



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE

DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA DE ECONOMÍA

PORTADA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

ECONOMISTA

TEMA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DE UNA
LÍNEA DE SOUVENIRS EN LA EMPRESA GRÁFICOS DALO S.A.,
GUAYAQUIL**

TUTOR

ING. RUBÉN PAZ MORALES, MBA

AUTORES

**PERALTA BUSTAMANTE JENNY LISSETH
RAMÍREZ CEREZO HEIDY MAWAR**

GUAYAQUIL

2022

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

Estudio de factibilidad para emprender en la línea de producción de souvenirs en la empresa Gráficos Dalo S.A. de Guayaquil

AUTOR/ES:

Peralta Bustamante Jenny Lisseth
Ramírez Cerezo Heidy Mawar

REVISORES O TUTORES:

Ing. Rubén Paz Morales, MBA

INSTITUCIÓN:

**Universidad Laica Vicente
Rocafuerte de Guayaquil**

Grado obtenido:

Economista

FACULTAD:

FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES Y DERECHO

CARRERA:

ECONOMÍA

FECHA DE PUBLICACIÓN:

2022

N. DE PAGS:

83

ÁREAS TEMÁTICAS: Ciencias sociales y del comportamiento

PALABRAS CLAVE: Economía de mercado, Turismo, Oferta y Demanda

RESUMEN:

El presente trabajo de investigación tiene como propósito principal elaborar un estudio de factibilidad de una nueva línea de producción de souvenirs en la empresa Gráficos Dalo S. A. de Guayaquil. La investigación llevada a cabo fue de tipo cuantitativa, tipo de investigación aplicada, de nivel descriptivo. Se usaron como técnicas e instrumentos de recolección de datos la encuesta, que constó de 6 preguntas, y revisión bibliográfica. El propósito fundamental fue evaluar la factibilidad de la creación y puesta en marcha de una fábrica de adornos temáticos bajo la técnica de sublimación, en la ciudad de Guayaquil, que satisfaga todas las necesidades del mercado en cuanto a creación de pequeños obsequios. Llegando a la conclusión que es viable introducir la línea de producción en

souvenirs con productos sublimados, vasos - jarrones, ya que se comprobó que preexiste un mercado. En el estudio económico-financiero se determinó que el proyecto es rentable, el valor presente neto optimo lo que refleja que el proyecto es aceptable para que la empresa lo desarrolle. Se sugiere a la empresa invertir en el proyecto evaluado ya que se demostró mediante las variables financieras antes mencionadas, la rentabilidad del proyecto para los tres escenarios planteados.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Peralta Bustamante Jenny Lisseth Ramírez Cerezo Heidy Mawar	Teléfono: 0996738847 0989190565	E-mail: jperaltab@ulvr.edu.ec hramirezc@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Msc. Diana Almeida Aguilera. Teléfono: (04) 2596500 Ext. 240 E-mail: dalmeidaa@ulvr.edu.ec Director de Carrera: Econ. Rosa Salinas Heredia, Mg Teléfono: (04)2596500 Ext. 226 E-mail: rsalinash@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD ACADÉMICA

Proyecto Final Peralta - Ramírez

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

studylib.es

Fuente de Internet

5%

2

www.researchgate.net

Fuente de Internet

3%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 3%

Excluir bibliografía

Apagado

Firma



Ing. Rubén Paz Morales, MBA

C.C. 0917278012

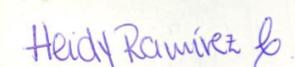
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Las estudiantes egresadas **JENNY LISSETH PERALTA BUSTAMANTE, HEIDY MAWAR RAMIREZ CEREZO** declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **Estudio de Factibilidad para la producción de una línea de souvenirs en la empresa Gráficos Dalo S.A. de Guayaquil**, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)

Firma: 
Peralta Bustamante Jenny Lisseth
C.C 1207520980

Firma: 
Ramírez Cerezo Heidi Mawar
C.C 0952919900

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **Estudio de Factibilidad para la producción de una línea de souvenirs en la empresa Gráficos Dalo S.A. de Guayaquil**, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de **Ciencias Sociales y Derecho** de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **Estudio de Factibilidad para la producción de una línea de souvenirs en la empresa Gráficos Dalo S.A. de Guayaquil**, presentado por las estudiantes **JENNY LISSETH PERALTA BUSTAMANTE, HEIDY MAWAR RAMIREZ CEREZO** como requisito previo, para optar al Título de **ECONOMISTA**, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



Ing. Rubén Paz Morales, MBA
C.C. 0917278012

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por la bendición de la vida, por guiarme en el camino, ser mi apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad, estoy infinitamente agradecida por darme los mejores momentos de mi vida.

Quiero agradecer a mis padres: Jenny Sara y Ausencio Roberto por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas. Gracias por darme su apoyo, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado.

Agradezco a mis hermanos mayores: Roberto Jimmy y Cristhel Meyling por ese granito de arena que dieron para que una meta más se cumpla, por los consejos y apoyo brindado, gracias por todo familia, los amo.

Peralta Bustamante Jenny Lisseth

Agradezco a Dios por haberme permitido culminar una de las metas que me he propuesto, por las bendiciones que me ha otorgado.

A mis padres por ser ese pilar fundamental, por estar siempre a mi lado apoyándome, por sus consejos y esfuerzos.

A mis tíos Victor y Lancy por su amor y apoyo incondicional, a los profesores, amigos y todas aquellas personas que de una u otra manera formaron parte del desarrollo de este proyecto.

Ramírez Cerezo Heidy Mawar

DEDICATORIA

Para mis seres queridos, aunque no estén físicamente siempre estarán en tu corazón quiero dedicar este proyecto a dos personas las cuales me cuidan y me protegen desde el cielo y que siempre extrañare para mi amiga Vilma y a mi tío bello Manuel. Los amo eternamente

También quiero dedicarles este proyecto a los motores de mi vida mis padres, hermanos y mis príncipes son lo más bello que Dios me ha otorgado y tengo la dicha de compartir este pequeño triunfo. Los amo familia Peralta Bustamante

Peralta Bustamante Jenny Lisseth

Dedico con mucho amor a mi madre por ser la persona que siempre me ha apoyado sin ella nunca lo hubiera logrado, fue la persona que me demostró que si puedo con todo lo que me proponga a pesar de los obstáculos. Tus oraciones a lo largo de mi vida me protegen a diario, gracias por tu paciencia y amor madre, te amo.

