente a fortalecer la calidad de la vida de las familias de las socias e indirectamente para la gente en San Pedro de Vilcabamba.

## 5.2 MARCO CONCEPTUAL

### 5.2.1 QUE SON LAS MICRO-EMPRESAS

Empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma. (definicion.de/micro-empresa/, 2011)

Las microempresas y pequeñas empresas permiten a la población rural pobre incluso a algunas de las capas más marginadas y vulnerables como las mujeres, los jóvenes y las personas carentes de tierra del mundo rural diversificar sus ingresos, generar nuevas fuentes de crecimiento económico y crear empleo adicional (incluido el autoempleo) en las zonas rurales. Esas mismas capas de la población pueden recibir ayuda mediante el apoyo a las microempresas y pequeñas empresas prestado a través de los pequeños empresarios locales, cuya expansión comercial puede crear nuevos empleos para la población rural pobre. (http://www.ifad.org/microemprea, 2011)

### 5.2.2 TIPOS DE MICROEMPRESAS

Fundamentalmente se distinguen tres tipos de microempresas que se diferencian, básicamente por el tipo de población involucrada, sus activos y su capital de generación,

de ingresos, de subsistencia, de acumulación simple y de acumulación ampliada o "micro-top".

**Microempresas de subsistencia.**

Son aquellas que tienen tan baja productividad que sólo persiguen la generación de ingresos con propósitos de consumo inmediato. Es el segmento más grande de la tipología productiva micro empresarial porque representan alrededor de 1 millón 600 mil (70%). Tienen ventas inferiores a 2 mil soles al mes y se desempeñan en actividades de comercio minorista o servicios personales como venta de comida y actividades productivas muy limitadas. Es el segmento donde se concentran los mayores problemas de tipo social de la microempresa, en la medida en que es también, donde los límites del hogar y la unidad económica se confunden más ampliamente.

**Microempresas de acumulación simple.**

Son aquellas empresas que generan ingresos que cubren los costos de su actividad aunque sin alcanzar excedentes suficientes que permitan la inversión en capital. Las microempresas que se ubican en este segmento tienen ingresos que oscilan entre 2 mil y 8 mil soles mensuales. Aquí se ubican 600,342 (26%) de las microempresas. Este segmento es el más fluido, y representa una fase de tránsito hacia alguno de los otros dos segmentos de la microempresa. Corresponde al momento en el que la microempresa empieza su evolución productiva hacia el crecimiento, cuando el empresario puede cubrir los costos de su actividad aunque aún no tenga capacidad de ahorro o inversión. Sin embargo, puede también corresponder a una etapa de declinación productiva.

**Microempresas de acumulación ampliada "Micro-top".**

Son las empresas en las que aunque su producción es suficientemente elevada como para permitir acumular excedente e invertirlo en el crecimiento de la empresa. El "micro-top" es el pequeño segmento donde la adecuada combinación de factores productivos y posicionamiento comercializador, permite a la unidad empresarial crecer con márgenes amplios de excedente. Están generalmente ubicados en áreas de la manufactura donde la competencia de otras empresas les exige aumento de su productividad y calidad

mediante mejoras tecnológicas. En estas empresas con mano de obra que incluye asalariados y aprendices, es posible la acumulación de conocimiento tecnológico debido al nivel de calificación relativamente alto de sus patronos y trabajadores. Es el segmento donde los programas de servicios técnicos obtienen resultados de mayor costo-eficiencia, ya que existe una idea clara de la utilidad y mecanismos del crédito, la gestión, la comercialización, etc. (http://es.scribd.com/doc/57141845/36/TIPOS-DE-MICROEMPRESAS#outer_page_66)

### 5.2.3 QUE ES DIAGNOSTICO

El Diagnóstico desde el punto de vista Empresarial constituye una herramienta sencilla y de gran utilidad a los fines de conocer la situación actual de una organización y los problemas que impiden su crecimiento, sobrevivencia o desarrollo. (http://www.genialconsultora.com.ar/consultoria/diagnosticos/diagnosticos.html)

### 5.2.4 QUE ES ANÁLISIS FODA

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica utilizada por empresas, que busca literalmente identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el negocio. Puede ser utilizado aplicándolo a cualquier particularidad, ya sea un producto, mercado, corporación, empresa, etc. La información obtenida de un análisis FODA es de mucha utilidad para todo lo relacionado con análisis o estrategias de mercados. Incluso este instrumento es utilizado por personas para planificar un currículo vitae, o para afrontar decisiones personales en la vida diaria. (http://www.misrespuestas.com/que-es-un-analisis-foda.html, 2010)

### 5.2.5 QUE ES UNA ENCUESTA

La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica. (http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html)

### 5.2.6 QUE ES UNA FERIA TURÍSTICA

Una feria, es un punto de encuentro entre la oferta (prestadores de servicios y productos) y la demanda (compradores o consumidores) de una localidad, municipio, región, país o inclusive romper las fronteras y acercarse a nuevos posibles demandantes a nivel internacional. Una feria permite dar a conocer los productos y/o servicios de una localidad, región o país. (http://millones.blog.terra.com.pe/2009/08/17/concepto-caracteristicas-y-tipos-de-feria/)

### 5.2.7 QUE ES UN VIDEO TURÍSTICO

Es un sistema de grabación y reproducción de imágenes, productos o servicios, de un determinado lugar o región de un país, que por medio se permite su promoción y difusión, que pueden estar acompañadas de sonidos y que se realiza a través de una cinta magnética.

### 5.2.8 QUE ES UN NEGOCIO

Un negocio consiste en una actividad, sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer alguna forma de beneficio a otras personas.

Pero también, un negocio consiste en una entidad creada o constituida con la finalidad de obtener dinero a cambio de realizar actividades de producción (por ejemplo, una fábrica de muebles), comercialización (por ejemplo, una tienda de repuestos de autos o una distribuidora) o prestación de servicios (por ejemplo, una restaurante o un taller de mecánica), que beneficien a otras personas. (www.crecenegocios.com, 2011)

#### 5.2.8.1 QUE ES UN PLAN DE NEGOCIO

El plan de negocios reúne en un documento único toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha. Presentar este plan es fundamental para buscar financiamiento, socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la empresa. (http://planuba.orientaronline.com.ar/plan-de-negocios.pdf, 2012)

### 5.2.9 PARTES DE UN PLAN DE NEGOCIOS

**1. Portada**

La primera página del plan de negocios que incluye todos los datos de la compañía.

**2. Introducción o resumen ejecutivo**

Donde se desarrollará la finalidad del plan de negocios.

**3. Descripción del negocio**

Donde desarrollaremos todo lo concerniente a la empresa, análisis del producto y mercado, competencia, estrategias, etc.

**4. Plan operativo**

Analizando el aspecto comercial y productivo, publicidad y promoción, estructura social y servicios externos.

**5. Financiamiento**

Analizando el capital invertido y, el financiamiento utilizado.

**6. Análisis económico financiero**

Determinando los riesgos, flujos de fondos, balances y cuadro de resultados. Si bien no hay una única fórmula para el desarrollo de un plan de negocios, es decir que distintos autores y consultores tienen sus propias guías, en general los temas tratados son los mismos; incluso muchas veces el contenido puede variar dependiendo del tipo de negocio en el que se esté. (emprenderjuntos.com.ar)

### 5.2.10 ETAPAS PARA FORMULAR UN PLANES DE NEGOCIOS

- ✓ **Estudio Preliminar**

En esta fase se debe analizar si existen proyectos similares, si el producto o servicio requiere de patentes, o si por el contrario requiere del pago de derechos del autor. También debe realizar un estudio del área de influencia del proyecto, requerimientos de materia prima, consecución de mano de obra, canales de distribución, estudios de localización, ubicación de los clientes o consumidores, capacidad instalada y otra serie de factores.

- ✓ **Estudio de prefactibildad**

Una vez analizados en detalle, los factores del estudio preliminar, se procede a evaluar cuál es la alternativa más viable para la toma de decisiones, minimizando al máximo los errores que se puedan llegar a presentar. Para este tipo de estudios es recomendable utilizar fuentes de información secundarias, estudios e informes que soporten el objeto del proyecto.

- ✓ **Estudio de factibilidad**

La factibilidad o viabilidad de un plan de negocios debe surtir una serie de etapas sobre la información recolectada, clasificada y analizada, ya que de ello depende el éxito del proyecto a implementar. La información sobre la cual se va a evaluar el plan de negocios, debe estar soportada con fuentes de información primaria. Las etapas de formulación del plan de negocios son:

- ✓ Definición de la idea del proyecto y su área de influencia (Naturaleza del proyecto).
- ✓ Tipo de producto o servicio ofrecido, características, nicho del mercado hacia el cual está dirigido (Estudio de marketing).
- ✓ La viabilidad técnica del plan de negocios (Distribución de planta y producción)
- ✓ El estudio legal y administrativo (Estructura organizacional).
- ✓ La viabilidad financiera y económica

- ✓ La evaluación social y ambiental, cuando el proyecto lo requiera.

- ✓ **Gastos Pre Operativos**

Todo plan de negocios incurre en gastos de estudios, asesorías, papelería, arrendamientos, servicios públicos, reuniones, transportes, y otros que varían de acuerdo con el tipo de proyecto y su magnitud. Por lo general, estos gastos se generan antes de iniciar el proyecto, es decir, sin que haya entrado en el periodo de operación.

Estos gastos ocurren durante los estudios preliminares, de prefactibilidad, factibilidad y de instalación del proyecto. Los gastos pre operáticos por lo general se amortizan durante cierto periodo de operación del proyecto. (Ruiz, 2011)

### 5.2.11 ESTUDIO TÉCNICO

En esta tercera etapa diseñamos y definimos todos los procesos que conformarán el negocio, incluyendo el proceso de compras, el proceso de transporte, el de almacenaje, el de producción, de distribución, de ventas, etc. Señalamos las fases o etapas que conforman cada proceso, el personal encargado, la disposición del área productiva, la localización de las máquinas, las disposiciones técnicas. (http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/, 2012)

### 5.2.12 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Representa uno de los aspectos más importantes dentro del plan de negocios, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores.

Para hacer el estudio se debe empezarse por elaborar un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, dicho estudio debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios.
(http://www.trabajo.com.mx/estudio_administrativo.htm, 2011)

### 5.2.13 ESTUDIO DE MERCADO

En esta etapa de estudio o investigación de mercado, investigaremos, analizaremos y señalaremos todo lo relacionado al mercado: cuál será nuestro mercado objetivo, cuál será nuestra futura demanda, quiénes serán nuestros competidores, quiénes serán nuestros proveedores, y cuáles serán las estrategias de marketing que utilizaremos. (http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/, 2012)

### 5.2.14 ESTUDIO FINANCIERO

Finalmente, en esta etapa del estudio financiero, evaluamos la factibilidad y la rentabilidad del proyecto, teniendo en cuenta los estudios de la inversión y el estudio de los ingresos y egresos que hemos realizado previamente.

Para la evaluación del proyecto, además de medir la rentabilidad del proyecto con respecto a la inversión y el periodo de recuperación de ésta, lo usual es hacer uso de los indicadores financieros de rentabilidad del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno (VAN y TIR). (http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/, 2012)

### 5.2.15 ESTUDIO AMBIENTAL

Es un proceso de análisis encaminado a identificar, predecir, interpretar, valorar, prevenir, corregir y comunicar las consecuencias o efectos de un proyecto o actividad sobre el medio ambiente, que puedan causar sobre la calidad de vida del ser humano y su entorno medio ambiental.
(http://dspace.ups.edu.ec/estudioambiental.pdf, 2011)

### 5.2.16 ANÁLISIS DEL ENTORNO

En un plan de negocio se debe analizar el entorno en todos sus aspectos como social, cultural, económico, tecnológico, político, legal y ambiental.

- ✓ **Aspectos sociales y culturales**

Permiten evaluar si el proyecto, tiene algún impacto y pertinencia en los futuros consumidores, por ello es importante conocer su nivel de ingresos, estrato social al cual pertenece, costumbres y tradiciones, valores sociales y culturales

- ✓ **Aspectos económicos.**

Su estudio se centra en el ingreso percápita de los consumidores y en los aspectos económicos de la industria, entre los cuales se puede destacar la consecución de materias primas (escasez y compra), medios de transporte de los insumos y productos terminados (costo de fletes, vigilancia y seguros), procesamiento de productos y servicios (industrias competidoras), y el área de influencia del mercado (consumidores, proveedores y competencia).

- ✓ **Aspecto tecnológico**

Una barrera de entrada que tienen empresarios, al querer desarrollar un proceso productivo, es el costo y la consecución de la maquinaria con la cual desean empezar su proyecto, a veces con maquinaria importada, lo que incrementa los costos de instalación. Este es un factor determinante para incursionar en el mercado y empezar a competir con grupos económicos muy fuertes y de gran aceptación en el mercado.

- ✓ **Aspectos políticos y legales**

La legislación laboral, comercial, tributaria, civil y penal, le permiten al empresario establecer con claridad cuáles son sus obligaciones con el Estado, con sus empleados, con los socios o accionistas y con la sociedad. Estas normas aplican para los empresarios nacionales y para los empresarios extranjeros.

- ✓ **Aspectos ecológicos y medioambientales**

Uno de los aspectos que más preocupa al mundo, es el alto grado de contaminación atmosférica, hídrica, suelos y en especial la deforestación, quema y tala de árboles, que se lleva a cabo con el fin de crear nuevas industrias.

Las normas ISO (Organización Internacional de Estándares) permiten que el empresario certifique su proceso productivo, controlando el impacto de sus actividades y tareas, en los productos y servicios sobre el medio ambiente, con una producción limpia, a través de la norma ISO 14000, con el fin de proteger a los consumidores mediante productos no contaminados y defectuosos, a las sociedad a través del desarrollo sostenible o sustentable y, por ende, al medio ambiente agua, tierra, atmosfera, etc. (Ruiz, 2011)

### 5.2.16 INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD EMPRESARIAL

El éxito de un proyecto depende de la innovación y la creatividad que se le desarrolle, ya que la competitividad pude minimizar los márgenes de rentabilidad, debido a la estrategia de precios y a las ventas competitivas que ofrecen las empresas en el mercado. Es por esto que la innovación genera un crecimiento continuo y equilibrado, compensando el desgaste o la dimensión de la vida útil que sufren los productos en el mercado, a través del desarrollo de nuevos productos.

### 5.2.17 UBICACIÓN

El empresario debe emplear varios referentes que le permitan establecer dónde, cuándo y cuál será el tamaño de la capacidad instalada de su empresa.

- ✓ **Canales de distribución.** Se debe evaluar cuál es el medio de transporte de las materias primas que utilizarán los proveedores, y cuál es el medio de transporte que empleará el empresario para distribuir sus mercancías.

- ✓ **Mercado.** Establecer los posibles canales de comercialización y distribución, con el fin de minimizar los costos de distribución, averías en mercancías, almacenamientos y bodegajes innecesarios. De igual manera evaluar los centros y medios de distribución de los competidores, para favorecerá los consumidores.

- ✓ **Mano de Obra Directa e Indirecta.** Algunos proyectos requieren de mano de obra calificada, por tal motivo es importante seleccionar y clasificar dichos trabajadores. La mano de obra es un factor decisivo en los procesos de producción y administrativos,

por lo tanto es importante realizar el proceso de reclutamiento selección y admisión de los trabajadores que cumplan con los perfiles y requisitos exigidos para cada cargo.

- ✓ **Factores Climáticos y Medio Ambientales.** Es importante evaluar si el proyecto requiere de un clima específico, su desarrollo. Algunos planes de negocio se desarrollan cerca de los factores productivos, con el fin de minimizar costos, tal como se destacó en los ítems anteriores.

- ✓ **Disponibilidad de Servicios.** Bancarios, médicos, hospitalarios, policial y de vigilancia.

- ✓ **Costos de:** Terrenos, arriendos, impuestos, servicios públicos. No todas las ciudades, regiones y pueblos, tienen los mismos costos de subsistencia. Si la ciudad es pequeña los costos de arriendo, servicios públicos, impuestos y terrenos, son más bajos. (Ruiz, 2011)

### 5.2.18 MISIÓN

Cuando un empresario constituye una empresa, la cual es el origen de un proyecto, debe plantearse y resolver las siguientes preguntas, para establecer cuál es la razón de ser de su empresa o proyecto y cuál es su objetivo.

¿Por qué voy a crear mi empresa?
¿Cuál es el objeto de esta empresa?
¿Cuáles son los valores fundamentales con los que se regirá mi empresa?

Una vez definidas y contestadas estas preguntas se puede decir que la misión de una empresa se fundamenta básicamente en el propósito para el cual fue creada, teniendo en cuenta el tipo de actividades que se realizaran durante el periodo de operación. (Ruiz, 2011)

### 5.2.19 VISIÓN

Es un conjunto de ideas generales que permiten definir claramente, a donde quiere llegar la empresa o proyecto a futuro, mediante proyecciones descriptivas y cuantitativas, las cuales deben estar alineadas con la misión organizacional. (Ruiz, 2011)

### 5.2.20 VENTAJAS COMPETITIVAS Y COMPARATIVAS

Las ventajas comparativas están soportadas por características específicas adicionales, que se le incorpora a los productos o servicios, las cuales le permiten superar las expectativas generadas en el cliente sobre los productos y servicios inicialmente ofrecidos.

Cuando un producto o servicio es lanzado al mercado, lo que se busca es satisfacer las necesidades en los clientes o consumidores, y cuando estos son únicos, se dice que son innovadores, porque no tienen competidores frente a otros de su misma especie.

Las ventajas competitivas se presentan cuando la empresa o proyecto crea diferentes estrategias para posicionar su producto o servicio, frente a los competidores que existen en el mercado; por lo tanto una empresa que desee adoptar dichas ventajas, puede establecer políticas de justo a tiempo (entrega oportuna), segmentación del mercado para la distribución (quienes son nuestros clientes), políticas de calidad (características específicas de un producto o servicio), servicio posventa (línea de atención al cliente), información vía internet, bases personalizadas de datos de clientes o referidos, entre otros. (Ruiz, 2011)

### 5.2.21 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Antes de ejecutar un proyecto, el empresario debe realizar un plan estratégico de actividades pre operativas (antes) y operativas (durante), con el fin de evaluar si todo lo que ha presupuestado, efectivamente se ha cumplido de acuerdo a lo establecido. El método más efectivo para controlar este tipo de actividades es por medio de un diagrama de Gantt o cronograma de actividades. También pueden desarrollarse diagramas de Gantt por aéreas, departamentos o por actividades específicas.

### 5.2.22 BALANCE

Una vez incluidos los estudios preliminares del proyecto, se evalúa su viabilidad y si esta es positiva, y se decide continuar el proyecto de formula el balance inicial o balance cero del proyecto.

El balance de instalación refleja los aportes de los socios de la empresa en el patrimonio, y el valor de los pasivos expresados en préstamos financieros otorgados por terceros, durante el periodo de instalación o de iniciación del proyecto. De igual manera se debe expresar en que se han invertido estos recursos entre los activos, ya sean los activos corrientes o de corto plazo, activos fijos, gastos pre-operativos y activos pagados por anticipación. Recordando que la suma del pasivo más el patrimonio debe ser igual al total de los activos. (Ruiz, 2011)

### 5.2.23 PLAN DE MARKETING

Es la herramienta más valiosa para determinar cómo conseguir clientes. Esta es la tarea más crítica del negocio, pues sin ellos el negocio no existe. Por lo tanto, la forma en que se consiguen debe ser clara y cuidadosamente diseñada. Dentro del plan de mercadeo se definen los siguientes aspectos:

**Fijación de Políticas de precio:** la cantidad que se paga por los bienes o servicios constituye su precio; su fijación es sumamente importante, puesto que influye en la percepción que tiene el consumidor sobre el producto o servicio. No debe de olvidarse a qué tipo de mercado se dirige, debe saberse si lo que buscará el consumidor será calidad, sin importar mucho el precio, o si él será una de las variables importantes de decisión.

**Estrategia de Ventas:** definir el tipo de sistema de venta, ya sea personales o sistemas complejos de distribución. Las ventas personales son especialmente importantes para el micro o pequeño empresario puesto que la mayoría de sus ingresos depende de éstas.
**Estrategia Promocional:** es esencialmente un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como son: la publicidad, la promoción de ventas e indirectamente las etiquetas y el empaque.

**Estrategia de Distribución**: se trata de definir qué tipo de canales se usarán, los métodos de despacho y transporte; y los costos de éste.

**Políticas de Servicio:** deben considerarse los aspectos relacionados con términos de la garantía en el servicio, tipo de servicio al cliente, política de cobro y comparar la política de servicio de la empresa con la de la competencia.
(http://biblioteca.utec.edu.pdf, 2010)

### 5.2.24 FUNCIÓN DEL PLAN DE MARKETING

Tamaño del Mercado: conocido como el mercado global. El objetivo de este proceso es llegar a formular el plan de ventas y definir la fracción del mercado objetivo.

Mercado Objetivo: consiste en definir de una manera más específica las características que tienen en común los clientes. Este puede segmentarse de acuerdo a:

Descripción Demográfica: contempla aspectos relacionados con la segmentación de la edad, nivel socioeconómico, género, nivel educativo, entre otros.

Descripción Geográfica: es el aspecto más fácil de definir del mercado objetivo, consiste en definir el área geográfica que la empresa pretende cubrir con su producto o servicio. Esta definición debe de ser lo más concreta posible.

Descripción del estilo de vida: define los aspectos relacionados con las preocupaciones e intereses de los clientes, qué es lo que les interesa y dónde compran habitualmente.

Descripción Psicográfica: consiste en definir las características psicológicas que influyen en las decisiones de compra.

Descripción de la sensibilidad de compra: el objetivo es identificar cuáles son los factores de mayor importancia para el cliente cuando decide comprar.

Producto / Servicio: se trata de conocer en detalle las características del producto/ servicio en relación con los demás que existen en el mercado. En este sentido deben

detallarse los siguientes factores: descripción detallada del producto / servicio que se va a vender, elementos especiales del producto / servicio y las fortalezas o debilidades del producto frente a los productos competidores.

La Competencia: se trata de determinar las fortalezas y debilidades de las empresas competidoras, su tamaño, la importancia de cada una de ellas y las políticas que aplica.

Deben analizarse los siguientes aspectos: precios, limitaciones en la satisfacción de los clientes, mercado que manejan, capacidad de producción y la imagen de ésta ante los clientes. (http://biblioteca.utec.edu.pdf, 2010)

### 5.2.25 PRODUCCIÓN

Tener un plan de producción le ayudará a evaluar si la empresa puede lograr una mayor eficiencia o mejorar la calidad de sus productos o servicios.

Se deberá realizar una explicación paso a paso de los procesos y equipos que se usarán para la producción de los productos o servicios. Se deben considerar los siguientes aspectos:

a. Fuerza de Trabajo: determinar qué tipo y cuánta fuerza de trabajo es la que realmente necesita la empresa, quién y cómo la supervisa.

b. Productividad: tiene un impacto directo sobre los márgenes de ganancia. Entre otros factores, la productividad depende de cuánto tiempo y cuántas personas necesitan para producir sus productos.

c. Capacidad: la capacidad mide cuánto trabajo pueden manejar sus instalaciones, equipo y fuerza de trabajo. Si se cuenta con un exceso de capacidad, se tiene la posibilidad de producir más de lo que se está vendiendo actualmente con los mismos recursos. Pero un exceso permanente de capacidad puede representar un gasto innecesario. (http://biblioteca.utec.edu.pdf, 2010)

### 5.2.26 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LEGAL

Tiene como objetivo definir la posibilidad legal y social, para que el negocio se establezca y opere, la definición del tipo de sociedad y las obligaciones tributarias, comerciales y laborales que de ella se derivan, analizar las implicaciones que sobre la comunidad tiene el proyecto, determinar las regulaciones locales y los permisos requeridos. (http://biblioteca.utec.edu.pdf, 2010)

### 5.2.27 EVALUACIÓN FINANCIERA

El objetivo central es determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas, las posibilidades de tener acceso real a dichas fuentes. Igualmente debe determinar en el caso de que se use financiación, los gastos financieros y los pagos de capital propios al préstamo. El otro propósito es el análisis de liquidez de la organización y la elaboración de proyecciones financieras. Para ampliar estos propósitos deben cubrirse las siguientes etapas:

Flujo de Caja: es sin lugar a dudas, la herramienta que permite determinar las necesidades reales de capital en los distintos momentos de desarrollo del negocio. El cual compara los ingresos efectivamente recibidos y los egresos efectivamente pagados.

Con base en el flujo de caja pueden determinarse los momentos en los cuales los aportes de los socios y/o los préstamos de los intermediarios financieros son absolutamente necesarios para mantener una posición de caja final, al menos igual al colchón de efectivo.

Estados de Resultados: el estado de resultados, muestra, a nivel de causación, las utilidades producidas por el negocio en el período de análisis. Básicamente compara ingresos con costos y gastos causados en un periodo de operación del negocio.

Balance: muestra el estado de las diversas cuentas al final de un período de análisis. Los datos para éste se toman fundamentalmente del flujo de caja y del estado de resultados.

El balance tiene un papel fundamental: la validación de las cifras de los otros estados financieros.

Cuadros auxiliares: consisten en la presentación de importante información complementaria necesaria para la elaboración del balance, estado de pérdidas y ganancias, entre otros.

Proyección de Ventas: se utiliza para determinar los ingresos por ventas a ser incluidos en las proyecciones de Ganancia y Pérdida y del flujo de Caja y para la estimación de los volúmenes de compra de mercadería o producción.

Proyección del Flujo de Ingresos por Ventas: éste se realiza por que la mayoría de empresas no cobrarán todas sus ventas en el mismo momento en que las realiza. Para tener una adecuada imagen de cómo será la situación financiera, se debe realizar las proyecciones del flujo de caja teniendo en cuenta el momento en que los fondos ingresan realmente a la empresa.

Proyección de Costos: cada producto o servicio producido tiene asociado una serie de costos directamente relacionados con su producción, así como también, a su vez, tienen una serie de costos directamente asociados con la venta. (http://biblioteca.utec.edu.pdf, 2010)

### 5.2.28 PLAN DE EXPORTACIÓN

El plan de marketing para el exportador es como el mapa para un viajero: herramienta para llegar a su destino. Este plan debe incluir estrategias de internacionalización detalladas, objetivos y los métodos para vender el o los productos / servicios en el mercado exterior.

Al determinar los objetivos y planes de acción, este tipo de plan permite al exportador la posibilidad de prever posibles dificultades que presente el nuevo mercado y preparar la respuesta ante éstos, sin desviar los objetivos. Realizar un plan de marketing de exportación puede ser un desafío complejo. (http://www.pymex.pe/Marketing/plan-de-marketing-para-exportar.html, 2011)

## 6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

**Método científico:** Es el procedimiento planteado que se sigue en la investigación para descubrir las formas de existencia de los procesos objetivos, para desentrañar sus conexiones internas y externas, para generalizar y profundizar los conocimientos así adquiridos, para llegar a demostrarlos con rigor racional y para comprobarlos en el experimento y con las técnicas de su aplicación.
(http://www.aulafacil.com/cursosenviados/Metodo-Cientifico.pdf)

**Método de estudio de casos:** Puede ser empleado para el estudio de una situación, una comunidad, un grupo, una institución o un individuo. El método de estudio de casos es un método descriptivo en el que se maneja un gran número de variables e indicadores. Generalmente no se parte de un problema definitivo ni de hipótesis. Se intenta lograr una descripción precisa de una realidad limitada sobre una variedad de fenómenos, estructuras y procesos en los que se hace resaltar sus características particulares. En este caso se parte del supuesto de que un caso particular es representativo para muchos otros casos similares que hacen posible una generalización.
(Metodos, 2011)

**Método descriptivo:** Es el estudio sistemático que describe, analiza e interpreta un fenómeno o situación de manera inmediata que obtiene datos e información instantánea obteniéndolo de un suceso en forma natural o actual. El método descriptivo apunta a estudiar el fenómeno en su estado actual y en su forma natural; por tanto las posibilidades de tener un control directo sobre las variables de estudio son mínimas por lo cual su validez interna es discutible. A través del método descriptivo se identifica y conoce la naturaleza de una situación en la medida que ella existe durante el tiempo de estudios. Por consiguiente no hay administración o control manipulativo o un tratamiento específico. Su propósito básico es: describir cómo se presenta y qué existe con respecto a las variables o condiciones en una situación.
(Nivelesinvestigacion, 2010)

**Método analítico:** Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en

particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. (Metodoanalítico, 2011)

**Método Explicativo:** Buscan encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos. Su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste. “Están orientados a la comprobación de hipótesis causales de tercer grado; esto es, identificación y análisis de las causales (variables independientes) y sus resultados, los que se expresan en hechos verificables (variables dependientes). Los estudios de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación. Asimismo, debe señalar las razones por las cuales el estudio puede considerarse explicativo. Su realización supone el ánimo de contribuir al desarrollo del conocimiento científico”. (Metodos-de-Investigacion-Explicativo, 2010)

**Método bibliográfico:** Conocido como método de investigación bibliográfica, es el conjunto de técnicas y estrategias que se emplean para localizar, identificar y acceder a aquellos documentos que contienen la información pertinente para la investigación; es el sistema que se sigue para obtener información contenida en documentos.
(metodo.información.bibliográfica, 2009)

**Técnica de la Observación Directa:** Consiste en la inspección y estudio por medio de los sentidos de las características más sobresalientes del hecho o fenómeno por investigar. Mediante esta modalidad se logra la captación de la realidad natural, económica y social. (González, 1999)

**Técnica de la Encuesta:** La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario. (http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm)

**Técnica del Muestreo:** El muestreo es una técnica usada en estadística que es indispensable en la investigación científica para seleccionar a los sujetos a los que les

aplicaremos las técnicas de investigación elegidas, según el enfoque en que se trabaje (cuantitativo, cualitativo o mixto).
(http://ylang-ylang.uninorte.edu.co/Objetos/Educacion/Muestreo/index.html)

**Técnica de la Exposición:** consiste en la presentación de un tema, lógicamente estructurado, en donde el recurso principal es el lenguaje oral, aunque también puede serlo un texto escrito. La exposición provee de estructura y organización a material desordenado pero también permite extraer los puntos importantes de una amplia gama de información.
(http://www.uctemuco.cl/cedid/archivos/apoyo/La%20exposicion%20como%20tecnica%20didactica.pdf)

- ✓ Para la realización del primer objetivo específico; Realizar un diagnóstico de la situación actual de las Artesanías de Papel Reciclable, elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio,se utilizará el **método científico**, **método de estudio de casos, método analítico, método descriptivo y método bibliográfico** los mismos que serviran para el levantamiento de información, análisis y determinar con precisión la situación actual del lugar, acompañado de la **técnica de la encuesta** la misma se la realizara a las personas que habitan en la parroquia a su apoyará al levantamiento de información primaria y la **técnica del muestreo** con la que servira de para definir con exactitud la cantidad de poblacion que se va a encuestar.

n=tamaño de la muestra
N= población (1517 hab.)
z=nivel de confianza (1.96)
e=margen de error (0.05)
q=probabilidad en contra (0.5)
p=probabilidad a favor (0.5)

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{N * e^2 + z * e * p * q}$$

$$\frac{(1.96)^2 . (0.5)\ (0.5)\ 10110}{10110\ (0.05)^2 + (1.96)^2\ (\ 0{,}5)\ (0{,}5)}$$

$$n = \frac{3.8416\ (2527.5)}{25.275 + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{9709.644}{26.2354}$$

$$n = 370.09$$

- ✓ Para el desarrollo de segundo objetivo específico: Proponer una feria turística en donde se promocione la Elaboración de las artesanías de papel reciclable de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, así como también dar a conocer el potencial turístico en cuanto a atractivos naturales y gastronomía típica de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, se utilizará el **método explicativo** con el cual se intentará exponer y expresar los resultados obtenidos y el **método analítico** con el cual se podrá explicar el proceso de producción de las artesanías.

- ✓ Para realizar el tercer objetivo específico: Editar un video turístico promocional donde se muestre el proceso de elaboración de artesanías de papel reciclable de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba - Cantón Loja – Provincia Loja, se empleará los **métodos analítico, descriptivo, explicativo y método de estudio de casos,** acompañados de la **tecnica de la observación,** los mismos que permitiran expresar la forma de elaboración de artesanías de papel reciclable y elaborar un video turístico promocional.

- ✓ Para el cumplimiento del cuarto objetivo específico: Socialización de la propuesta a la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio y a las autoridades de la Junta Parroquia y Universidad Nacional de Loja, se empleará el método analítico el mismo que servirá para socializar la propuesta asistido por la **técnica de la exposición** en donde se explicará el tema investigativo.