Ramírez Cerezo Heidi Mawar

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como propósito principal elaborar un estudio de factibilidad de una nueva línea de producción de souvenirs en la empresa Gráficos Dalo S. A. de Guayaquil. La investigación llevada a cabo fue de tipo cuantitativa, tipo de investigación aplicada, de nivel descriptivo. Se usaron como técnicas e instrumentos de recolección de datos la encuesta, que constó de 6 preguntas, y revisión bibliográfica. El propósito fundamental fue evaluar la factibilidad de la creación y puesta en marcha de una fábrica de adornos temáticos bajo la técnica de sublimación, en la ciudad de Guayaquil, que satisfaga todas las necesidades del mercado en cuanto a creación de pequeños obsequios. Llegando a la conclusión que es viable introducir la línea de producción en souvenirs con productos sublimados, vasos - jarrones, ya que se comprobó que preexiste un mercado. En el estudio económico-financiero se determinó que el proyecto es rentable, el valor presente neto optimo lo que refleja que el proyecto es aceptable para que la empresa lo desarrolle. Se sugiere a la empresa invertir en el proyecto evaluado ya que se demostró mediante las variables financieras antes mencionadas, la rentabilidad del proyecto para los tres escenarios planteados.

Palabras clave: Economía de mercado, Turismo, Oferta y Demanda

ABSTRACT

The main purpose of this research work is to prepare a feasibility study for a new souvenir production line at the company Gráficos Dalo S. A. in Guayaquil. The research carried out was quantitative, type of applied research, descriptive level. The survey, which consisted of 6 questions, and bibliographic review were used as data collection techniques and instruments. The fundamental purpose was to evaluate the feasibility of the creation and start-up of a factory of thematic decorations under the sublimation technique, in the city of Guayaquil, which satisfies all the needs of the market in terms of creating small gifts. Concluding that it is feasible to introduce the production line in souvenirs with sublimated products, glasses - vases, since it was found that a market pre-exists. In the economic-financial study, it will be prolonged that the project is profitable, the optimal net present value, which reflects that the project is acceptable for the company to develop it. The company is suggested to invest in the evaluated project since the profitability of the project for the three proposed scenarios will be destroyed by means of the aforementioned financial variables.

Key words: Market economy, Tourism, Supply and Demand

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1. Tema	3
1.2. Planteamiento del Problema	3
1.3. Formulación del Problema	4
1.4. Objetivo General	5
1.5. Objetivos Específicos	5
1.6. Hipótesis	5
1.7. Línea de Investigación Institucional/Facultad	5
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	6
2.1. Marco Teórico	6
2.1.1. Antecedentes investigativos	6
2.1.2 Fundamentos Teóricos	11
2.1.2.1 Teoría del Desarrollo Económico	11
2.1.2.2 Teoría de emprendimiento	12
2.1.2.5 Teoría de gestión empresarial	15
2.1.2.6 Teoría de la productividad	18
2.1.2.7 Teoría de la globalización	18
2.1.2.8 Teoría del desarrollo sostenible	20
2.1.2.1.9 Teoría de la riqueza de las naciones	21
2.2. Marco Legal:	22
2.2.1. Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. ONU (2015)	22
2.2.2. La Constitución de la República del Ecuador. Asamblea Nacional Constituyente (2008)	23
2.2.3. Plan Nacional Toda una Vida (PNTV 2017 - 2021)	24
2.2.4. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010)	24
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	25
3.1. Enfoque de la investigación	25
3.2. Alcance de la Investigación	25

3.3. Técnica e instrumentos	25
3.4. Población y Muestra	26
3.4.1. Población.....	26
3.4.2. Muestra.....	26
3.5. Presentación y análisis de resultados	27
3.5.1. Preguntas preliminares	28
3.5.2. Preguntas de la encuesta.....	31
3.5.3. Estudio de factibilidad.....	37
3.5.3. Análisis técnico	41
3.5.4. Análisis Económico Financiero	44
CONCLUSIONES.....	55
RECOMENDACIONES	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	57
ANEXOS.....	66

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de artesanías de talabartería en la ciudad de Cotacachi-Imbabura</i>	6
<i>Tabla 2 Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de bolsos y otros artículos elaborados en materiales de pendones reciclados en la ciudad de Santiago de Cali</i>	7
<i>Tabla 3 Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes didácticos de madera, en la ciudad de Loja - Cantón Loja</i>	8
<i>Tabla 4 Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa comunitaria de manualidades para las mujeres de la parroquia de pablo arenas, cantón Urcuquí, provincia de Imbabura</i>	9
<i>Tabla 5 Estrategias financieras de inversión para la introducción y comercialización de souvenirs corporativos ecológicos</i>	10
<i>Tabla 6 Edad</i>	28
<i>Tabla 7 Sexo</i>	29
<i>Tabla 8 Clientes</i>	30
<i>Tabla 9 Motivo de viaje</i>	30
<i>Tabla 10 Frecuencia con que adquiere souvenirs</i>	31
<i>Tabla 11 Souvenirs que generalmente adquiere en mayor proporción</i>	32
<i>Tabla 12 En que se basa para escoger su producto</i>	33
<i>Tabla 13 Servicio de delivery para los souvenirs</i>	34
<i>Tabla 14 Promociones para los souvenirs</i>	35
<i>Tabla 15 Promociones para los souvenirs</i>	36
<i>Tabla 16 Análisis de la demanda</i>	39
<i>Tabla 17 Competencia Directa</i>	40
<i>Tabla 18 Competencia Indirecta</i>	41
<i>Tabla 19 Línea de productos souvenirs a producir sin estampar</i>	42
<i>Tabla 20 Inversión Inicial</i>	44
<i>Tabla 21 Inversión de taller de sublimación</i>	44
<i>Tabla 22 Costo de producción por producto</i>	46
<i>Tabla 23 Mano de obra directa</i>	47
<i>Tabla 24 Gastos de Infraestructura</i>	47
<i>Tabla 25 Producción Anual Materia Prima</i>	48
<i>Tabla 26 Gastos por materiales directos e indirectos</i>	48
<i>Tabla 27 Flujo de ventas proyectado</i>	48
<i>Tabla 28 Sueldos y salarios</i>	49
<i>Tabla 29 Precio unitario por pieza</i>	50
<i>Tabla 30 Precio unitario por pieza</i>	50
<i>Tabla 31 Proyecciones de ventas</i>	50
<i>Tabla 32 Proyecciones de la inflación</i>	51
<i>Tabla 33 Proyecciones de gastos operativos</i>	51
<i>Tabla 34 Depreciación acumulada de las maquinarias y equipos</i>	51
<i>Tabla 35 Flujo de caja efectivo proyectado</i>	52
<i>Tabla 36 Desglose de los flujos de capital</i>	53
<i>Tabla 37 Payback determinación tiempo</i>	53
<i>Tabla 38 Calculo de VP, VPN Y TIR</i>	54
<i>Tabla 39 Indicadores económicos</i>	54