## 7. CRONOGRAMA

# CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES
# PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DE TUTULACIÓN 2012

| ACTIVIDADES | MARZO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | |
| | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | |
| CONFORMACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PROPUESTA DE LAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ELECCION DE LAS LINEAS DE INVESTIGACION A TRABAJAR | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SOCIALIZACIÓN DE LAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN A LOS ESTUDIANTES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SOCIALIZACIÓN DE LAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN A LAS DIFERENTES INSTITUCIONES POSIBLES EN TRABAJAR PROYECTOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CONFORMACIÓN DE EQUIPOS DE ESTUDIANTES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SEGUIMIENTO A LAS INSTITUCIONES INTERESADAS PARA ELABORAR UNA CARTA DE COMPROMISO ENTRE LA UNIVERSIDAD Y LA INSTITUCION | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ANALISIS DE LOS POSIBLES LUGARES PARA QUE LOS ESTUDIANTES EMPIEZEN SU PRIMER ACERCAMIENTO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ELECCION DE LOS POSIBLES LUGARES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| REUNIÓN CON EL INPC (Delicio Toledo) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| REUNIÓN CON LA FUNDACIÓN JATARÍ (SARAGURO) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SOCIALIZACIÓN DEL REGLAMENTO PARA TESIS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SORTEO DE LOS LUGARES TENTATIVOS PARA REALIZAR SU TEZINA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| ACTIVIDADES | A B R I L | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Do | Lu | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | |
| PRIMERA PARTE DEL SONDEO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| REUNIÓN MODULAR | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| REUNIÓN CON INPC (Delicio Toledo) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ANALISIS DE LOS PROBLEMAS DEL PRIMER SONDEO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SEGUNDA SALIDA AL SONDEO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ENTREGA DEL PRIMER INFORME DEL SONDEO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ENTREGA DEL SEGUDO INFORME DE SONDEO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ELABORACIÓN DE JUSTIFICACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ELABORACIÓN DE LA PROBLEMATIZACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PROPUESTA DEL TEMA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CORRECCIONES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ELABORACIÓN DE LOS OBJETIVOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ELABORACIÓN DE LA METODOLOGÍA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ELABORACIÓN DEL MARCO TEORICO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CORRECCIONES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ELABORACIÓN DE ACTIVIDADES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| BIBLIOGRAFÍA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PRESENTACIÓN DEL ANTEPROYECTO DE LA TESINA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CORRECCIONES DEL ANTEPROYECTO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| APROBACIÓN DEL PLAN DE LA TESINA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| ACTIVIDADES | MAYO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | ju | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | |
| DESARROLLO DEL PRIMER OBJETIVO: REALIZAR UN DIAG-NOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA PARA DETERMINAR UN PLAN DE NEGOCIO PARA COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ARTESANÍAS DE PAPEL RECICLACLE, ELABORADAS POR LA ASOCIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 ELABORAR LA ENCUESTA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 APROBACIÓN DE LA ENCUESTA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 SALIDA Y APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 PRESENTACIÓN DEL INFORME | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 DETERMINACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| DESARROLLO DEL SEGUNDO OBJETIVO: PROPONER UNA FERIA TURÍSTICA EN DONDE SE PROMOCIONE LA ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS DE PAPEL RECLICLABLE DE LA ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23DE JUNIO ASÍ COMO TAMBIÉN DAR A CONOCER EL POTENCIAL TURÍSTICO EN CUANTO A ATRAC TIVOS NATURALES Y GASTRONOMÍA TÍPICA DE LA PARROQUIA. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | |
|---|---|
| 2 DESARROLLO DE LA PROPUESTA | |
| 3 DESARROLLO DE LA PROPUESTA | |
| 4 APROBACIÓN DE LA PROPUESTA | |
| 5 PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA | |
| 6 APLICACIÓN DE LA PROPUESTA | |

| ACTIVIDADES | JUNIO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | ju | Vi | Sa | |
| DESARROLLO DEL TERCER OBJETIVO: EDITAR UN VIDEO TURÍSTICO PROMOCIONAL DONDE SE MUESTRE EL PROCESO DE ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS DE LA ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | |
| 1 INICIO DE ELABORACIÓN DEL VIDEO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 GRABACIÓN DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 GRABACIÓN DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 GRABACIÓN DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 FINALIZACION DEL VIDEO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 PRESENTACIÓN DEL VIDEO PROMOCIONAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| DESARROLLO DEL CUARTO OBJETIVO: SOCIALIZAR LA PROPUESTA A LA ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO Y AUTORIDADES DE LA JUNTA PARROQUIAL. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 REVISIÓN DE TRABAJO INVESTIGATIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 APROBACIÓN DE TRABAJO INVESTIGATIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 ELABORACIÓN DE DIAPOSITIVAS PARA SOCIALIZACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 SALIDAA LA PARROQUIA PARA SOCIALIZACION | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 SOCIALIZACIÓN A LOS ACTORES INVOLUCRADOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 SOCIALIZACIÓN A LOS ACTORES INVOLUCRADOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| ACTIVIDADES | JULIO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Do | Lu | Ma | Mi | ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | ju | Vi | Sa | Do | Lu |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
| SOCIALIZACION CON LOS ACTORES INVOLUCRADOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| REDACCION DEL TRABAJO INDIVIDUAL FINAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| REDACCION DEL DOCUMENTO COMPILADO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PRESENTACION | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ASIGNACION DE TRIBUNAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| REVISION | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CORRECIONES EN CASO DE A VERLAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| ACTIVIDADES | AGOSTO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Ma | Mi | ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | Ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | |
| PAPELEO PARA EL GRADO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ASIGNACION DE CALIFICACION | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FECHA DE GRADO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| GRADO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| ACTIVIDADES | S E P T I E M B R E | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | ju | Vi | Sa | Do | Lu | Ma | Mi | ju | Vi | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | |
| GRADO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

**Fuente: Lic. Tatiana Ramón**

**Elaboración: Edwin Medina**

## 8. PRESUPUETO

### 8.1. RECURSO HUMANO

- ✓ Autor Sr. Edwin Patricio Medina Dominguez.
- ✓ Tutora Lic. Janina Tatiana Ramón Bravo.

### 8.2. RECURSOS MATERIALES

| CAN | DETALLE | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|---|---|---|---|
| | **EQUIPOS TÉCNICOS** | | |
| 1 | COMPUTADORA TOSHIBA QOSMIO | 1300,00 | 1300,00 |
| 1 | IMPRESORA HP | 90,00 | 90,00 |
| 1 | FLASH MEMORY | 15,00 | 15,00 |
| 2 | CARTUCHOS DE TINTA | 10,00 | 30,00 |
| 100 | COPIAS | 0.02 | 2,00 |
| 2 | INTERNET | 9,00 | 54,00 |
| 1 | CAMARA DE FOTOS | 300,00 | 300,00 |
| | **UTILES DE ESCRITORIO** | | |
| 1 | CUADERNOS | 2,00 | 2,00 |
| 1 | RESMA DE PAPEL BOND | 4.50 | 4,50 |
| 4 | ESFEROGRAFICOS | 0.25 | 1,00 |
| 2 | BORRADORES | 0.25 | 0.50 |
| 1 | CARPETAS | 0.25 | 0.25 |
| 1 | DISEÑOS DE LOGOS | 20,00 | 20,00 |
| 1 | FERIA DE EXPOSICIÓN | 150,00 | 150,00 |
| 1 | EDISIÓN DE VIDEO | 80,00 | 80,00 |
| | **OTROS** | | |
| 2 | IMPRESIÓN DE LOS BORRADORES DE TESIS | 5,00 | 15,00 |
| 7 | IMPRESIÓN DE LA TESINA DEFINITIVA | 40,00 | 280,00 |
| 1 | OTROS | 10,00 | 10,00 |
| | TRANSPORTE | 10,00 | 50,00 |
| | ALIMENTACIÓN | 2.50 | 20,00 |
| 1 | MOVILIZACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS | 30,00 | 360,00 |
| 1 | EXTRAS | 20,00 | 20,00 |
| | SUBTOTAL | | 2.803,50 |
| | 5% IMPREVISTOS | | 140,18 |
| | **TOTAL** | | **2.943,68** |

**Fuente: La Reforma, Master PC**

**Elaboración: Edwin Patricio Medina D.**

## 9. FINANCIAMIENTO

El presente trabajo investigativo tiene la financiación privada del autor el señor Edwin Patricio Medina y de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, logrando de esta manera el desarrollo exitoso del proyecto.

## 10. BIBLIOGRAFÍA – NET-GRAFÍA

## BIBLIOGRAFÍA

Naranjo, González Manuel, GUIA DIDACTICA DE INVESTIGACION CIENTIFICA, segunda edición 1999.

Galindo Ruiz Carlos Julio, Formulación y evaluación de Planes de Negocio, primera edición 2011.

## NET-GRAFÍA

*http://definicion.de/micro-empresa/*

*http://es.scribd.com/doc/18046162/Metodos-de-Investigacion-Explicativo*. (s.f.).
*http://es.scribd.com/doc/57141845/36/TIPOS-DE-MICROEMPRESAS#outer_page_66*. (s.f.).
*http://planuba.orientaronline.com.ar/wp-content/uploads/2011/03/C%C3%B3mo-armar-un-plan-de-negocios.pdf*. (s.f.).

http://planuba.orientaronline.com.ar/wp-content/uploads/2011/03/C%C3%B3mo-armar-un-plan-de-negocios.pdf: http://planuba.orientaronline.com.ar/wp-content/uploads/2011/03/C%C3%B3mo-armar-un-plan-de-negocios.pdf

*http://www.aulafacil.com/cursosenviados/Metodo-Cientifico.pdf*. (s.f.). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de http://www.aulafacil.com/cursosenviados/Metodo-Cientifico.pdf: http://www.aulafacil.com/cursosenviados/Metodo-Cientifico.pdf

*http://www.colinasverdes.org/ecuador_miel_y_apicultura.php*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de http://www.colinasverdes.org/ecuador_miel_y_apicultura.php: http://www.colinasverdes.org/ecuador_miel_y_apicultura.php

*http://www.colinasverdes.org/ecuador_productos_de_papel_reciclado.php*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de http://www.colinasverdes.org/ecuador_productos_de_papel_reciclado.php: http://www.colinasverdes.org/ecuador_productos_de_papel_reciclado.php

*http://www.colinasverdes.org/indice.php*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de http://www.colinasverdes.org/indice.php: http://www.colinasverdes.org/indice.php

*http://www.colinasverdes.org/loja_cafe_de_especialidad.php*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de http://www.colinasverdes.org/loja_cafe_de_especialidad.php: http://www.colinasverdes.org/loja_cafe_de_especialidad.php

*http://www.colinasverdes.org/loja_caja_de_ahorro_y_credito.php*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de http://www.colinasverdes.org/loja_caja_de_ahorro_y_credito.php: http://www.colinasverdes.org/loja_caja_de_ahorro_y_credito.php

*http://www.eumed.net/libros/2007a/257/7.1.htm*. (s.f.). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de http://www.eumed.net/libros/2007a/257/7.1.htm: http://www.eumed.net/libros/2007a/257/7.1.htm

*http://www.ifad.org/rural/learningnotes/s/ksf3/1.5.htm*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 212, de http://www.ifad.org/rural/learningnotes/s/ksf3/1.5.htm: http://www.ifad.org/rural/learningnotes/s/ksf3/1.5.htm

*http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba*. (s.f.). Recuperado el 23 de Abril de 2012, de http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba: http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba

*http://www.mitecnologico.com/Main/Metodos*. (s.f.). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de http://www.mitecnologico.com/Main/Metodos: http://www.mitecnologico.com/Main/Metodos

*http://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html*. (s.f.). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de http://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html: http://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html

*http://www.paulovi.edu.pe/aulavirtual/estudiantes/nivelesinvestigacion.pdf*. (s.f.). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de http://www.paulovi.edu.pe/aulavirtual/estudiantes/nivelesinvestigacion.pdf: http://www.paulovi.edu.pe/aulavirtual/estudiantes/nivelesinvestigacion.pdf

# 11. GLOSARIO DE TERMINOS FORMATO APA

## 1 Trabajos citados


*http://biblioteca.utec.edu.pdf*. (02 de 2010). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://biblioteca.utec.edu.pdf: http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/30021/capitulo%201.pdf

*http://biblioteca.utec.edu.pdf*. (02 de 2010). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://biblioteca.utec.edu.pdf: http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/30021/capitulo%201.pdf

*http://dofamatriz.blogspot.com/*. (06 de 2010). Recuperado el 10 de 12 de 2012, de http://dofamatriz.blogspot.com/: http://dofamatriz.blogspot.com/

*http://planest.wordpress.com/matriz-efi-y-efe/*. (09 de 06 de 2010). Recuperado el 10 de 12 de 2012, de http://planest.wordpress.com/matriz-efi-y-efe/: http://planest.wordpress.com/2009/06/09/matriz-efi-y-efe/

*http://www.inti.gob.ar/sabercomo/sc49/inti7.php*. (02 de 2010). Recuperado el 20 de 06 de 2012, de http://www.inti.gob.ar/sabercomo/sc49/inti7.php: http://www.inti.gob.ar/sabercomo/sc49/inti7.php

*http://www.misrespuestas.com/que-es-un-analisis-foda.html*. (2010). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://www.misrespuestas.com/que-es-un-analisis-foda.html: http://www.misrespuestas.com/que-es-un-analisis-foda.html

*http://dspace.ups.edu.ec/estudioambiental.pdf*. (09 de 08 de 2011). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://dspace.ups.edu.ec/estudioambiental.pdf: http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/67/12/CAPITULO%20VI.pdf

*http://www.comprasresponsables.org/Matriz-de-Leopold.pdf*. (2011). Recuperado el 10 de 12 de 2012, de http://www.comprasresponsables.org/Matriz-de-Leopold.pdf: http://www.comprasresponsables.org/adjuntos/Matriz-de-Leopold.pdf

*http://www.ifad.org/microemprea*. (2011). Recuperado el 23 de 04 de 212, de http://www.ifad.org/microempresa: http://www.ifad.org/rural/learningnotes/s/ksf3/1.5.htm

*http://www.pymex.pe/Marketing/plan-de-marketing-para-exportar.html*. (05 de 2011). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://www.pymex.pe/Marketing/plan-de-marketing-para-exportar.html: http://www.pymex.pe/Marketing/plan-de-marketing-para-exportar.html

*http://www.taringa.net/La-Importancia-De-Reciclar_-Como-Reciclar-Papel.html*. (23 de 04 de 2011). Recuperado el 20 de 06 de 2012, de http://www.taringa.net/La-Importancia-De-Reciclar_-Como-Reciclar-Papel.html: http://www.taringa.net/posts/info/2476079/La-Importancia-De-Reciclar_-Como-Reciclar-Papel.html

*http://www.trabajo.com.mx/estudio_administrativo.htm*. (2011). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://www.trabajo.com.mx/estudio_administrativo.htm: http://www.trabajo.com.mx/estudio_administrativo_y_estrategia_de_produccion.htm

*www.crecenegocios.com*. (28 de 08 de 2011). Recuperado el 26 de 04 de 2012, de www.crecenegocios.com: http://www.crecenegocios.com/definicion-de-negocio-y-de-empresa/

*http://planuba.orientaronline.com.ar/plan-de-negocios.pdf*. (11 de 11 de 2012). Recuperado el 23 de 11 de 2012, de http://planuba.orientaronline.com.ar/plan-de-negocios.pdf: http://planuba.orientaronline.com.ar/wp-content/uploads/2011/03/C%C3%B3mo-armar-un-plan-de-negocios.pdf

*http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/*. (13 de 06 de 2012). Recuperado el 10 de 12 de 2012, de http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/: http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/

*http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/*. (02 de 10 de 2012). Recuperado el 16 de 10 de 2012, de http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/: http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/

*http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/*. (02 de 10 de 2012). Recuperado el 16 de 10 de 2012, de http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/: http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/

*http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/*. (02 de 10 de 2012). Recuperado el 16 de 10 de 2012, de http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/: http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/

*http://www.definicion.org/asociacion*. (18 de 07 de 2012). Recuperado el 18 de 07 de 2012, de http://www.definicion.org/asociacion: http://www.definicion.org/asociacion

*http://wwww.observatur.edu.ar*. (09 de 01 de 2013). Recuperado el 18 de 07 de 2012, de http://wwww.observatur.edu.ar: http://wwww.observatur.edu.ar/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=53

*http://wwww.observatur.edu.ar*. (09 de 01 de 2013). Recuperado el 18 de 07 de 2012, de http://wwww.observatur.edu.ar: http://wwww.observatur.edu.ar/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=53

*emprenderjuntos.com.ar*. (s.f.). Recuperado el 22 de 04 de 2012, de emprenderjuntos.com.ar: http://emprenderjuntos.com.ar/pdf/Guia_plan_negocios.pdf

González, D. M. (1999). *Guía Didactica de Investigacóon Científica* (Segunda ed.). Loja, Loja, Ecuador: Imprenta Cosmos.

http://148.204.211.134/Planeacion_y_Control_Estrategio_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/. (12 de 01 de 2011). *http://148.204.211.134/Planeacion_y_Control_Estrategio_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/*. Recuperado el 10 de 12 de 2012, de http://148.204.211.134/Planeacion_y_Control_Estrategio_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/: http://148.204.211.134/polilibros/portal/Polilibros/P_proceso/Planeacion_y_Control_Estrategio_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/UMD/Unidad%20IV/43.htm

*http://definicion.de/micro-empresa/*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de http://definicion.de/micro-empresa/: http://definicion.de/micro-empresa/

*http://es.scribd.com/doc/18046162/Metodos-de-Investigacion-Explicativo*. (s.f.). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de http://es.scribd.com/doc/18046162/Metodos-de-Investigacion-Explicativo: http://es.scribd.com/doc/18046162/Metodos-de-Investigacion-Explicativo

*http://es.scribd.com/doc/57141845/36/TIPOS-DE-MICROEMPRESAS#outer_page_66*. (s.f.). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de http://es.scribd.com/doc/57141845/36/TIPOS-DE-MICROEMPRESAS#outer_page_66: http://es.scribd.com/doc/57141845/36/TIPOS-DE-MICROEMPRESAS#outer_page_66

*http://millones.blog.terra.com.pe/2009/08/17/concepto-caracteristicas-y-tipos-de-feria/*. (s.f.). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://millones.blog.terra.com.pe/2009/08/17/concepto-caracteristicas-y-tipos-de-feria/: http://millones.blog.terra.com.pe/2009/08/17/concepto-caracteristicas-y-tipos-de-feria/

*http://www.aulafacil.com/cursosenviados/Metodo-Cientifico.pdf*. (s.f.). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de http://www.aulafacil.com/cursosenviados/Metodo-Cientifico.pdf: http://www.aulafacil.com/cursosenviados/Metodo-Cientifico.pdf

*http://www.colinasverdes.org/ecuador_miel_y_apicultura.php*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de http://www.colinasverdes.org/ecuador_miel_y_apicultura.php: http://www.colinasverdes.org/ecuador_miel_y_apicultura.php

*http://www.colinasverdes.org/ecuador_productos_de_papel_reciclado.php*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de http://www.colinasverdes.org/ecuador_productos_de_papel_reciclado.php: http://www.colinasverdes.org/ecuador_productos_de_papel_reciclado.php

*http://www.colinasverdes.org/indice.php*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de http://www.colinasverdes.org/indice.php: http://www.colinasverdes.org/indice.php

*http://www.colinasverdes.org/loja_cafe_de_especialidad.php*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de http://www.colinasverdes.org/loja_cafe_de_especialidad.php: http://www.colinasverdes.org/loja_cafe_de_especialidad.php