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Ilustración 1</i> Calculo de la muestra	27
<i>Ilustración 2</i> Edad.....	28
<i>Ilustración 3.</i> Sexo.....	29
<i>Ilustración 4.</i> Clientes	30
<i>Ilustración 5.</i> Motivo de viaje.....	31
<i>Ilustración 6.</i> Frecuencia con que adquiere souvenirs.....	32
<i>Ilustración 7.</i> Souvenirs que generalmente adquiere en mayor proporción.....	33
<i>Ilustración 8.</i> En que se basa para escoger su producto.....	34
<i>Ilustración 9.</i> En que se basa para escoger su producto.....	35
<i>Ilustración 10.</i> En que se basa para escoger su producto.....	36
<i>Ilustración 11</i> Organigrama del área de sublimación para Dalo Diseños S.A.....	42

ÍNDICE DE ANEXOS

<i>Anexo A. Modelo de Encuesta realizada</i>	66
--	----

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el sector comercial ha generado múltiples beneficios económicos, de acuerdo Rodríguez & Aviles (2020) afirman que según la información otorgada por el Estudio de Gestión Competitiva de las PYMES en el Ecuador, representan el 95% de las unidades productivas, y por este motivo muchas personas piensan que resulta sencillo crear una empresa solo con la idea de obtener ganancias pero esto no es tan fácil y más aun con la aparición de la COVID-19, sin embargo, para que se generen estos ingresos es fundamental saber si el negocio resultará factible o rentable, y para poder saber esto es necesario realizar un estudio de factibilidad con el propósito de analizar diversos aspectos, tales como: la oferta y demanda. Para ello se requiere elaborar un estudio de mercado y un plan de marketing, a fin de que se definan tanto la opinión del consumidor como la competitividad de la organización.

Aunado a ello, es necesario que se determine la rentabilidad mediante un estudio económico financiero, de esta manera la ejecución del proyecto será un éxito y así se evitaran futuros problemas en la empresa. Por otra parte, gracias a que se vive en un mundo globalizado donde los clientes buscan productos ingeniosos e innovadores, hacen posible que existan nuevos patrones de consumo y tendencias de mercado las cuales se pueden combinar entre sí en un mismo producto que satisfaga las expectativas del cliente.

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo elaborar un estudio de factibilidad de una nueva línea de producción de souvenirs en la empresa Gráficos Dalo S. A. de Guayaquil, el cual tiene como propósito evaluar si es factible la creación y puesta en marcha de una fábrica de adornos temáticos bajo la técnica de sublimación, en la ciudad de Guayaquil, que satisfaga todas las necesidades del mercado en cuanto a creación de pequeños obsequios.

Para ello, se realizaron los estudios necesarios para comprobar la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Para un adecuado proceso de la investigación, a continuación, se detallan los capítulos que forman parte de ella:

El Capítulo I presenta el planteamiento del problema, formulación, hipótesis, así como objetivos generales y específicos.

El capítulo II trata de los aspectos teóricos, aborda la idea a defender y define las variables de interacción.

El Capítulo III especifica la metodología utilizada y describe en detalle la técnica investigativa, así como los resultados obtenidos, a partir de los cuales se verifica la idea de defensa. Además, de presentar el análisis de mercado como oferta y demanda, análisis técnico y análisis económico – financiero.

Y, por último, se dan a conocer conclusiones y recomendaciones necesarias para la ejecución del proyecto, con base a los resultados de la investigación.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

Estudio de Factibilidad para la Producción de una línea de souvenirs en la empresa Gráficos Dalo S.A. de Guayaquil.

1.2. Planteamiento del Problema

En el Ecuador la industria gráfica se ha puesto como meta su constante desarrollo, sin embargo, el aumento de impuestos arancelarios en este sector se traduce en un componente negativo ya que trae como consecuencia una reducción en la competitividad a nivel internacional. Este incremento normalmente es de un 12% a 15% aproximadamente de arancel o impuesto a la importación de la materia base para esta industria, esto con base a recursos tecnológicos y materiales de esta industria. Es por esta razón que en el año 2018 se reflejaron variaciones interanuales positivas, puesto que los ingresos crecieron en 4%, los costos y gastos en 3%, y la utilidad en más Xde 100% respecto al año 2017, el cual fue un año donde su utilidad decreció un 71% (CFN, 2017).

La industria gráfica es una de las industrias más populares en el país, la impresión puede realizarse utilizando diversas técnicas y sobre diferentes materiales. puesto que es un motor importante y un intermediador fundamental, ya que el 70% de su producción se utiliza como sustento para la exportación de los productos de otros sectores económicos, contribuyendo en primer lugar con la impresión de productos tales como: publicidades, sellos, logos, periódicos, libros, revistas, formularios comerciales, tarjetas de felicitación y actividades de apoyo similares, como servicios de preparación de placas, encuadernación y elaboración de imágenes a partir de datos (CFN, 2020).

Gráficos Dalo SA, es una empresa especializada en actividades de impresión y diseño gráfico, tales como la producción de carteles, catálogos publicitarios y otras formas de publicidad, calendarios, láminas especiales SRI, rollos, papeles para impresión, cabeceros, diarios personales, tarjetas de visita, álbumes, Chiesette, insertos, cajas, pendones y demás materiales de uso comercial. Es una organización que tiene una trayectoria con 20 años de experiencia en el mercado, y que a lo largo del tiempo siempre

ha modernizado e implementado nuevas técnicas con sus modelos en los productos que ofrece.

Con la aparición de la pandemia, al igual que muchos otros negocios, la empresa tuvo un decremento en sus ventas y se ha demostrado que existe insatisfacción con la demanda asociada a una línea regular de productos que reduce los ingresos y repercute en la satisfacción del cliente, al respecto, de acuerdo con el Banco Central de Ecuador, el Valor Agregado Bruto (VAB) del sector de comercio registró una variación negativa de 8,2% en el 2019, comportamiento relacionado directamente con las restricciones de movilidad y el normal desenvolvimiento de las actividades comerciales, toda esta situación contribuyó a que el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador haya sufrido una caída de 7,8%, lo que representa USD 66.308 millones (BCE, 2021).

No obstante, Gráficos Dalo S. A. trata de mantenerse a la altura de la competencia y se percata de que existen otras alternativas y necesidades del cliente, este estudio va destinado en si a dos sectores, el sector turístico y el sector servicios. Por lo tanto, este sector posee la capacidad de enfocarse en la creación de una cadena de suministro de regalos que sigue siendo una parte importante del factor de PIB endógeno asociado al área turística regional.

Ecuador se caracteriza por ser uno de los países más emprendedores y con la pandemia del Covid-19 han surgido nuevos emprendedores innovadores. Estos emprendedores no solo ofrecen el producto, sino que también llegan al consumidor.

Por consiguiente, tomando en cuenta lo anterior y que el sector servicios es muy diverso y específico, siendo uno de los principales ámbitos el marketing, impulsado por la oferta y la demanda, el presente estudio tiene como objetivo general elaborar un estudio de factibilidad de una nueva línea de producción de souvenirs, enmarcado bajo la técnica de sublimación, en la empresa Gráficos Dalo S. A. de Guayaquil, con el propósito de brindar una grata experiencia al momento de adquirir este producto.

1.3. Formulación del Problema

¿Será factible emprender en una nueva línea de producción de souvenir, bajo la técnica de sublimación en la empresa Gráficos Dalo S.A. de Guayaquil?

1.4. Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad de una línea de producción de souvenirs en la empresa Gráficos Dalo S. A. de Guayaquil.

1.5. Objetivos Específicos

- Sistematizar los fundamentos teóricos relacionados con la investigación.
- Desarrollar un marco metodológico adecuado para la investigación de producción de una línea de souvenir
- Evaluar la viabilidad de la implementación de una línea de producción de souvenirs en la empresa Gráficos Dalo S. A

1.6. Hipótesis

A través de un estudio de factibilidad se podría demostrar la rentabilidad del proyecto para la producción de una línea de souvenirs en la empresa gráfico DALO S.A., de Guayaquil.

1.7. Línea de Investigación Institucional/Facultad

La investigación "Estudio de Factibilidad para emprender en la línea de producción de souvenirs en la empresa Gráfico Dalo S.A. de Guayaquil" se relaciona a la Línea investigativa institucional 4 de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, dirigida al Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables, con especificidad en la Línea de investigación de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho que orienta el Desarrollo, sostenibilidad económica y matriz productiva.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Teórico

2.1.1. Antecedentes investigativos

Se consultaron estudios relacionados al tema de la investigación y se escogieron los más relevantes de los últimos cinco años y de diferentes autores nacionales e internacionales, a continuación, se detalla:

Tabla 1 Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de artesanías de talabartería en la ciudad de Cotocachi-Imbabura

Título	Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de artesanías de talabartería en la ciudad de Cotocachi – Imbabura
Institución	Universidad Técnica del Norte
Año	2020
Autor (es)	Muriel Tendetza Dayanara Yessenia, Peñaquishpe Kelly Mireya
Ciudad y País	Ibarra, Ecuador
Resumen de la investigación	
Problema	La necesidad de activar la economía en la ciudad de Cotocachi produjo a un grupo de estudiantes de la universidad del norte hacer un estudio para implementar la talabartería como alternativa para obtener una mejor calidad de vida.
Objetivo	Estudiar a la población de Cotocachi para así realizar un estudio de mercado el cual dará como resultado la rentabilidad del estudio de factibilidad con un producto ecológico como es la talabartería a través de la realización de estudio financiero
Metodología	El estudio que se aplicó para la investigación fue en la modalidad cuantitativa con datos estadísticos y estudio de campo
Resultados	El resultado de la investigación de campo ayudo a determinar que los turistas más frecuentes son de una edad promedia de 26 a 40 años teniendo un porcentaje alto a los turistas extranjeros americanos.
Conclusiones	Se concluyó que se puede precisar los costos y gastos que se efectuaran en la creación del proyecto, considerando la inversión inicial que deben examinar en caso de emprender.

Fuente: Muriel, D & Peñaquishpe, K (2020)
Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Tabla 2 Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de bolsos y otros artículos elaborados en materiales de pendones reciclados en la ciudad de Santiago de Cali

Título	Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de bolsos y otros artículos elaborados en materiales de pendones reciclados en la ciudad de Santiago de Cali
Institución	Fundación universitaria católica lumen Getium
Año	2018
Autora	Arévalo Gilma, Rodríguez Juan
Ciudad y País	Cali, Colombia
Resumen de la investigación	
Problema	Analizar la viabilidad de la demanda que tendrán los bolsos elaborados a base del material PVC hecho pendones.
Objetivo	Determinar la viabilidad de la demanda al realizar un estudio para creación de una empresa que va a producir, comercializar y distribuir los bolsos hechos a base de pendones en la ciudad de Cali – Colombia.
Metodología	En la metodología aplicada fue cualitativa – cuantitativa en la cual se encarga de la recopilación de información teóricas como datos estadísticos con investigación de campo.
Resultados	Con el estudio de factibilidad se demostró la utilidad de la empresa, donde evaluaron los costos de producción, impuestos, ventas y gastos para así decretar el estado de la empresa y poder definir que es factible.
Conclusiones	Se pudo determinar que el proyecto es viable con y sin financiación, con el análisis de los indicadores financieros como el Valor Presente Neto.