*http://www.colinasverdes.org/loja_caja_de_ahorro_y_credito.php*. (s.f.). Recuperado el 23 de 04 de 2012, de http://www.colinasverdes.org/loja_caja_de_ahorro_y_credito.php: http://www.colinasverdes.org/loja_caja_de_ahorro_y_credito.php

*http://www.eumed.net/libros/2007a/257/7.1.htm*. (s.f.). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de http://www.eumed.net/libros/2007a/257/7.1.htm: http://www.eumed.net/libros/2007a/257/7.1.htm

*http://www.genialconsultora.com.ar/consultoria/diagnosticos/diagnosticos.html*. (s.f.). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://www.genialconsultora.com.ar/consultoria/diagnosticos/diagnosticos.html: http://www.genialconsultora.com.ar/consultoria/diagnosticos/diagnosticos.html

*http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba*. (s.f.). Recuperado el 23 de Abril de 2012, de http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba: http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba

*http://www.mitecnologico.com/Main/Metodos*. (s.f.). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de http://www.mitecnologico.com/Main/Metodos: http://www.mitecnologico.com/Main/Metodos

*http://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html*. (s.f.). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de http://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html: http://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html

*http://www.paulovi.edu.pe/aulavirtual/estudiantes/nivelesinvestigacion.pdf*. (s.f.). Recuperado el 24 de 04 de 2012, de http://www.paulovi.edu.pe/aulavirtual/estudiantes/nivelesinvestigacion.pdf: http://www.paulovi.edu.pe/aulavirtual/estudiantes/nivelesinvestigacion.pdf

*http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html*. (s.f.). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html: http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html

*http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm*. (s.f.). Recuperado el 01 de 05 de 2012, de http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm: http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm

*http://www.uctemuco.cl/cedid/archivos/apoyo/La%20exposicion%20como%20tecnica%20didactica.pdf*. (s.f.). Recuperado el 01 de 05 de 2012, de http://www.uctemuco.cl/cedid/archivos/apoyo/La%20exposicion%20como%20tecnica%20didactica.pdf: http://www.uctemuco.cl/cedid/archivos/apoyo/La%20exposicion%20como%20tecnica%20didactica.pdf

*http://ylang-ylang.uninorte.edu.co/Objetos/Educacion/Muestreo/index.html*. (s.f.). Recuperado el 01 de 05 de 2012, de http://ylang-ylang.uninorte.edu.co/Objetos/Educacion/Muestreo/index.html: http://ylang-ylang.uninorte.edu.co/Objetos/Educacion/Muestreo/index.html

Ruiz, C. J. (2011). *Formulación y evaluación de Planes de Negocio* (Primera ed.). (E. d. U, Ed.) Bogota, Bogota, Colombia: Ediciones de la U.

**Anexo 2 Ficha de Sondeo**

# FICHA DE OBSERVACION

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **PARROQUIA:** San Pedro de Vilcabamba | | | **CANTON:** Loja | | | | | |
| **1. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BASICOS?** | | | | | | | | |
| a. COMO SE ENCUENTRAN LAS VIAS DE ACCESO | | | | | | | | |
| VIA PANAMERICANA | VIA ORIENTAL | VIA DE SEGUNDO ORDEN | | | VIA DE TERCER ORDEN | X | OTROS | |
| b. DISTANCIA DESDE LA CIUDAD EN KILOMETROS | | 33km. | | | | | | |
| POBLADOS PRINCIPALES | | | | PUNTO GEOREFENCIADO | | | | |
| Malacatos | Vilcabamba | | | San Pedro de Vilcabamba | | | | |
| c. EXISTE SEÑALIZACION? Y DE QUE TIPO. | | | | | | | | |
| MINTUR | MAE | MTOP | | x | OTROS | | | |
| d. EXISTE TRANSPORTE PUBLICO? Y CON QUE FRECUENCIA. | | | | Cada 15 minutos | | | | |
| CANTONAL PROVINCIAL | X | TRANSPORTE FORMAL | | x | TRANSPORTE INFORMAL | x | OTROS | |
| e. TIPO DE AGUA QUE SE CONSUME? | | | | | | | | |
| POTABLE | x | VERTIENTE | ENTUBADA | | POZO | | OTROS | |
| f. EXISTE SISTEMA DE ALCANTARILLADO? | | | | | | | | |
| LETRINA | POZO CIEGO | POZO SEPTICO | | BATERIAS SANITARIAS | | OTROS | | |
| x | | x | | x | | | | |
| g. EXISTE SERVICIO DE TELEFONIA EN LA COMUNIDAD ?(CONVENCIONAL Y CELULAR). | | | | | | | | |
| CLARO | | MOVISTAR | | CNT | | | | |
| x | | x | | x | | | | |
| h. COMO ELIMINA LA BASURA EN LA COMUNIDAD? | | | | | | | | |
| RECICLA | | LA QUEMA | EXISTE UN RELLENO SANITARIO CERCANO | | | OTROS | x | |
| i. EXISTE EL SERVICIO DE ENERGIA ELECTRICA EN LA COMUNIDAD? | | | | | | | | |
| SI | x | NO | | | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| j. QUE LINEA DE TRANSMICION DE LUZ PASA POR EL SECTOR? UTILIZA MOTOR DE LUZ | | | | | |
| La línea Loja - Zamora | | | | | |
| k. EXISTE ESTABLECIMIENTOS DE SALUD EN LA COMUNIDAD? | | si | | | |
| HOSPITAL | CENTRO | SUBCENTRO | PUESTO DE SALUD | OTROS | x |
| Dispensario Medico del IESS | | | | | |

## 2. SERVICIOS TURISTICOS

| a. EXISTEN LUGARES DE ALOJAMIENTO? Y DE QUE TIPO. Y cuantifique | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | NUMERO | | | | |
| HOTEL | 0 | | | | |
| HOSTAL | 0 | | | | |
| PENSION | 0 | | | | |
| CASA DE ALOJAMIENTO | 0 | | | | |
| OTROS | 1 | Hostería | | | |
| b. EXISTEN ESTABLECIMIETOS DE ALIMENTACION? Y DE QUE TIPO. | | | | | |
| | NUMERO | | | | |
| RESTAURANTE | 0 | | | | |
| FONDA | 0 | | | | |
| SODA | 0 | | | | |
| CAFETERIA | 0 | | | | |
| c. EXISTE ESTABLECIMIENTOS DE ESPARCIMIENTO? | | | | | |
| | NUMERO | | | | |
| BARES | 0 | | | | |
| DISCOTECAS | 0 | | | | |
| BILLARES | 1 | | | | |
| FERIAS | 0 | FECHAS | | CANTIDAD | |
| OTROS | 0 | | | | |
| d. OTROS SERVICIOS EXISTENTES? | | | | | |

| NUMERO | |
|---|---|
| POLICIA | 1 |
| BOMBEROS | 0 |
| FARMACIAS | 0 |
| CRUZ ROJA | 0 |
| GASOLINERAS | 0 |
| CENTROS COMERCIALES | 0 |
| MERCADOS | 0 |
| OTROS | 0 |

## 3. ATRACTIVOS TURISTICOS EXISTENTES?

**NATURALES**

**PARQUES NACIONALES**

Parque Nacional Podocarpus.

**RESERVAS PUBLICAS Y PRIVADAS**

Reserva "El Bosque"

**CULTURALES**

**FOCLOR ALIMENTICIO**

| | |
|---|---|
| COMIDAS TIPICAS | Gallina criolla, seco de chivo, cuy. |
| COMIDAS TRADICIONALES | Repe blanco |
| COMIDAS ERGOLOGICAS | |

**FOLCLOR LITERARIO**

| | NUMERO | TEMA | AUTOR |
|---|---|---|---|
| POESIA | 0 | | |
| LITERATURA | 0 | | |
| LEYENDAS | 0 | | |
| FABULAS | 0 | | |
| MITOS | 0 | | |
| ESCRITURA | 0 | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |
| NARRACIONES | 0 | | | |
| OTROS | 0 | | | |

**AVITURISMO**

**ESPELEOLOGICOS**

**BELLEZA PAISAJISTICA**

| ATRACTIVOS | CUANTOS | ESTADO B | M | R | PUNTO GEOREFENCIADO |
|---|---|---|---|---|---|
| Cascadas | 1 | | | X | |
| Ríos | 1 | | | X | |
| senderos | | | | | |
| quebradas | | | | | |
| otros | 1 | | | X | |

B = BUENO M= MALO R= REGULAR

**FOLCLOR MUSICAL**

| | |
|---|---|
| ARTISTAS | La dinastía Quezada |
| LETRAS MUSICALES | |
| HIMNOS | Lic. Juan José Cabrera |
| BANDAS DE PUEBLO | |
| OTROS | Grupo folclórico del barrio Sacapa |

**COSTUMBRES Y TRADICIONES**

- - - - -

Trabajos en mingas

**FIESTAS RELIGIOSAS**

Fiestas de San Pedro a finales del mes de Junio
Fiesta en honor al Señor de la caída

**FIESTAS CIVICAS**

Fiesta de Parroquialización / Primera semana de diciembre.

**FIESTAS CULTURALES**

## 4. INSTITUCIONES DE LAS QUE RECIBE APOYO LA COMUNIDAD? DE QUE MANERA

| INSTITUCION PUBLICA | INSTITUCION PRIVADA | ONGS | LUGAR | DESCRIPCION DE PROYECTOS | ESTADO DEL PROYECTO | | | FECHA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | EJECUTADO | DESARROLLANDOSE | PLANIFICADO | |
| Municipio de Loja | | | | Desarrollo comunitario | | x | | |
| Gobierno Provincial | | | | Desarrollo comunitario | | x | | |
| Mies, Infa | | | | Desarrollo comunitario | x | | | |
| | | Fundación Colinas Verdes | | Desarrollo comunitario | | x | | |

## 5. NOMBRES DE LOS PRINCIPALES REPRESENTANTES DE LA PARROQUIA?

| | NOMBRES | NUMERO | LUGAR | INSTRUCCION ACADEMICA | FUNCIONES | OBSERVACIONES |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ALCALDE | | | | | | |
| CONCEJALES | | | | | | |
| PRESIDENTES DE GADS | | | | | | |
| PRESIDENTES DE LOS BARRIOS | | | | | | |
| PRESIDENTES DE CLUBS | | | | | | |
| ORGANIZACIONES SOCIALES | | | | | | |
| COMISARIO | | | | | | |
| TENIENTE POLITICO | Shuliana Toledo | | | Ingeniera | Juez de Paz | |

## OBSERVACIONES

a. EXISTEN PLANES DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL

| SI | X | NO |
|---|---|---|

b. DESARROLLO ECONOMICO DE LA PARROQUIA

| ACTIVIDAD | LUGAR | PRODUCCION | CANTIDAD | MERCADO DE COMERCIALIZACION |
|---|---|---|---|---|
| AGRICOLA | Todala parroquia | Café, productos | | Loja |
| ARTESANAL | Barrio Panesillo | reciclaje del papel | | Loja |
| GANADERO | | | | Loja |
| TURISTICO | Barrio Panesillo | reciclaje del papel | | Loja |
| GASTRONOMICO | | | | Loja |
| INDUSTRIAL | Barrio Sacapo | Producción de miel | | Loja |

c. EXISTEN EMPRENDIMIENTOS DE QUE TIPO

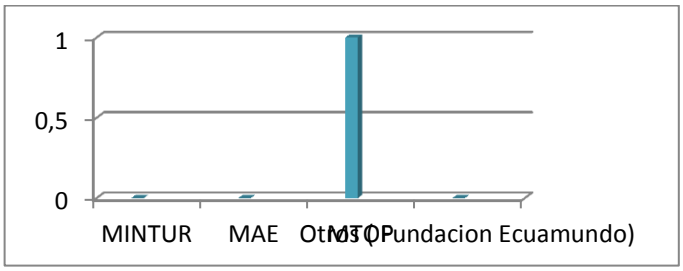
| NOMBRE | LUGAR | EL PRODUCTO | TIENE PLAN DE NEGOCIOS | PLAN DE MARKETING |
|---|---|---|---|---|
| Aso. De mujeres 23 de junio | Panecillo | Reciclaje de papel | No | No |
| Caja de ahorro y crédito Sociedad Ecológica | Panecillo | Proyectos y productos pecuarios | No | No |
| Aso. De Apicultores | Sacapo | Miel, jalea, polen, dulces, turón, etc. | No | No |
| Grupo Café | Panesillo | Café | No | No |
| Aso. De mujeres la Orquídeas | Panesillo | Sembrado de hortalizas | No | No |

**Fuente:** Lic. Tatiana Ramón
**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D

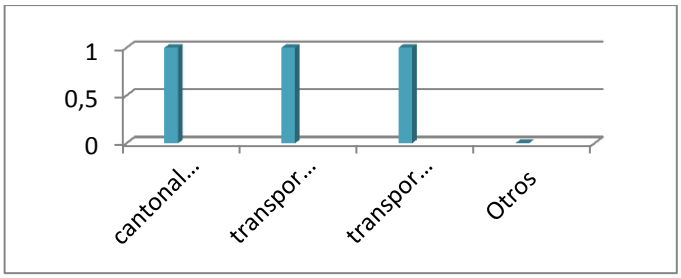
## Anexos 3 Tabulación Sondeo

### TABULACIONES

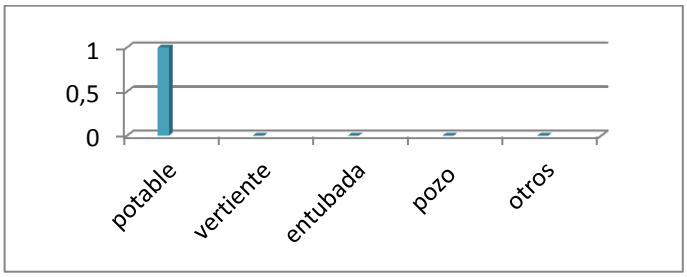
1. **Existe señalización? Y de qué tipo**



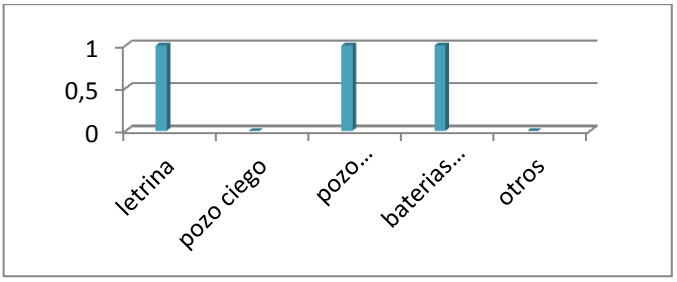

2. **Existe transporte público? Y con qué frecuencia**



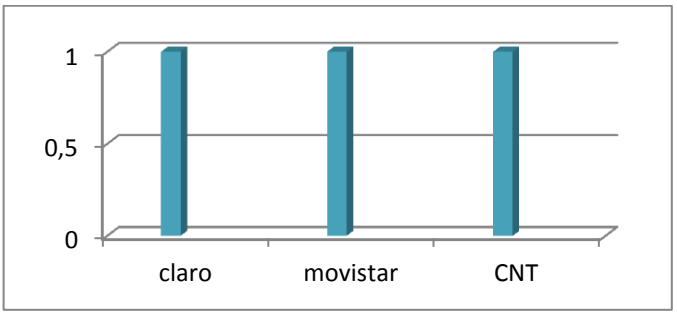

3. **Tipo de agua que se consume?**



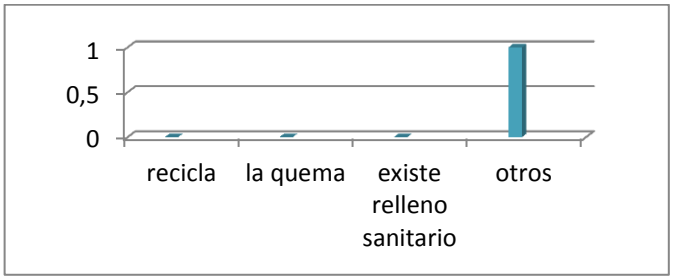

4. **Existe sistema de alcantarillado?**



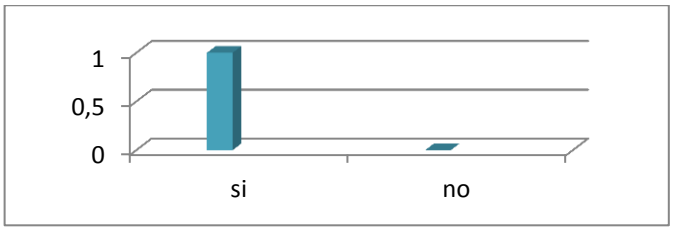

5. **Existe servicio de telefonía en la comunidad?**



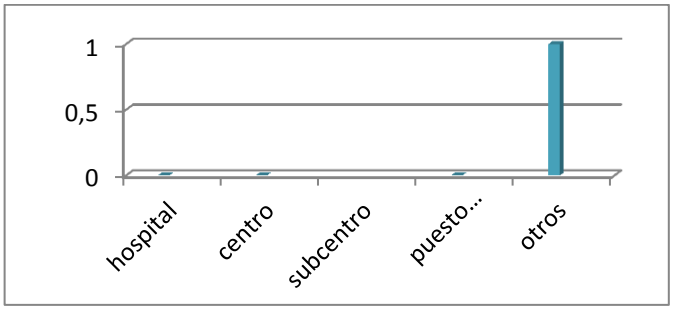
6. **Como elimina la basura en la comunidad?**