Fuente: Arévalo, G & Rodríguez, J (2015)

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Tabla 3 Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes didácticos de madera, en la ciudad de Loja - Cantón Loja

Título	Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes didácticos de madera, en la ciudad de Loja – Cantón Loja
Institución	Universidad Nacional de Loja área jurídica, social y administrativa
Año	2016
Autor (es)	Orellana Santos Rodrigo Abraham
Ciudad y País	Loja, Ecuador
Resumen de la investigación	
Problema	Analizar la factibilidad que tiene el uso de la madera para la fabricación de juguetes didácticos en Loja.
Objetivo	Demostrar si al realizar juguetes didácticos con materia prima de madera ayudara a cubrir la demanda en la ciudad de Loja y determinar con un estudio de factibilidad la viabilidad para la creación de la empresa dedicada a la fabricación y comercialización.
Metodología	En el proyecto se utilizó el proceso metodológico y operativo, considerando las técnicas de investigación científica.
Resultados	Tiene como finalidad que el proyecto logre tener acogida en el mercado, cuidando los costos para que no lleguen a ocasionar problemas de rentabilidad, teniendo claro que la empresa lo realizara de ser el caso necesario.
Conclusiones	Se llegó a la conclusión que lograron cumplir con cada uno de los objetivos planteados, mediante los resultados del estudio del mercado, tanto técnico como financiera, y evaluación financiera se determina que es factible la creación de la empresa.

Fuente: Orellana (2016)

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Tabla 4 Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa comunitaria de manualidades para las mujeres de la parroquia de pablo arenas, cantón Urcuquí, provincia de Imbabura

Título	Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comunitaria de manualidades para las mujeres de la parroquia de pablo arenas, Cantón Urcuqui, provincia de Imbabura
Institución	Universidad Técnica del Norte
Año	2015
Autor (es)	Gordillo Martha
Ciudad y País	Ibarra, Ecuador
Resumen de la investigación	
Problema	Las mujeres tienen un papel fundamental, las variables personales son escasas en la salud de la mujer, vale recalcar el estrés emocional que afrontan, se pretende que al crear manualidades como los tejidos ayude su condición.
Objetivo	Crear una empresa comunitaria que se base en las manualidades, dirigido a la población femenina mayor de edad, teniendo como finalidad implementar una oportunidad y brindar seguridad, estabilidad para que se acoplen al proyecto.
Metodología	Con el objetivo de alcanzar el desarrollo del trabajo utilizaron el método cuali-cuantitativa teniendo un enfoque de asociatividad. Las técnicas utilizadas fueron las encuestas.
Resultados	Se determina que la microempresa tiene impactos positivos con una valoración alta.
Conclusiones	Aprovechar la oportunidad y desafío que existe en el mercado poniendo en práctica estrategias.

Fuente: Gordillo (2015)

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Tabla 5 Estrategias financieras de inversión para la introducción y comercialización de souvenirs corporativos ecológicos

Título	Estrategias financieras de inversión para la introducción y comercialización de souvenirs corporativos ecológicos
Institución	Universidad de Guayaquil
Año	2013
Autor (es)	Berrones Ángel, Figueroa Amparo, Parrales Johanna
Ciudad y País	Guayaquil, Ecuador
Resumen de la investigación	
Problema	Analizar si es conveniente producir y comercializar souvenirs ecológicos a través de estudios para definir una estrategia con base financiera.
Objetivo	Determinar con un estudio de factibilidad si los souvenirs ecológicos son rentables aplicando un estudio de mercado para desarrollar estrategias financieras de inversión con el fin de implementar y comercializar para tener un desarrollo sustentable.
Metodología	Dentro de la metodología se realizó el método mixto cuali-cuantitativa teniendo un tipo de investigación científica para llegar a cumplir los objetivos, conceptos que permiten llegar a las estrategias propuestas de inversión y comercialización basándose en los datos encuestados.
Resultados	En los resultados se obtuvo que existen empresas que, si desean adquirir el producto, posicionar su marca. Los souvenirs ecológicos tendrían un mercado expandido siendo nacional e internacional. Para la creación de la empresa dedicada a los souvenirs ecológicos se implementaron estrategias financieras que comprobó la viabilidad del proyecto.
Conclusiones	Con el proyecto se determinó que se deben promover los souvenirs, para así poder dar a conocer de cada ciudad a nivel nacional e internacional, teniendo contribución con el desarrollo económico, social y cultural.

Fuente: Berrones, A & Figueroa, A & Parrales, J (2013)

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

2.1.2 Fundamentos Teóricos

Basándose en los fundamentos teóricos y prácticos recopilados y estudiados para el desarrollo del marco teórico, se considera que el estudio de factibilidad para la producción de una línea de souvenirs en la empresa Gráficos Dalo S.A., el funcionamiento de la idea de negocio, en temas como precios, comercialización, competitividad, estudio técnico, estudio de mercado, estudio legal, estudio administrativo y financiero, etc.

2.1.2.1 Teoría del Desarrollo Económico

El desarrollo como concepto trae consigo diversas implicaciones en lo económico, financiero, social y ambiental, demostrando ser un concepto integral, que trae consigo, además de lo anteriormente mencionado el desarrollo económico, entre algunos aspectos.

El desarrollo económico se circunscribe al desarrollo regional o local, lo cual representa un nuevo enfoque usado con la finalidad de promover el crecimiento de regiones pocas desarrolladas, sobre saliendo la desigualdad existente en países de América Latina, como es el caso del Ecuador.

Las teorías del desarrollo se pueden dividir en dos categorías, las teorías sobre el crecimiento económico y teorías del desarrollo económico, en este último aspecto al cuál se aboca la investigación, se vislumbra al crecimiento económico como un elemento del desarrollo, visto como una perspectiva integral, mucho más allá de lo económico, incorporando el aspecto humano y ambiental sustentable. Las teorías del desarrollo económico tanto a nivel país como a nivel local o regional aborda la teoría de modernización, dependencia, sistemas mundiales y globalización (Cárdenas, 2018).

La teoría del desarrollo sugiere examinar los efectos de la liberalización sectorial en las políticas de diferenciación sectorial para asegurar que los beneficios del cambio de políticas lleguen a las sociedades pobres y que los costos no se limiten a ellas. Personal. Las siguientes son las principales teorías del desarrollo socioeconómico: teoría de la modernización, teoría de la dependencia, teoría neo institucional, globalización, sistemas globales y desarrollo sustentable (Toscano, 2006).

2.1.2.2 Teoría de emprendimiento

La función emprendedora fue colocada en el campo de la economía por Richard Cantillo (1755) y Jean Baptiste Say (1803), según indican Kruger (2004) y Landstrom (2005), definiéndolo como aquel individuo capaz de asumir riesgos de comprar un producto a precio determinado y venderlo a precio incierto, estando estos involucrados de manera directa con el equilibrio de la oferta y la demanda (Cherukara, 2011).

La tendencia fue tratando de prevalecer en la figura del empresario innovador desde mediados del siglo XX, convirtiéndose en un tema relevante de investigación en diversas áreas de la ciencia.

Resaltando la teoría del desarrollo económico de Schumpeter, el cual establece la creación de nuevas empresas como factor de desarrollo económico, lo cual recae sobre la figura del empresario, lo cual hace una combinación de los factores productivos tradicionales de tierra, trabajo y capital. Este autor defiende el impulso que mueve la producción capitalista, lo que provoca procesos de transformación continuos. (EALDE, 2021)

Factores que han sido decisivos para el impulso del emprendimiento, aunado a la intermediación e innovación que impulsan las actividades emprendedoras productivas que contribuyen al desarrollo de nuevos mercados y mercados ya existentes.

2.1.2.3. Teoría de la modernización

La teoría de la modernización considera el desarrollo de un enfoque sistémico y progresivo en evolución para transformar, homogeneizar y converger el proceso de "americanización" también que el desarrollo social y político tiene lugar en el cambio de la racionalidad de la sociedad sobre la base del tacto, sobre la base de los resultados individuales. Por otro lado, la teoría determinó las etapas de desarrollo de la ciudad. Sin embargo, no previó otras consecuencias para el proceso de comunicación. No existe una sistematización teórica que confirme el papel del derecho en el desarrollo económico, el análisis de la modernización y la jurisprudencia sociológica.

La respuesta a los errores de pronóstico en relación con la modernización no proviene principalmente de la sociología estadounidense, sino de su contraparte

latinoamericana, que está fuertemente influenciada por la economía política marxista (Mieles, 2019)

Desde este punto de vista alternativo, la modernización ha sido un respeto ideológico por el capitalismo occidental, cuya penetración en el resto del mundo ciertamente han dejado atrás. Reforzar mutuamente los procesos acumulativos: acumular capital y movilizar recursos; Desarrollo de las fuerzas productivas y aumento de la productividad laboral. Construir un poder político centralizado y desarrollar la identidad nacional; ampliar el derecho a la participación política, el estilo de vida urbano y la educación formal.

Secularización de valores y normas; etcétera. Pero en las sociedades del tercer mundo, en lugar de favorecer el crecimiento económico y fortalecer la justicia social, la modernización ha tenido varias consecuencias negativas no deseadas, como el desarrollo prematuro de patrones de consumo con poca relevancia local (Rojas, 2014)

Productividad, el diferencial normal entre las élites que pueden participar en el mundo actual. El consumo y las masas conscientes pero excluidas, presión migratoria de los individuos y sus familias que buscan acceder al presente cuando emigran a los países modernos. Uno de los enfoques de la modernización estructuralista considera los costos sociales como un requisito previo para la aplicación del modelo y se basa en la subjetividad del control restrictivo.

El estructuralismo se integra en las relaciones e interacciones entre los centros y la periferia, las condiciones y características estructurales económicas, sociales y políticas del sistema capitalista que determinan el desarrollo y el atraso de la población. Las corrientes neoliberales y neo estructuralistas, a su vez, alcanzaron un cierto consenso en sus propuestas de funciones de mercado y gobierno en la década de los noventa, que se basaba en el reconocimiento de la complementariedad y no del antagonismo, que podía generar relaciones armónicas y promotoras del desarrollo (Alvear, 2020).

El estado y el mercado existen para representar los intereses del sector público y privado de una realidad social. En una sociedad más desarrollada, el Estado, el mercado y la sociedad civil se fortalecen como herramientas para el autodesarrollo. Áreas de modernización estatal, incluyendo cambios en las actividades tradicionales, las funciones

de las instituciones políticas, la productividad del sector privado y el diseño e implementación de políticas públicas en diferentes sectores.

El proceso de modernización del estado no necesariamente se debilita ya que debe incluir sus funciones tradicionales como seguridad, justicia, defensa, relaciones exteriores, etc., la implementación de políticas sociales y estatales, sustentadas en decisiones políticas (Alfaro, 2000).

2.1.2.4. El desarrollo sustentable desde la producción

La ecología política analiza tanto las pequeñas comunidades como la división internacional del trabajo, participa en los debates sobre el desarrollo y presenta conceptos como el desarrollo sostenible y el medio ambiente global. Desde la perspectiva del desarrollo sostenible, el crecimiento económico de la economía mundial es un motivo de preocupación que está causando daños irreparables al planeta. En los últimos años, varios estudios han mostrado una relación inversa entre la actividad económica y los niveles de contaminación conocida como Curva Ecológica de Kuznet, lo que sugiere que las emisiones per cápita son bajas en el ingreso per cápita.