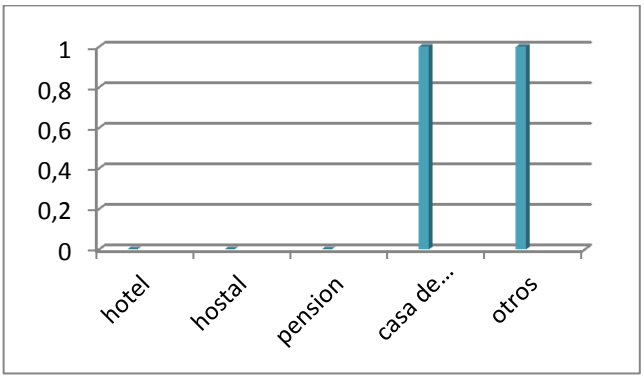

7. **Existe el servicio de energía eléctrica en la comunidad?**



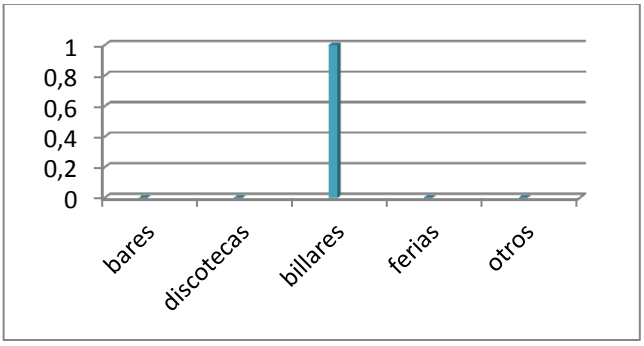

8. **Existe establecimientos de salud en la comunidad?**




9. **Existen lugares de alojamiento? Y de qué tipo? Y cuantifique**




10. **Existen establecimientos de esparcimiento?**



**Anexos 4 Entrevista**

**ENTREVISTA A LAS PRINCIPALES AUTORIDADES Y EMPRESARIOS DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA.**

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO:**
**FECHA:**
**LUGAR:**
**NOMBRE DEL ENTREVISTADOR: Edwin Patricio Medina Dominguez**

**ECONÓMICO**

1. **Cuál es el principal ingreso económico que percibe la parroquia? En general?**
   **----------**
   **----------**
   **----------**
2. **Que sugiere usted para que mejore la economía de la parroquia?**
   **----------**
   **----------**
   **----------**
3. **Los ingresos obtenidos por la parroquia, en que actividades están destinadas?**
   **----------**
   **----------**
   **----------**
4. **Qué cantidad de turistas llegan al lugar y cuál es el aporte promedio que da al sector económicamente?**
   **----------**
   **----------**
   **----------**
5. **Recibe algún presupuesto económico para el aspecto turístico?**
   a) **Que monto**
   b) **Con que frecuencia**
   c) **De qué entidad**

---

---

---

6. **Considera usted que la economía de la parroquia mejoraría con el ingreso mayoritario de turistas? Porque**

---

---

---

7. **Cuáles son las debilidades en el campo turístico que tiene el lugar?**

---

---

---

8. **La economía actual del lugar en qué estado usted considera que se encuentra?**

**Bueno Malo Regular**

**Y a qué se debe?**

---

---

---

9. **Como les afecta la economía actual del país?**

---

---

---

10. **Cuanto se invierte en educación y medicina?**

---

---

---

11. **Cuanto se invierte en turismo?**

---

---

---

12. **Existen ofertas de trabajo sí o no de que tipo?**

---

---

---

13. **Existen entidades que faciliten prestamos de algún tipo de inversión? Cuál?**

---

---

---

**14. Existe algún aprovechamiento de ámbito turístico en el lugar?**

---

---

---

**15. Cuál es la tasa de desempleo que existe en el lugar?**

---

---

---

**16. Existe en el lugar alguien capacitado en turismo? Quién?**

---

---

---

**17. Qué proyecto están en marcha en el lugar?**

---

---

---

**PRODUCCIÓN**

1. **Qué clase de empresas existen en el sector?**

---

---

---

2. **Cuál es la más importante producción dentro del lugar?**

---

---

---

3. **Como ofertan sus productos y en qué mercado?**

---

---

---

4. **Tiene conocimiento que es un plan de negocio? Especifique qué?**

---

---

---

5. **Tiene conocimiento sobre un plan de marketing? Especifique qué?**

---

---

---

6. **Existe algún plan de negocios para el producto principal del lugar?**

---

---

---

7. **Existe algún producto turístico que se elabore en el lugar y que llame la atención? Cual**

---

---

---

8. **Existen proyectos para aprovechar algún recurso local en cuanto a producción de artículos turísticos?**

---

---

---

9. **Existen capacitaciones en cuanto al mejoramiento y calidad de los productos que oferta?**

---

---

---

10. **Cree usted que se debería capacitar a los emprendedores turísticos de sector para mejorar sus productos turísticos y en si su calidad de vida?**

---

---

---

11. **Qué propuesta usted daría para darle un valor agregado a los productos turísticos?**

---

---

---

**12. Cuáles son las Fortalezas-Oportunidades-Debilidades-Amenazas que tienen los productos turísticos del lugar?**

---

---

---

**13. Qué tipo de producto turístico sugiere que hace falta en el lugar?**

---

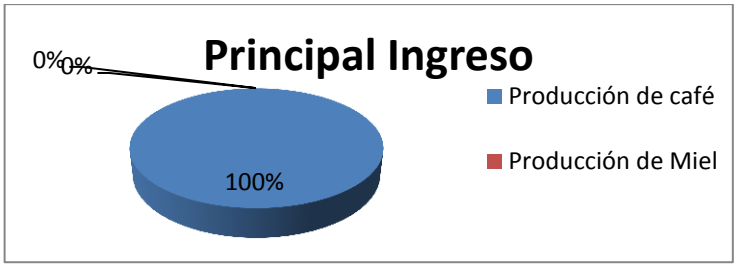
---

---

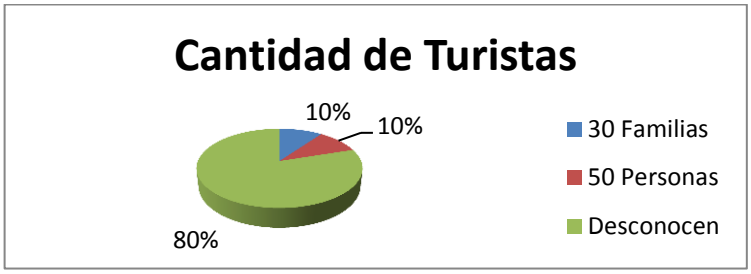
**Fuente:** Lic. Tatiana Ramón
**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

## Anexo 5 Tabulación de Entrevistas

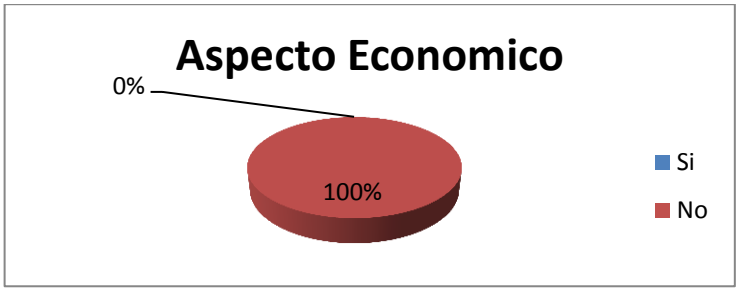
1. **Cuál es el principal ingreso económico que percibe la parroquia? En general?**



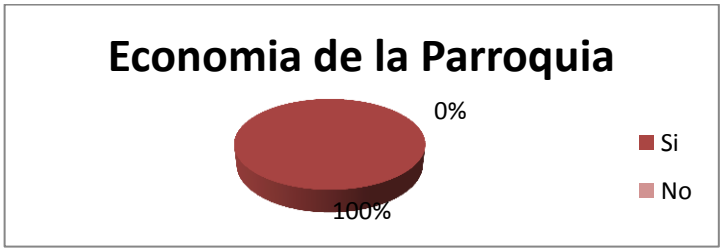

2. **Qué cantidad de turistas llegan al lugar y cuál es el aporte promedio que da al sector económicamente?**




3. **Recibe algún presupuesto económico para el aspecto turístico?**

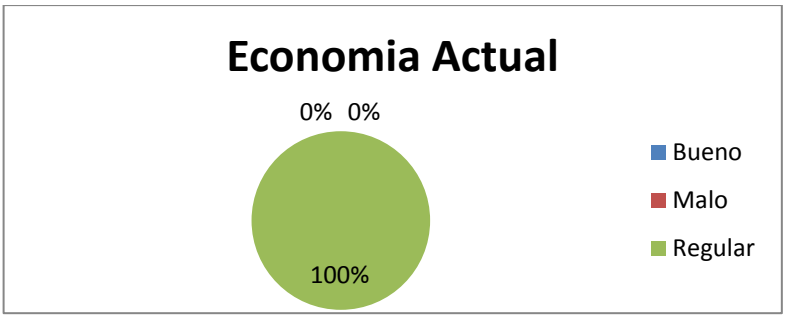



4. **Considera usted que la economía de la parroquia mejoraría con el ingreso mayoritario de turistas? Porque**

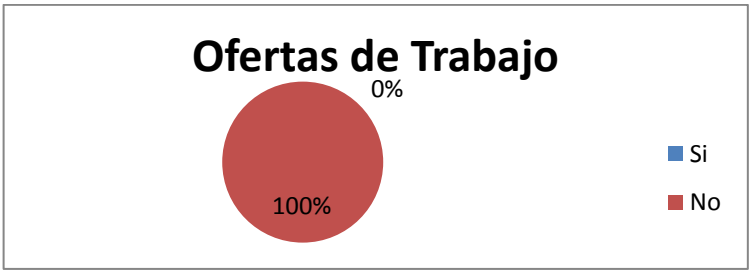



5. **La economía actual del lugar en qué estado usted considera que se encuentra?**

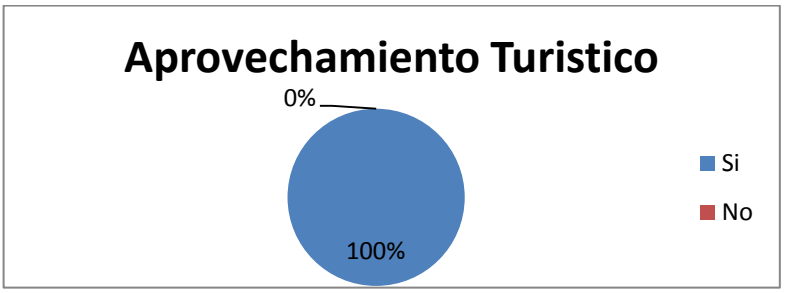
**Bueno ( )** **Malo ( )** **Regular (x)**



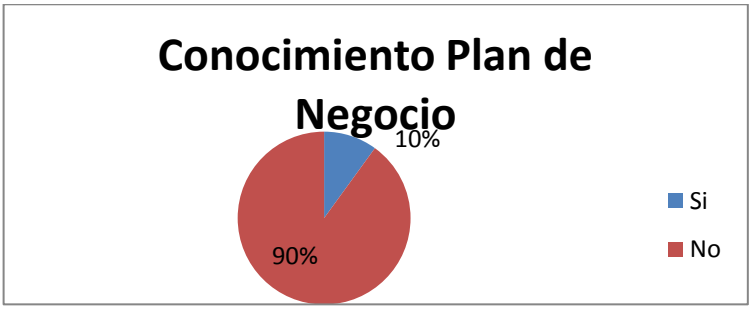

6. **Existen ofertas de trabajo sí o no de que tipo?**



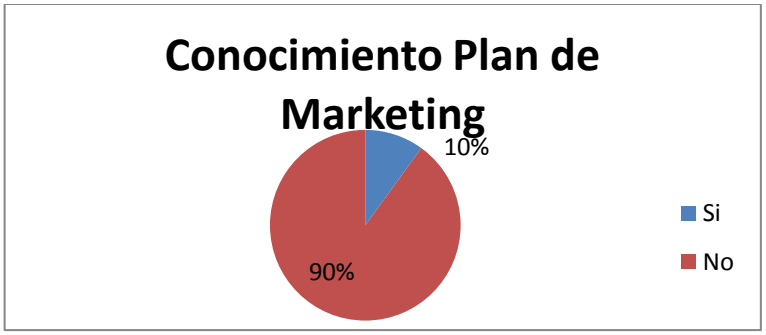

7. **Existe algún aprovechamiento de ámbito turístico en el lugar?**



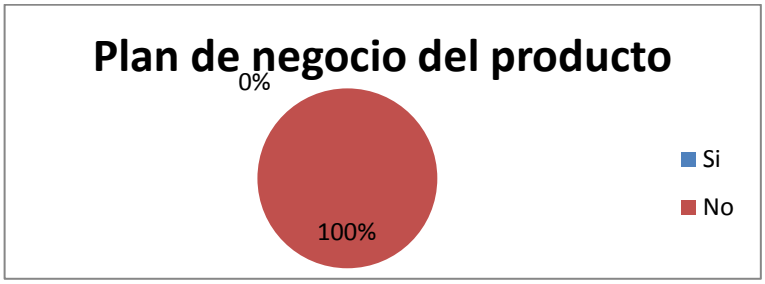

8. **Tiene conocimiento que es un plan de negocio? Especifique qué?**




9. **Tiene conocimiento sobre un plan de marketing? Especifique que?**

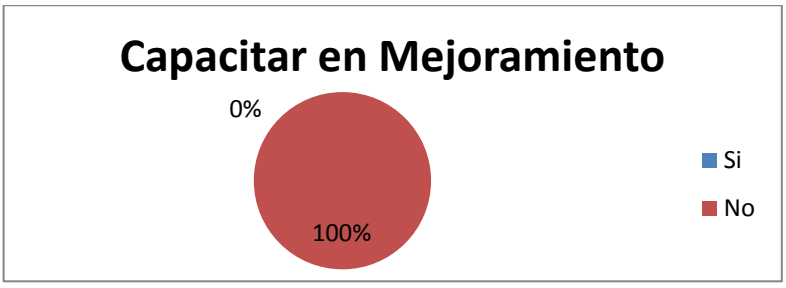


10. **Existe algún plan de negocios para el producto principal del lugar?**

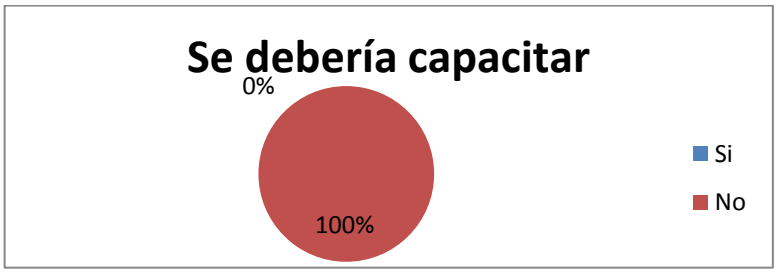



11. **Existen proyectos para aprovechar algún recurso local en cuanto a producción de artículos turísticos?**

12. **Existen capacitaciones en cuanto al mejoramiento y calidad de los productos que oferta?**




13. **Cree usted que se debería capacitar a los emprendedores turísticos de sector para mejorar sus productos turísticos y en si su calidad de vida?**



**Anexo 6 Ficha de Inventario**

# FICHA PARA INVENTARIO DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Edwin Patricio Medina Dominguez
FICHA No: 001
SUPERVISOR EVALUADOR: Lic. Janina Tatiana Ramón Bravo
FECHA: 04/06/2012
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO: Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio - Elaboración de artesanías de papel reciclable
PROPIETARIO: Socios de la Asociación
CATEGORIA: Manifestaciones Culturales TIPO: Etnográfico SUBTIPO: Artesanal

2. UBICACION

PROVINCIA: Loja CANTON: Loja LOCALIDAD: San Pedro de Vilcabamba
CALLE NUMERO: TRANSVERSAL:

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: Malacatos DISTANCIA(km): 2 km
NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba DISTANCIA(Km): 3 km

CALIDAD — VALOR INTRINSECO

4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL EMPRENDIMIENTO

ALTURA (m.s.n.m.): 1.700 m.s.n.m. TEMPERATURA (°C): 18° C PRECIPITACION PLUVIOMETRICA: 270 a 2000 mm.

El emprendimiento turístico denominado "Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio" se encuentra a 1.700 m.s.n.m en la en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, a 37 km de la ciudad de Loja; para llegar hasta aquí se puede tomar una buseta o taxi ruta desde la ciudad de Loja, el lugar donde se elaboran las artesanías de papel se encuentra en la misma Asociación a 300 metros del centro de la parroquia.

La Asociación Autónoma 23 de Junio es una organización de mujeres de negocios de San Pedro de Vilcabamba, un pueblo agrícola ubicado en Loja en el sur de Ecuador. Actualmente trabajan 9 socias en el "emprendimiento". Empezaron con el proyecto de papel reciclado en 1998 con la colaboración de una voluntaria de Cuerpo de Paz. Cada semana, recogen el papel medio usado de los negocios y escuelas locales, después es molido el papel a pasta y luego es secado, para hacer sus productos. También recogen a mano flores nativas de varios lugares de San Pedro de Vilcabamba. Ponen los pétalos entre las hojas de libros para secar y después adornar los productos con las flores y las plantas. Todos los ingresos de las ventas de estos productos van directamente a fortalecer la calidad de la vida de las familias de las socias e indirectamente para la gente en San Pedro de Vilcabamba. A demás trabajan para fortalecer la asociación y para ayudar a la comunidad y sus familias.