Las concentraciones tienden a aumentar más lentamente. Se ha demostrado que esta relación entre las diferencias de ingresos per cápita y la contaminación depende del tamaño de la economía, la estructura del sector, la estructura de la demanda de energía, la tecnología, los requisitos de calidad ambiental y el nivel de conservación de la energía en calidad del medio ambiente (Hernandez, 2020).

En los últimos años, el debate económico se ha centrado en el concepto de desarrollo sostenible como criterio único y comprensible para determinar el desarrollo global. Define el desarrollo sostenible como una brecha inter temporal que corresponde a la equidad entre generaciones. Sin embargo, es cierto que la mayoría de los economistas ven el desarrollo sostenible como parte de su camino de desarrollo previsto. El camino hacia el desarrollo sostenible es un camino eficaz que no pierde su utilidad con el tiempo.

Así como la mejora potencial de Pareto Caldor-Hicks puede conducir a una optimización de Pareto y una compensación justa para los ganadores perdidos, la productividad dinámica con las herramientas adecuadas conduce al ambicioso objetivo de la sostenibilidad (Martinez S. , 2016).

Resultó que el análisis económico práctico según Pareto busca potencial de mejora, mientras que el análisis económico a largo plazo se centra en las características dinámicas que conducen a la posibilidad de un desarrollo sostenible. El desarrollo es una condición necesaria para satisfacer las necesidades de la población del país mediante el uso racional y sostenible de los recursos naturales. El desarrollo sostenible satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de comprometer la autosuficiencia como modelo de desarrollo diseñado para resolver las tensiones entre las limitaciones del crecimiento y los economistas.

El desarrollo del paradigma de crecimiento es inestable, por lo que es necesario tener en cuenta la relación entre crecimiento y justicia, es decir, mirar a las generaciones futuras. Los bienes públicos globales garantizan la capacidad de desarrollo sostenible, pero los países más desarrollados evitan sus costos, hasta mediados de los 80 (Pierri, 2005).

El modelo predominante de desarrollo tecnocrático e instrumental basado en recursos se basa en la suposición errónea de que las empresas tienen experiencia que se puede aplicar sin cambios institucionales. Pero los países con altos ingresos per cápita no están necesariamente desarrollados y no todos los avances son sostenibles. Las teorías del desarrollo sustentable llevaron a modelos neoliberales que reforzaron el mercado a través de instrumentos económicos como regulador de las relaciones entre la producción y el medio ambiente y eliminaron la política pública de control estatal.

Capital de riesgo transnacional invertido en países pobres para acelerar su desarrollo a cambio de la explotación de recursos naturales y la superación de impactos ambientales catastróficos; Los países industrializados que buscan el crecimiento económico a través de la industria amenazan la estabilidad del desarrollo a largo plazo (Pierri, 2005).

2.1.2.5 Teoría de gestión empresarial

La teoría administrativa expone las diferentes corrientes del pensamiento que la han caracterizado a lo largo de la historia, siendo unas de carácter amplio, y otras tendientes a la especialización. Identificada cada una de las épocas por marcar paradigmas, entendiendo por éstos como el marco teórico, conjunto de teorías que indican un esquema formal de organización, en la ciencia.

Velásquez (2002) y Kootz (2000) exponen la evolución de la teoría administrativa en escuelas o enfoques, desglosando Velásquez esas escuelas en tres, la primera la escuela clásica (1900 – 1930), la segunda la escuela de las relaciones humanas (1930 – 1960) y la tercera la escuela holística (1960 – hasta nuestros tiempos).

La escuela clásica se enfocó en los principios del reduccionismo, pensamiento analítico y mecanicismo. El reduccionismo se enfocó bajo el lema “divides y vencerás”, para analizar un problema, lo divides en sus partes y lo analizas en forma independiente, indica Velásquez (2002) “el reduccionismo obliga a que las personas razonen dentro de celdas mentales”. El pensamiento analítico es la capacidad que se tiene frente a un problema para resolverlo a partir de la desagregación de forma sistémica de sus partes, y el mecanicismo es la vinculación existente entre causa – efecto, evento ocurrido entre dos fenómenos.

Los precursores de ésta escuela fueron Taylor y Fayol, los cuáles enfocaron a la organización como un sistema cerrado, siendo la mayor contribución la división de tareas, especialización, definición de funciones básicas de la empresa, de la administración y principios generales de la misma, estando de acuerdo con Velásquez “la escuela clásica fue excluyente y sobredimensionó la realidad técnica”.

La escuela de las relaciones humanas y del comportamiento se dio inicio gracias a la experiencia de Hawthorne en 1927, dicho experimento trato las condiciones laborales (iluminación), para constatar como incidía en la eficiencia de los obreros en la producción, resultando por ende en un cambio paradigmático ya que se modifica la visión del hombre, en que su única motivación es económica, basándose entonces en los valores humanos.

Dentro de los promulgadores destacados en la escuela de las relaciones humanas y del comportamiento estuvieron Maslow, Herzber, McGregor, entre otros, y sus mayores contribuciones han sido la visión del hombre como ser social, dotado de un sistema psíquico, con una aptitud para el aprendizaje. Pero al igual que la escuela anterior, vieron a la organización como un sistema cerrado enfocado únicamente a la realidad social.

La escuela holística, se basa en los principios del expansionismo, pensamiento sintético y la teleología. El expansionismo sostiene que todo fenómeno en parte de un fenómeno mayor, basándose en la visión del todo, es decir, el enfoque sistémico. El pensamiento sintético ve las cosas como un sistema mayor y está más interesado en unir

que en separar, la teleología en cambio, “es el principio según el cual la causa es una condición necesaria, más no siempre suficiente para que se produzca el efecto” (Velásquez, 2002) está visión basada en el principio mecanicista, es modificada con el enfoque sistémico donde la organización como sistema abierto visualiza sus actividades buscando objetivos y finalidades, resultando por tanto ésta escuela la que trata de unir la realidad social y técnica, convergiendo en los diferentes puntos de vistas manifestados por cada área con respecto a la administración.