Realizan una variedad de productos diferentes, todos hechos de papel reciclado, plantas y flores locales. Ofrecen libros, agendas, tarjetas, bolsos, cajas, paquetes esquelas, y mucho más. También se realizan pedidos del cliente a su gusto. Cada producto está hecho a mano y ninguno de los productos son iguales.

CALIDAD

VALOR EXTRINSECO

**4. USOS (SIMBOLISMO)**

-Las artesanías de Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio son consideradas representativas de la parroquia y de recuerdo para quienes la visitan.

-Puede ser usadas también como productos decorativos para quienes las adquieren.

**5. ESTADO DE CONSERVACION DELEMPRENDIMIENTO**

ALTERADO ■ NO ALTERADO ☐

DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ☐

CAUSAS:

**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO**

ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐

DETERIORADO ☐ CONSERVADO ■ EN PROCESO DE DETERIORO ☐

CAUSAS:

APOYO

**7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

| TIPO | SUBTIPO | ESTADO DE LAS VIAS | | | TRANSPORTE | FRECUENCIAS | | | | TEMPORALIDAD DE ACCESO | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | R | M | | DIARIA | SEMANAL | MENSUAL | EVENTUAL | DIAS AL ANO | |
| TERRESTRE | ASFALTADO | X | | | BUS | X | | | | | |
| | LASTRADO | X | | | AUTOMOVIL | X | | | | 365 | |
| | EMPEDRADO | X | | | 4X4 | X | | | | DIAS AL MES | |
| | SENDERO | | | | TREN | | | | | Culturales: | Día Inicio: Día Fin: |
| ACUATICO | MARITIMO | | | | BARCO | | | | | | |
| | | | | | BOTE | | | | | Naturales: | |
| | FLUVIAL | | | | CANOA | | | | | | |
| | | | | | OTROS | | | | | HORAS AL DIA | |
| AEREO | | | | | AVION | | | | | Culturales: | Día Inicio: Día Fin: |
| | | | | | AVIONETA | | | | | | |
| | | | | | HELICOPTEROS | | | | | Naturales: | |

Observaciones: El transporte tiene frecuencia de media hora con costo de $1.25 ctvs.

A P O Y O

**9. INFRAESTRUCTURA BASICA**

**AGUA**

| POTABLE | ENTUBADA | TRATADA | DE POZO | NO EXISTE | OTROS |
|---|---|---|---|---|---|
| ■ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | |

**ENERGÍA ELÉCTRICA**

| SISTEMA INTERCONECTADO | GENERADOR | NO EXISTE | OTROS |
|---|---|---|---|
| ■ | ☐ | ☐ | |

**ALCANTARILLADO**

| RED PÚBLICA | POZO CIEGO | POZO SEPTICO | NO EXISTE | OTROS |
|---|---|---|---|---|
| ■ | ☐ | ☐ | ☐ | |

**PRECIO**

| SI | NO | ENTRADA LIBRE | OTROS |
|---|---|---|---|
| ☐ | ☐ | ■ | |

**10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS**

| NOMBRES | DISTANCIA |
|---|---|
| Asociación de Apicultores | 1 km |
| Horchata Longeva | 3 km |
| Hostería El Paraíso | 3 km |

**11. DIFUSION DEL ATRACTIVO**

| LOCAL | NACIONAL |
|---|---|
| ■ | ■ |
| PROVINCIAL | INTERNACIONAL |
| ■ | ■ |

Otros:

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: **SUPERVISOR EVALUADOR**

## Anexo 7 Gobernanza

### 1 Dimensión Política Institucional

### 1.1 Qué tipo de organización tiene la parroquia (marque con una x).

| | | | |
|---|---|---|---|
| Junta parroquial | X | Comité de barrios | |
| Directiva comunitaria | | Comité de desarrollo | |
| Cooperativas | X | Organizaciones de mujeres | X |
| Comités de padres de familia | | Organizaciones religiosas | X |
| Clubes | | Asociaciones de turismo | |
| Otra | | | |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

#### 1.1.1 De que instituciones recibe o ha recibido apoyo a la parroquia para su desarrollo: nombre de las instituciones involucradas, en periodo en que recibió el apoyo.

| Instituciones | Nombre | Desde | Hasta | Actividad |
|---|---|---|---|---|
| **Nacionales** | Gobierno Provincial | | | Desarrollo comunitario |
| | Municipio de Loja | | | Desarrollo comunitario |
| | MIES – INFA | | | Desarrollo comunitario |
| **Internacionales** | Colinas Verdes | | | Desarrollo comunitario |

**Fuente:** Entrevista a presidente de la Asociación.

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

#### 1.1.2 Organizaciones que actualmente trabajan en la parroquia.

| Nombre de la organización | Sector |
|---|---|
| Aso. De mujeres 23 de junio | Panecillo |
| Caja de ahorro y crédito Sociedad Ecológica | Panecillo |
| Aso. De Apicultores | Sacapo |
| Grupo Café | Panecillo |
| Aso. De mujeres la Orquídeas | Panecillo |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

## 1.2 Comunidad Receptora

### 1.2.1 Tipo de empleo turístico para contestar esta pregunta encuesto a 74 personas.

| | Porcentajes |
|---|---|
| Empleos formales en turismo (personal con contrato verbal o escrito, establecido con documentos en reglas) | 0 |
| Empleos informales en turismo (vendedores informales, prestadores de servicio en regla o sin permiso de funcionamiento | 100 |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 1.2.2 Tipo de actividad en la que participa la parroquia

| | | | |
|---|---|---|---|
| Trabajo en grupo | | Minga | X |
| Asamblea comunitaria | X | Otras | |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 1.2.3 Ha participado la parroquia en la elaboración de Planes estratégicos locales con:

| | **Si** | **No** |
|---|---|---|
| **Municipio** | X | |
| **Gobierno Provincial** | X | |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 1.2.4 Destrezas para el turismo encontradas en la parroquia.

| | | |
|---|---|---|
| **Ingles** | | X |
| **Capacidad en guianza** | | X |
| **Cocina** | X | |
| **Contabilidad/administración** | X | |
| **Otra** | | |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 1.2.5 Problemas sociales que según el encuestador puede afectar al desarrollo turístico de la comunidad.

Falta de capacitación a la comunidad, infraestructura y planta turística, vialidad y seguridad, carencia de proyectos turísticos en el sector, y falta de promoción y difusión.

## 1.3 INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BASICOS

### 1.3.1 Transporte y Accesibilidad

| Bus | Camioneta | Lancha | Avión | Bestia | Caminando |
|---|---|---|---|---|---|
| x | X | | | X | X |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 1.3.2 Principales vías de acceso.

| | | | |
|---|---|---|---|
| Pavimentada/asfaltada | x | Adoquinada | x |
| Empedrada | x | Lastrada | x |
| De tierra | x | Fluvial | |
| Sendero | | | |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 1.3.3 Para llegar a la parroquia o dentro de ella existe señalización:

Vial: Si (x) No ( )

Turística: Si ( ) No (x)

### 1.3.4 En la parroquia se hace uso de los siguientes transportes públicos:

| | | | |
|---|---|---|---|
| Bus | | Transporte Interparroquial | |
| Camioneta | | Taxi | |
| Ninguno | X | Otros | X |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 1.3.5 En la parroquia que tipo de terminales o estaciones de transporte existen:

| | |
|---|---|
| Bus | Transporte Interparroquial |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Camioneta | | Taxi | |
| Ninguno | X | Otros | X |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 1.3.6 Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la parroquia:

| Nombre de la Cooperativa | Estación/ Terminal | Tipos de transporte | | Frecuencia de servicio | Tipo de servicio |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Local | Intercantonal | | |
| Vilcaturis | Loja - Vilcabamba | X | | Cada 30 minutos | Buseta |
| 24 de mayo | Loja - Vilcabamba | X | | Cada 15 minutos | Taxi |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

## 1.4 Comunicaciones

### 1.4.1 Tipos de telecomunicaciones existentes en la parroquia:

| | |
|---|---|
| Telefonía Móvil | X |
| Telefonía Fija | X |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

**1.4.2** En la parroquia existen 1 cabina de servicio telefónico para uso público.

**1.4.3** En la parroquia existen 1 cibercafé o establecimientos de uso público de internet.

### 1.4.4 Existe oficina de correos en la parroquia

Si ( )

No (x)

## 1.5 Sanidad

### 1.5.1 Existe red de agua entubada

Si (x) 40% de la población con agua entubada

No ( )

**1.5.2 Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución**

Si (x)

No ( )

**1.5.3 Fuente principal de abasto / Que tipo de agua se consume**

Red Pública (X)

Pila o llave pública

Otra fuente de tubería

Carro repartidor

Pozo

Rio, vertiente, acequia

Agua lluvia

Otro.

**1.5.4 Existe sistema de alcantarillado en la parroquia**

Si (x) 30% de la población con alcantarillado

No ( )

**1.5.5 En donde elimina las aguas negras la mayoría de la población**

Excusado y alcantarillado (x)

Letrina ( )

Aire libre, río ( )

Pozo séptico ( )

Pozo ciego (x)

**1.5.6 Como elimina la basura la población**

Carro recolector (x)

Se quema ( )

Se entierra ( )

Otro ( )

**1.5.7 Existen establecimientos de salud en la parroquia**

Si (x)

No ( )

### 1.5.8 Establecimientos de salud que existen

| | Cuantos |
|---|---|
| Parteras capacitadas | |
| Parteras no capacitadas | |
| Promotores de salud | |
| Curandero tradicional | |
| Botiquín comunitario | |
| Sub centro de salud | 1 |
| | Cuantos |
| Shaman | |
| Centro de salud | |
| Hospital público | |
| Dispensario público | |
| Unidad móvil | |
| Consultorio privado | |
| Clínicas | |
| Farmacia | |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

## 1.6 Energía

### 1.6.1 Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad

Si (x)

No ( )

Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica 3Km

**1.6.2** Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica 100%

### 1.6.3 Existen gasolineras en la comunidad

SI ( ) ¿Cuántas?_____

No (x)

Distancia a la gasolinera más cercana 10Km

## 1.7 SERVICIOS EDUCATIVOS

| ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS | | |
|---|---|---|
| **Escuela** | **Barrio** | **Nivel** |

| | | |
|---|---|---|
| 29 de junio | Panecillo | Básica |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

## 1.8 VIGILANCIA Y SEGURIDAD DE LA PARROQUIA

Existe la vigilancia de la Unidad de Policía Comunitaria. (UPC).

## 1.9 OFERTA DE SERVICIOS

### 1.9.1 Alojamiento

| TIPO | # |
|---|---|
| **Pensiones** | 0 |
| **Hoteles** | 0 |
| **Hostales** | 0 |
| **Quintas** | 0 |
| **Hosterías** | 1 |
| **Otros** | 0 |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 1.9.2 Alimentación

| TIPO | # |
|---|---|
| **Restaurantes** | 0 |
| **Kioscos de comida** | 0 |
| **Bares** | 0 |
| **Agachaditos** | 0 |
| **Heladerías** | 0 |
| **Otros** | 0 |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 1.9.3 Esparcimiento

**Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la parroquia.**

| TIPO | # |
|---|---|
| **Discotecas** | 0 |
| **Instalaciones Deportivas** | 0 |
| **Bingos** | 0 |

| | |
|---|---|
| **Otros** | 0 |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 1.9.4 Otros servicios

**Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la parroquia.**

| TIPO | # |
|---|---|
| **Operadora de Turismo** | 0 |
| **Información al Turista** | 0 |
| **Guías de Turismo** | 0 |
| **Cooperativas Financieras** | 1 |
| **Otros** | 0 |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

## 1.10 CARACTERIZACION DE LA DEMANDA

### 1.10.1 Existe demanda turística en la parroquia

Si (x) No

### 1.10.2 La parroquia tiene una demanda diaria aproximada de

……20%…….. Visitantes de Lunes a Viernes

……40%…….…….. Visitantes los sábados

……60%…….. Visitantes los domingos

……80%…….. Visitantes los Feriados

**Fuente de Información: Junta Parroquial**

### 1.10.3 Frecuencia de la demanda que posee la parroquia.

Permanentemente (todo el año)

Estacional (solo por temporadas) X

Esporádica (de vez en cuando)

Inexistente

### 1.10.4 Forma de viaje.

Independiente X

Organizado (paquetes, tours X

### 1.10.5 Tipo de demanda que posee la comunidad.

a) Con respecto al origen.

| | |
|---|---|
| Internacional | X |
| Nacional | |
| Regional | X |

b) Con respecto al tiempo de estadía.

| | |
|---|---|
| Turistas | X |
| Excursionistas | X |

### 1.10.6 Indique tres razones o atractivos principales por los cuales es visitada la parroquia.

1. El Rio Uchime con sus Aguas cristalinas y medicinales.
2. La belleza panorámica de existente en la parroquia.
3. Visita a los emprendimientos de la parroquia.

### 1.10.7 Los servicios turísticos que consumen los visitantes son.

| TIPO DE SERVICIO | |
|---|---|
| **Alojamiento** | |
| **Restaurantes** | |
| **Kioscos de comida** | |
| **Bares** | |
| **Servicios de guía local** | |
| **Otro** | |
| **Ninguno** | X |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

## 1.11 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

### 1.11.1 Cuáles son las Principales zonas de competencia (parroquia o comunidad).

La parroquia vecina de Vilcabamba.

### 1.11.2 Qué productos se ofrecen en el mercado las zonas competidoras (parroquia o comunidad).

Planta turística, recreación, ocio.

### 1.11.3 Cuáles son los puntos fuertes y débiles de las zonas competidoras (parroquia o comunidad)

**Cuadro N° 27 Puntos fuertes y débiles de los competidores**

| | |
|---|---|
| **Fuerte** | ✓ La parroquia tiene mucho que ofrecer al turismo.<br>✓ Tiene atractivos naturales con mucha riqueza.<br>✓ Su clima es apropiado para el visitante.<br>✓ Atrae a gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros |
| **Débiles** | ✓ El alcoholismo y consumo de sustancias sicotrópicas en la zona.<br>✓ Pérdida de identidad.<br>✓ Falta de control y seguridad. |

**Fuente:** El Autor

**Elaboración:** Edwin Patricio Medina D.

### 1.11.4 En qué medida afecta las zonas competidoras al desarrollo de la comunidad o parroquia.

Es afectada de manera directa, ya que los visitantes y turistas tienen preferencia por las parroquias vecinas como son Malacatos y Vilcabamba.

### 1.11.5 Cómo afectaría a los competidores el desarrollo de nuestro destino turístico (parroquia o comunidad).

De ninguna manera se afectaría a las zonas competidora, ya que el desarrollo de este destino abrirá mayor competitividad entre los involucrados.

## Anexo 8 Encuesta a Propietarios

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**Encuesta Piloto para estudio de Plan de Negocio**

**Fecha:**

**Lugar:**

**Entrevistador:**

PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ARTESANÍAS DE PAPEL RECICLABLE, ELABORADAS POR LA ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA - CANTÓN LOJA – PROVINCIA LOJA.

1. **Diga su lugar de procedencia.**
   - Local. ☐
   - Provincial. ☐
   - Otro País. ☐ Cual_____
2. **Entre que rango de edad usted esta.**
   - 20 – 29 ☐
   - 30 – 39 ☐
   - 40 – 49 ☐
   - 50 – 59 ☐
3. **Que nivel de instrucion academica tiene usted.**
   - Primaria. ☐
   - Secundaria. ☐
   - Tercer nivel. ☐
   - Cuarto nivel. ☐
   - Ninguno. ☐
4. **Como esta estrucuturado su negicio.**
   - Familiar. ☐
   - Comunitario. ☐
   - Social. ☐
   - Juridico. ☐
   - Otros. ☐ Cuales_____
5. **Que tipo de artesanías se elaboran o existen en el sector.**
   - Textiles. ☐
   - Tallados. ☐
   - Ceramicas. ☐
   - Tela bateria. ☐
   - Hierro. ☐
   - Otros. ☐ Cuales_____

6. **Se podria comercializar las artesanías existentes del sector.**

   Si. ☐ NO ☐

   Porque_____

7. **Cual es el destino de las artesanias o mercado oferente.**

   Local. ☐
   Cantonal. ☐
   Provincial. ☐
   Regional. ☐
   Nacional. ☐
   Internacional. ☐

8. **Que medio utiliza usted para vender sus artesanias.**

   Tiendas de artesanias. ☐
   Mercados. ☐
   Por convenios ☐
   Mercados internacionales. ☐
   Turistas visitantes del sector. ☐
   Otros. ☐ Cuales_____

9. **Por que medios le gusteria ofertar sus productos.**

   Videos. ☐
   Cuñas radiales. ☐
   Folletos. ☐
   Tripticos. ☐
   Afiches. ☐
   Otros. ☐ Cuales.

10. **Cual es la demanda que presenta la empresa.**

    Alta ☐
    Media ☐
    Baja ☐

11. **Que tipo de maquinaria se requiere para la elaboración de estos productos.**

    Industrial. ☐
    Artesanal. ☐
    Otros. ☐ Cuales_____

12. **Por que tipo de mercado son consumidas estas artesanías.**

    Local. ☐
    Nacional. ☐
    Extranjero. ☐

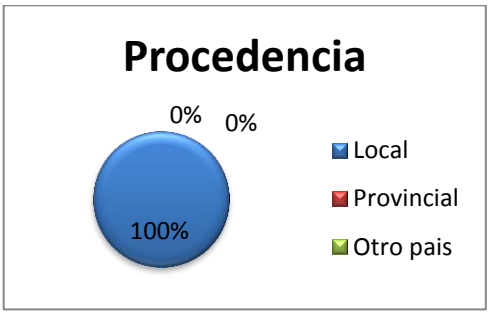
13. **Existe personal capacitado en su empresa.**

    SI ☐ NO ☐

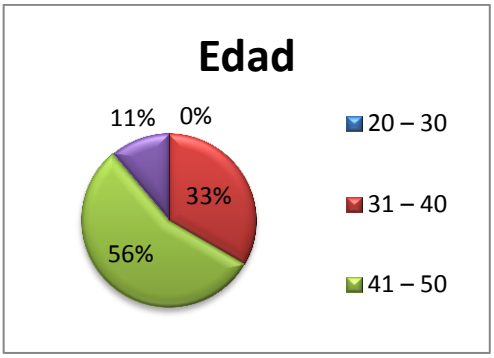
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## Anexo 9 Tabulaciones

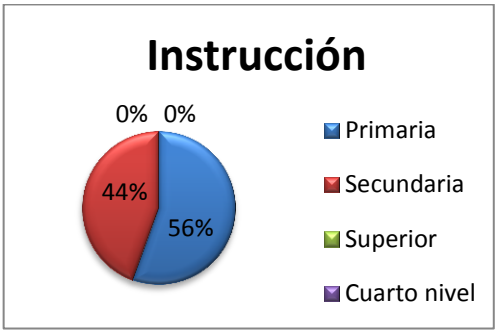
1. **Diga su lugar de procedencia.**



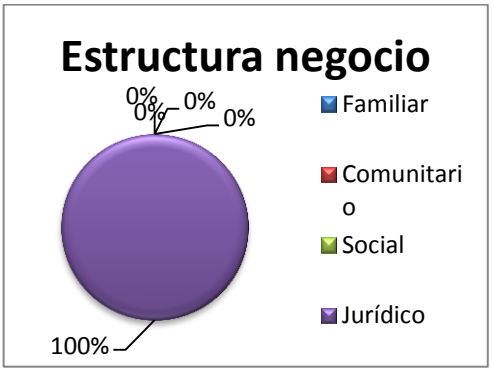

2. **Entre que rango de edad usted esta.**



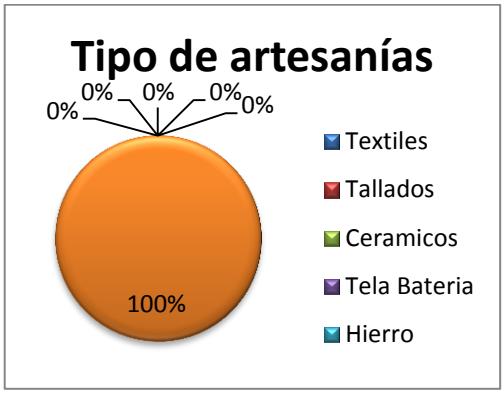

3. **Que nivel de instrucion academica tiene usted.**



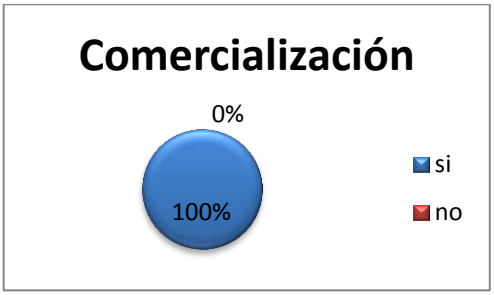

4. **Como esta estructurado su negocio.**



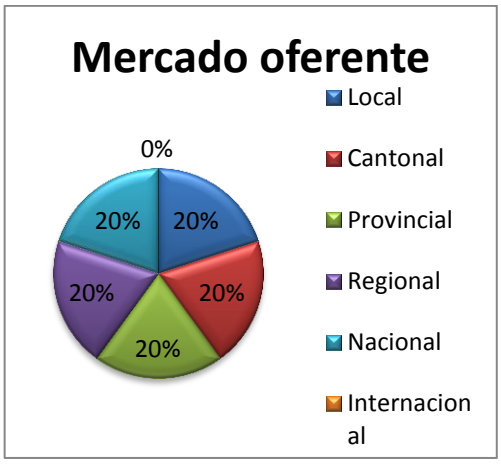
5. **Que tipo de artesanías se elaboran o existen en el sector.**



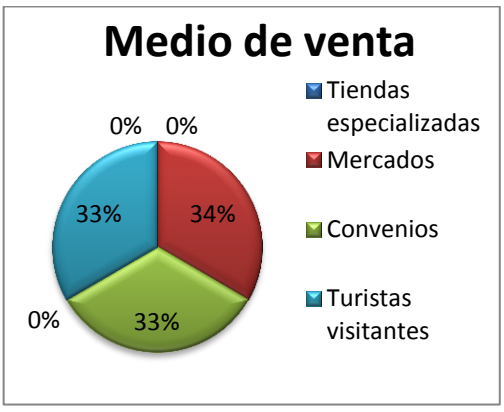

6. **Se podria comercializar las artesanías existentes del sector.**



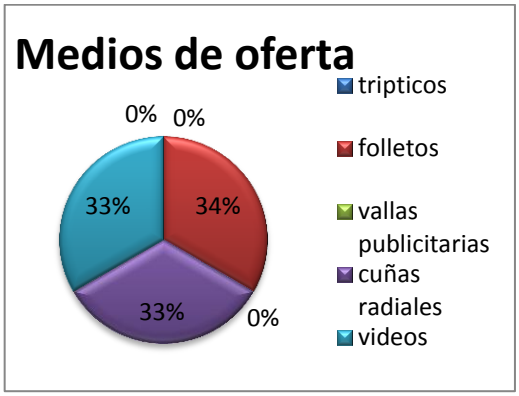

7. **Cual es el destino de las artesanias o mercado oferente.**



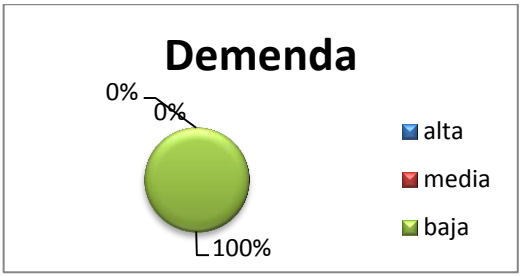

8. **Que medio utiliza usted para vender sus artesanias.**



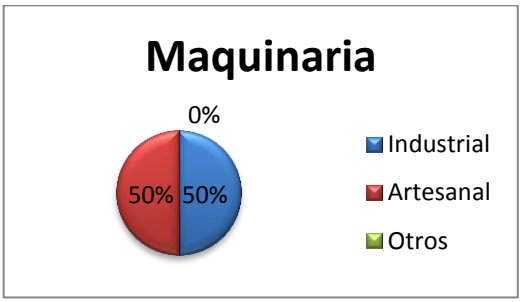
9. **Por que medios le gusteria ofertar sus productos.**



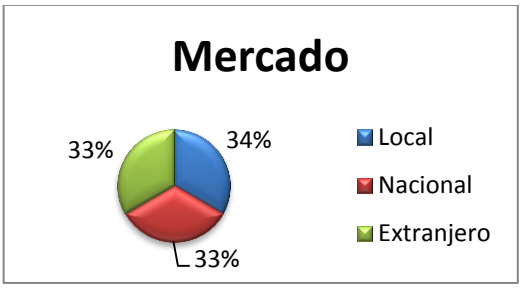

10. **Cual es la demanda que presenta la empresa.**



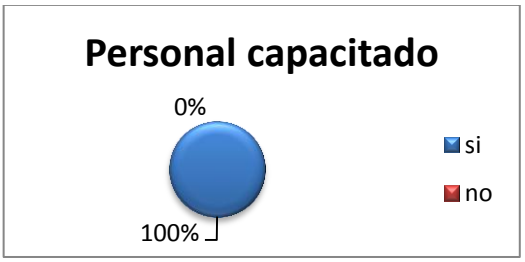

11. **Que tipo de maquinaria se requiere para la elaboración de estos productos.**




12. **Por que tipo de mercado son consumidas estas artesanías.**




13. **Existe personal capacitado en su empresa.**



## Anexo 10 Encuesta a Turistas

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

**Encuesta Piloto para estudio de Plan de Negocio**

**Fecha:**

**Lugar:**

**Encuestador: Edwin Patricio Medina Dominguez**

Elaborar un Plan de Negocio para la Comercialización y Distribución de Artesanías de Papel Reciclable, elaboradas por la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba - Cantón Loja – Provincia Loja.

1. **Diga su lugar de procedencia.**
   - Local. ☐
   - Provincial. ☐
   - Otro País. ☐
2. **Entre que rango de edad usted esta.**
   - 20 – 29 ☐
   - 30 – 39 ☐
   - 40 – 49 ☐
   - 50 – 59 ☐
3. **Que nivel de instrucion academica tiene usted.**
   - Primaria. ☐
   - Secundaria. ☐
   - Tercer nivel. ☐
   - Cuarto nivel. ☐
   - Ninguno ☐
4. **Conoce usted cuales son los principales atractivos turísticos del cantón Loja.**

   SI ☐ NO ☐
5. **De los siguientes lugares cuales usted a visitado?**
   - Chuquiribamba ☐
   - Gualel ☐
   - Taquil ☐
   - San Lucas ☐
   - Malacatos ☐
   - San Pedro de Vilcabamba ☐
   - Vilcabamba ☐
   - Quinara ☐
   - Yangana ☐
6. **Usted conoce el atractivo Ruinas de Quinara.**

   SI ☐ NO ☐

7. **Visita usted con frecuencia los sitios antes mencionados?**

   SI ☐ NO ☐

8. **Si su respuesta es positiva señale con que frecuencia?**

   Fin de semana ☐
   Vacaciones ☐
   Feriado ☐
   Otros ☐

9. **Cuando usted visita los lugares antes mencionados lo hace:**

   Solo ☐
   Con la familia ☐
   Con los amigos ☐
   Otros ☐

10. **Cuáles son las siguientes alternativas que toma en cuenta para visitar los sitios anteriormente nombrados del cantón Loja.**

    Servicios ☐
    Infraestructura ☐
    Clima ☐
    Precio ☐
    Vías de acceso ☐
    Ubicación ☐
    Seguridad ☐

11. **Cuál es su presupuesto cuando visita estos lugares?**

    De 0 a 20 ☐
    De 21 a 40 ☐
    De 41 a 60 ☐
    De 61 a 80 ☐
    De 81 a 100 ☐
    Mas de 100 ☐

12. **En que condiciones se encuentran los servicios existentes en los lugares antes nombrados del cantón Loja**

    Excelente ☐
    Muy bueno ☐
    Regular ☐
    No existen servicios ☐

13. **A través de que medio usted recibió información de los lugares antes mencionados?**

    Tripticos ☐
    Guías turísticas ☐
    Internet ☐
    Amigos ☐

Prensa ☐

Radio ☐

Televisión ☐

Otros ☐

14. **Que tipo de actividades usted realiza cuando visita los lugares antes mencionados?**

Caminatas ☐

Visita a lugares Arqueológicos ☐

Gastronomía ☐

Compra de artesanías o souvenirs ☐

Visitas a emprendimientos ☐

Cuales_____

15. **A utilizado los servicios de hospedaje en la parroquia Vilcabamba**

SI ☐ NO ☐

Cuales_____

16. **Dónde usualmente usted compra las artesanías o souvenirs que adquiere en los lugares antes mencionados.**

Plazas ☐

Mercados ☐

Almacenes artesanales ☐

Fábricas artesanales ☐

Otros ☐

17. **Cree usted que si los lugares antes mencionados tuvieran más promoción serían un icono represantetivo en otro país?**

SI ☐ NO ☐

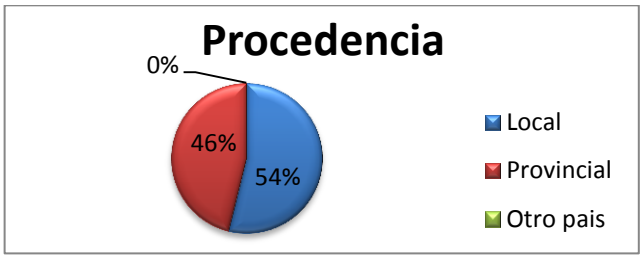
18. **Si los emprendimientos y atractivos del cantón Loja tuvieran más promoción, cree que se podrian vender al por mayor.**

SI ☐ NO ☐

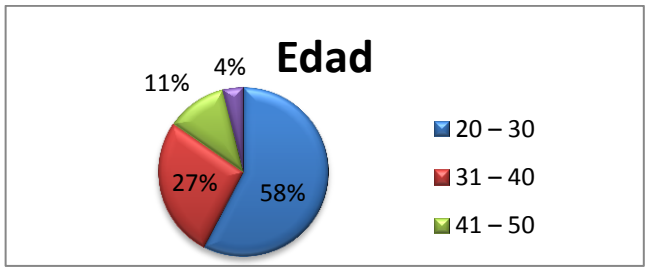
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## Anexo 11 Tabulación de Encuesta

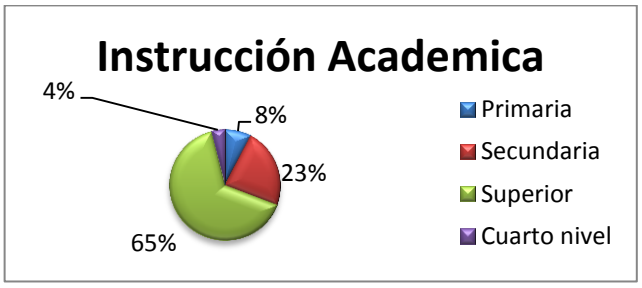
1. **Diga su lugar de procedencia.**



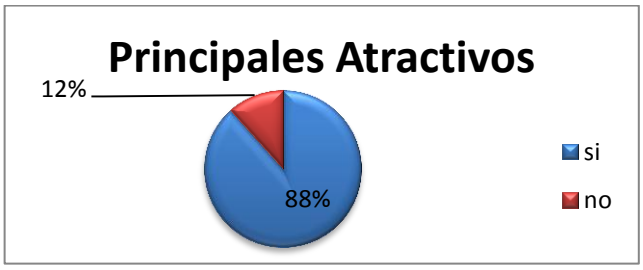

2. **Entre que rango de edad usted esta.**



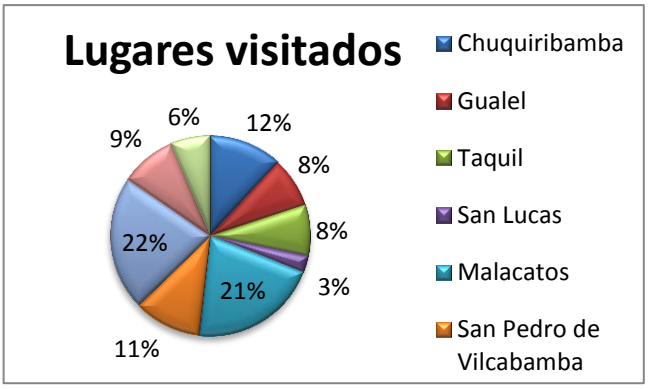

3. **Que nivel de instrucion academica tiene usted.**



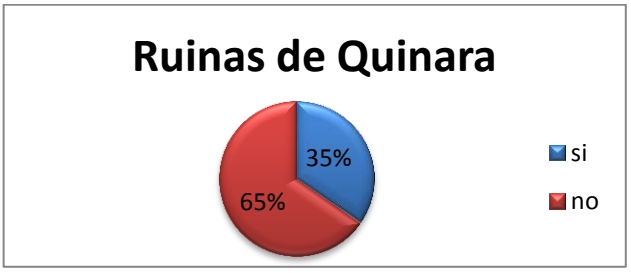

4. **Conoce usted cuales son los principales atractivos turísticos del cantón Loja.**



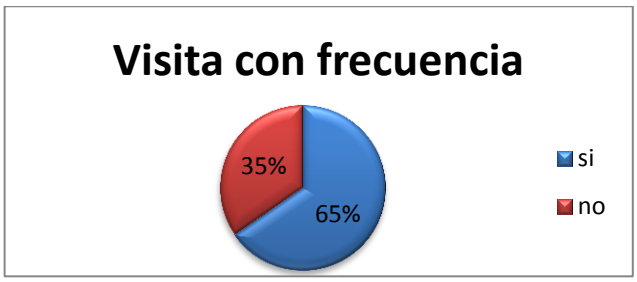

5. **De los siguientes lugares cuales usted a visitado?**



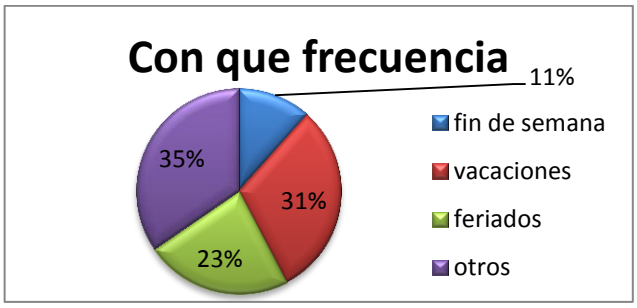
6. **Usted conoce el atractivo Ruinas de Quinara.**



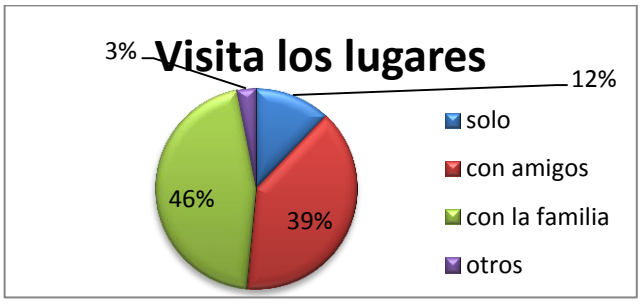

7. **Visita usted con frecuencia los sitios antes mencionados?**



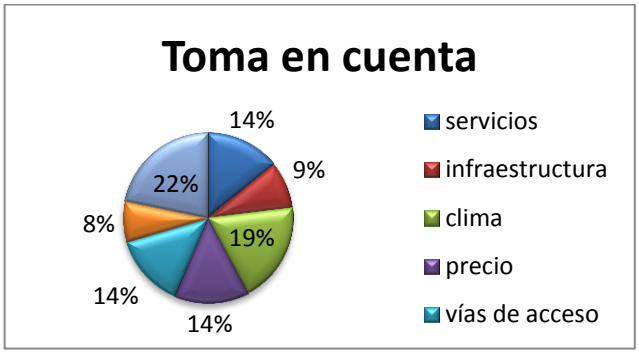

8. **Si su respuesta es positiva señale con que frecuencia?**



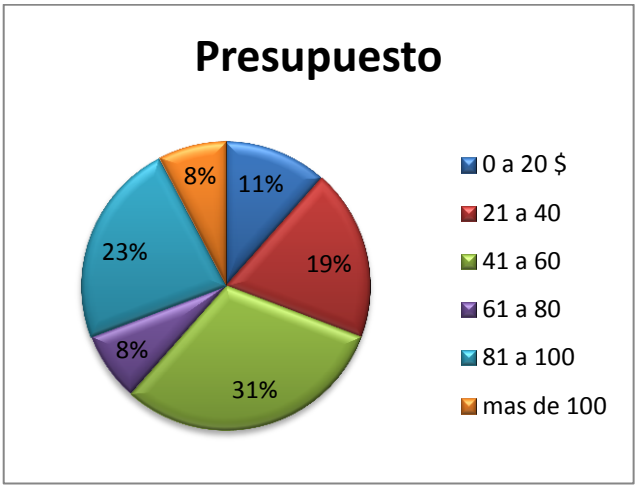

9. **Cuando usted visita los lugares antes mencionados lo hace:**



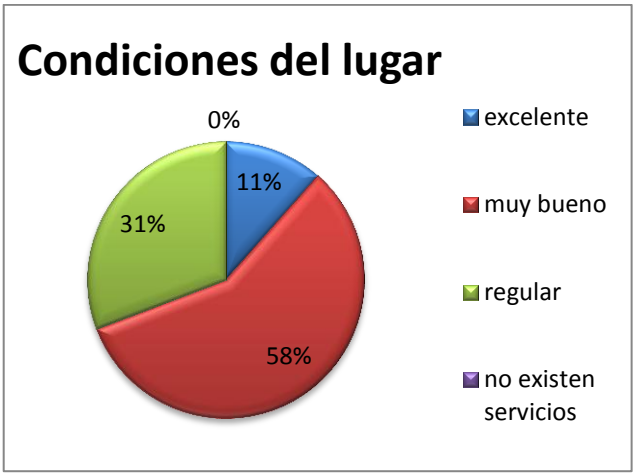

10. **Cuáles son las siguientes alternativas que toma en cuenta para visitar los sitios anteriormente nombrados del cantón Loja.**



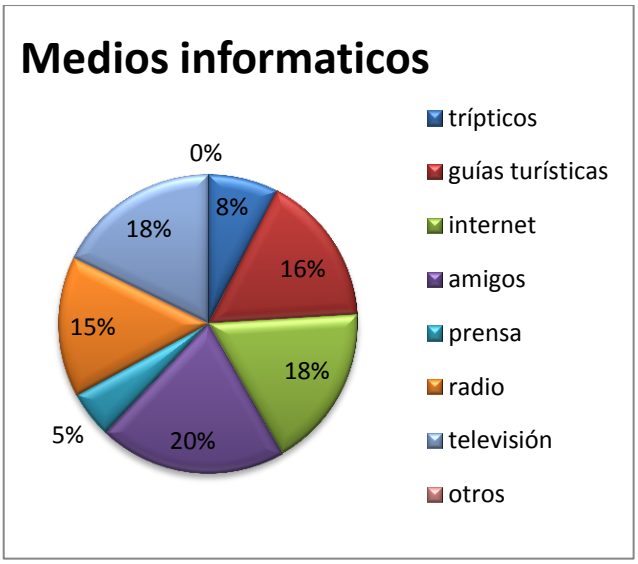
**11. Cuál es su presupuesto cuando visita estos lugares?**



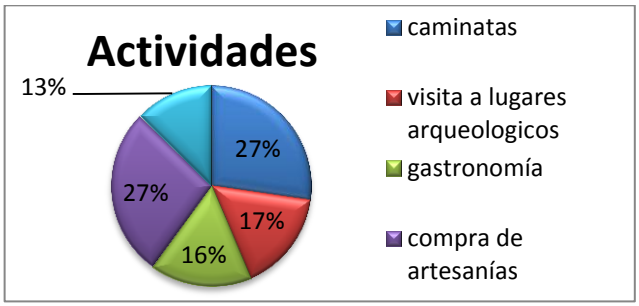

**12. En que condiciones se encuentran los servicios existentes en los lugares antes nombrados del cantón Loja**



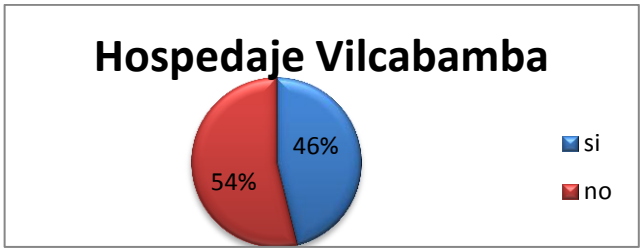

**13. A través de que medio usted recibió información de los lugares antes mencionados?**



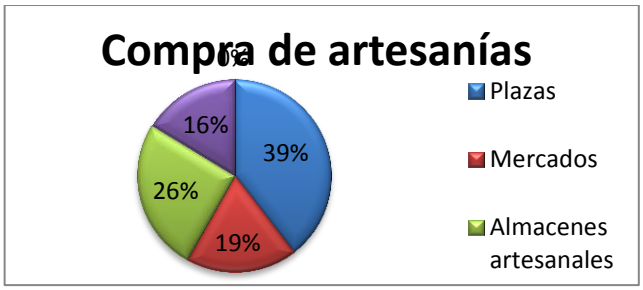
14. **Que tipo de actividades usted realiza cuando visita los lugares antes mencionados?**



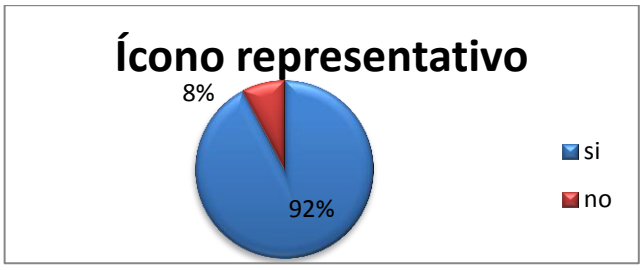

15. **A utilizado los servicios de hospedaje en la parroquia Vilcabamba**



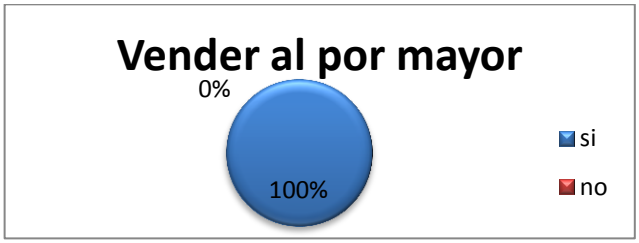

16. **Dónde usualmente usted compra las artesanías o souvenirs que adquiere en los lugares antes mencionados.**




17. **Cree usted que si los lugares antes mencionados tuvieran más promoción serían un icono represantetivo en otro país?**




18. **Si los emprendimientos y atractivos del cantón Loja tuvieran más promoción, cree que se podrian vender al por mayor.**



**Anexo 12 Oficio, Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio**

Oficio No. 002

Loja, 27 de septiembre de 2012

Sra. Elvia María Toledo

**PRESIDENTA DE LA "ASOCIACION AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO"**

Presente.

De nuestras consideraciones:

Por medio del presente, hacemos llegar un cordial saludo, a la vez nos dirigimos a Usted para solicitarle muy comedidamente se designe en acompañarnos con su directiva, el día lunes 01 de octubre del presente, en las instalaciones de la Asociación; a las 14h00 pm, para la socialización de la tesis con el tema **"PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ARTESANÍAS DE PAPEL RECICLABLE, ELABORADAS POR LA ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA - CANTÓN LOJA – PROVINCIA LOJA"**, del postulante Edwin Patricio Medina Dominguez, de C.I. 1104404320.

Por la atención favorable al presente, le reiteramos nuestros agradecimientos.

Atentamente,

Lcda. Janina Tatiana Ramón Bravo
**Directora de tesis**

Edwin Patricio Medina Dominguez
**Autor de Tesis**

**Anexo 13 Oficio, Fundación Colinas Verdes**

Oficio No. 003

Loja, 27 de septiembre de 2012

Sra. Edin Aguilera

**DIRECTOR GENERAL "FUNDACIÓN COLINAS VERDES"**

Presente.

De nuestras consideraciones:

Por medio del presente, hacemos llegar un cordial saludo, a la vez nos dirigimos a Usted para solicitarle muy comedidamente se designe en acompañarnos con su directiva, el día lunes 01 de octubre del presente, en las instalaciones de la Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio; a las 14h00 pm, para la socialización de la tesis con el tema **"PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ARTESANÍAS DE PAPEL RECICLABLE, ELABORADAS POR LA ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA - CANTÓN LOJA – PROVINCIA LOJA"**, del postulante Edwin Patricio Medina Dominguez, de C.I. 1104404320.

Por la atención favorable al presente, le reiteramos nuestros agradecimientos.

Atentamente,

Lcda. Janina Tatiana Ramón Bravo
**Directora de tesis**

Edwin Patricio Medina Dominguez
**Autor de Tesis**

Fundación para Conservación y Desarrollo
Colinas Verdes
RUC. 1190080877001

27-09-2012.
11:42.

**Anexo 14 Lista de Convocatoria a Socialización**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**AREA JURIDICA SOCIAL ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE INGENIERIA EN ADMINISTRACION TURISTICA**

**Convocatoria a la socialización del "Plan de Negocio para la comercialización y distribución de Artesanías de papel reciclable, elaboradas por Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba - Cantón Loja - Provincia de Loja"**

| NOMBRE | PUESTO | CORREO ELECTRONICO | FIRMA |
|---|---|---|---|
| Lidia M Tamaris | Socia | | |
| Carmen Ramon | Socia | | |
| Luz M Michay | Socia | | |
| Hernán González | Director Técnico | info@colinasverdes.org | |
| Elvio M Toledo | Socio | | |
| Esther Abarca | Socia | estherabarca.2011@hotmail.com | |
| Rosa M Mosquera | | | |
| Rosa Garrochamba | Socia | | |
| Lic Jahima T Ramón B | Docente - Director | tatiana_7@hotmail.com | |
| Santiago Fernando Medina | Invitado | sanfeest@gmail.com | |
| María Leonor Domínguez | Invitado | leonor1984@hotmail.com | |
| Víctor M Medina | Invitado | Victor_M Medina@hotmail.com | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

**Anexo 15 Lista de Asistencia a Socialización**

## UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

### AREA JURIDICA SOCIAL ADMINISTRATIVA

### CARRERA DE INGENIERIA EN ADMINISTRACION TURISTICA

**Asistencia a la socialización del "Plan de Negocio para la comercialización y distribución de Artesanías de papel reciclable, elaboradas por Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio, de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba - Cantón Loja - Provincia de Loja"**

| NOMBRE | PUESTO | CORREO ELECTRONICO | FIRMA |
|---|---|---|---|
| Elvio M Toledo | Presidente | | |
| Juana Maria Tapia R. | Comunicaciones | | |
| Rocio M Mosquera Tapia | | | |
| Luz M Michay | | | |
| Lidia del Tomado | | | |
| Carmen Ramón | Tesorera | | |
| Daysi Aldeán | | | |
| Silvana Abarca | | | |
| Rosa Aldean | | | |
| Esther Abarca | Ventas | estherabarca2011@hotmail.com | |
| Santiago F. Medina D. | Estudiante. | sfmfeest@gmail.com | |
| Victor M. MEDINA | INVITADO | Victor-MMedina@Hot.com. | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

## Anexo 16 Certificado de Pasantías

ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO

San Pedro de Vilcabamba, 01 de octubre de 2012

Sra. Elvia María Toledo

**PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO.**

# CERTIFICO:

Que el estudiante Edwin Patricio Medina Dominguez desempeño una pasantía en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba, Cantón Loja, en la "Asociación Autónoma de Mujeres 23 de Junio", el estudiante cumplió con un total de 600 horas de prácticas pre-profesionales en este lugar de trabajo.

El interés del señor estudiante por participar en las tareas de este emprendimiento oficialmente se inició en el mes de Marzo y culminó en el mes de Julio del presente año.

Es preciso indicar el extraordinario apoyo que brindo la estudiante en la elaboración y desarrollo del Plan de Negocio para la Comercialización y Distribución de Artesanías elaboradas por nuestra Asociación.

La presencia del estudiante constituyó un gran aporte para el mejoramiento de la Asociación y producción. Al culminar con la socialización del proyecto, las autoridades de la Parroquia dieron paso a la aprobación y ejecución del proyecto en la que se constituye legalmente en la Asociación como una responsabilidad limitada dispuesta a promocionar, mejorar su producto con su propio plan de negocio.

Atentamente,

**Sra. Elvia María Toledo**
**PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN AUTÓNOMA DE MUJERES 23 DE JUNIO**

**Lic. Janina Tatiana Ramón**
**DIRECTORA DE TESIS**

**Ubicación:** Barrio Panecillo vía Sacapo
**Correo:** asociacion23dejunio@yahoo.com
**Telefonos:** 593091920392 - 2640180
**San Pedro de Vilcabamba – Loia - Ecuador**

## Anexo 17 Parte I

| FOTO 16 | FOTO 17 |
|---|---|
| | |
| **Fuente: Presidenta del GADS**<br>**Elaboración: Edwin Medina** | **Fuente: Iglesia San Pedro de Vilcabamba**<br>**Elaboración: Edwin Medina** |
| **FOTO 18** | **FOTO 19** |
| | |
| **Fuente: Centro de la Parroquia**<br>**Elaboración: Edwin Medina** | **Fuente: Asociación Autónoma 23 de Junio**<br>**Elaboración: Edwin Medina** |
| **FOTO 20** | **FOTO 21** |
| | |
| **Fuente: Dispensario Médico S.P.V.**<br>**Elaboración: Edwin Medina** | **Fuente: Parque Central de la parroquia**<br>**Elaboración: Edwin Medina** |

## Anexo 18 Parte II

| FOTO 22 | FOTO 23 |
|---|---|
| | |
| **Fuente: Presidenta del GADS**<br>**Elaboración: Edwin Medina** | **Fuente: Asociación Autónoma 23 de Junio**<br>**Elaboración: Edwin Medina** |
| **FOTO 24** | **FOTO 25** |
| | |
| **Fuente: Socia de APECAEL**<br>**Elaboración: Edwin Medina** | **Fuente: Presidente de la Caja de Ahorro**<br>**Elaboración: Edwin Medina** |
| **FOTO 26** | **FOTO 27** |
| | |
| **Fuente: Habitante de la zona**<br>**Elaboración: Edwin Medina** | **Fuente: Teniente Político**<br>**Elaboración: Edwin Medina** |

## Anexo 19 Parte III

| FOTO 28 | FOTO 29 |
|---|---|
| | |
| **Fuente: Reunión con Socias y Docente**<br>**Elaboración: Edwin Medina** | **Fuente: Firma de Carta Compromiso**<br>**Elaboración: Edwin Medina** |
| **FOTO 30** | **FOTO 31** |
| | |
| **Fuente: Mostración de Preparación de Artesanías**<br>**Elaboración: Edwin Medina** | **Fuente: Secado del Papel Reciclado**<br>**Elaboración: Edwin Medina** |
| **FOTO 32** | **FOTO 33** |
| | |
| **Fuente: Elaboración de Artesanías**<br>**Elaboración: Edwin Medina** | **Fuente: Filmación del Video Turístico Promocional**<br>**Elaboración: Edwin Medina** |

## Anexo 20 Parte IV

| FOTO 34 | FOTO 34 |
|---|---|
| | |
| **Fuente: Asistentes a la Asociación**<br>**Elaboración: Edwin Medina** | **Fuente: Capacitación a Socias e Invitados**<br>**Elaboración: Edwin Medina** |
| **FOTO 36** | **FOTO 37** |
| | |
| **Fuente: Socialización de Trabajo de Tesis**<br>**Elaboración: Edwin Medina** | **Fuente: Debate del Trabajo de Tesis**<br>**Elaboración: Edwin Medina** |
| **FOTO 38** | **FOTO 39** |
| | |
| **Fuente: Degustación de Aperitivo en Socialización**<br>**Elaboración: Edwin Medina** | **Fuente: Finalización Capacitación y Socialización**<br>**Elaboración: Edwin Medina** |