En cambio Kootz (2000) indica que existen once enfoque o escuelas: el enfoque empírico o de casos, donde sus propulsores se enfocan en análisis de las experiencias a través de los casos, el enfoque del comportamiento interpersonal, donde las cosas se hacen es a través de la gente, enfocándose sobre todo en la psicología individual, el enfoque del comportamiento grupal, se relaciona con la conducta de las personas pero en grupos, el enfoque de los sistemas sociales cooperativos, estudia las relaciones humanas como sistemas sociales cooperativos, el enfoque de los sistemas socio técnicos, que percibe la inter relación entre los sistemas técnicos (máquinas y métodos) con los sistemas sociales, por lo que deben ser considerados en conjunto, y deben estar armonizados, el enfoque de la teoría de las decisiones, enfoca que para administrar se requiere la toma de decisiones basadas en casos específicos, el enfoque de los sistemas, basado principalmente en la teoría de sistemas.

El enfoque matemático o de la ciencia de la administración, el cual plantea ejercicio de procesos, conceptos, símbolos y modelos matemáticos como el eje central de ésta ciencia, el enfoque de contingencias o situacional, donde dado un conjunto de circunstancias o situaciones los administradores podrán hacer su práctica, el enfoque de los roles administrativos, donde se expresa básicamente tres roles fundamentales, interpersonales, informativos y de decisión los cuáles deben estar alineados a las funciones básicas de la administración, y el enfoque de la teoría operacional.

En éste último enfoque, desde la perspectiva de la investigación coincide con Koontz, se trata de unificar, “lo que se ha denominado la ciencia y teoría básica de la administración”, los diferentes enfoques y disciplinas (ciencia política, sociología, psicología social, antropología cultural, psicología, experiencia clínica de practicantes, matemáticos, teoría económica, teoría de las decisiones, teoría general de sistemas, ingeniería industrial, entre otros), presentando cada una, conceptos y términos que pueden variar, todo dependerá del ángulo donde se observe, estando por tanto de acuerdo con

Velásquez en que se debe practicar la flexibilidad paradigmática, y ser tolerantes en como el otro ve la ciencia administrativa.

2.1.2.6 Teoría de la productividad

La teoría de la productividad se relaciona con los factores productivos de trabajo, naturaleza, capital y empresa, buscando el mayor rendimiento de estos, de allí que la empresa como ente de producción busque mejorar sus niveles productivos generando un ingreso marginal.

Esta teoría trae en sí misma un compendio de leyes que tratan de explicar el comportamiento de la unidad de producción o empresa, y su manifestación en el mercado, como lo es la oferta.

Se abocan la teoría de la productividad marginal y del capital. La primera hace referencia a la participación de los factores productivos y la renta nacional, las cuales están condicionadas por el valor de la productividad marginal de los mismos. La segunda se refiere al tomador de un préstamo que paga un interés porque está en la naturaleza del capital producir un valor superior al suyo. (ABC, 2006)

2.1.2.7 Teoría de la globalización

La teoría de la globalización mantiene sus esfuerzos en realizar operaciones económicas y sus interrelaciones políticas y financieras sumando la participación en el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación bajo aspectos culturales. A pesar de esto, se resaltan son los países que han alcanzado un alto nivel de desarrollo económico mediante la regulación de sus mercados financieros.

De esta forma, son las organizaciones multinacionales que ven el desarrollo como un desafío multifuncional y complejo en el que el sector privado juega un papel clave, clave para el progreso en los países menos desarrollados. Tanto así que señalan que al invertir en países pobres, las empresas extranjeras juegan un papel clave para superar la trampa de la riqueza (Reyes G. , 2001).

La teoría de la “globalización” se alimenta de la complejidad de la relación entre lo local y lo global, que está relacionada con la globalización de los fenómenos, pero también con la localización de derivados económicos y políticos. Las instituciones

fracasan porque no constituyen arreglos institucionales y negociaciones de largo plazo entre diferentes actores económicos, aunado a la poca adaptación de las condiciones plenas de desarrollo local según el modelo global propuesto por los organismos multilaterales.

En este sentido, se tiene que el colapso de la economía socialista y el colapso estratégico de la economía de mercado, que abandonó el modelo de desarrollo nacional y sustitución de importaciones, llevaron a una transformación cualitativa de los procesos de desarrollo económico que fueron liderados por la competencia abierta (Burgos, 2016)

Entre lugares en diferentes partes del mundo, es decir, la globalización de los procesos económicos. Por tanto, las economías nacionales basadas en procesos económicos globales se integran en los mercados globales, no en las instituciones de la comunidad local.

Sin embargo, los procesos de globalización económica, impulsados por la competencia abierta en los mercados mundiales dentro del modelo de desarrollo neoliberal, provocan formas institucionales de gobierno nacional, presiones sobre la liberalización y desregulación de los sistemas económicos y financieros. y promover la privatización. Investigación y empresas e instituciones universitarias, adecuación de la política ambiental y social, etc. (Foncea, 2019).

El actual modelo de desarrollo neoliberal es responsable de la política social, que ayuda a adecuar los indicadores macroeconómicos en detrimento del bien común. A través de su estrategia capitalista, promueve la creación y funcionamiento de una sociedad civil motivada por valores democráticos que se opone a las decisiones autoritarias del Estado. Tiene como objetivo restringir las funciones del estado y ampliar el campo de acción en el mercado libre.

El término globalización, utilizado con fines académicos a mediados de la década de los ochenta, es ambiguo y solo pretende transmitir evidencia empírica. Sin embargo, debe analizarse en términos de los fundamentos, el contenido y los procesos que caracterizan al capitalismo global y las sociedades modernas (Reyes G. , 2001).

2.1.2.8 Teoría del desarrollo sostenible

La ecología política analiza tanto las pequeñas comunidades como la división internacional del trabajo, participa en los debates sobre el desarrollo y presenta conceptos como el desarrollo sostenible y el medio ambiente global. Desde la perspectiva del desarrollo sostenible, el crecimiento económico de la economía mundial es un motivo de preocupación que está causando daños irreparables al planeta. En los últimos años, varios estudios han mostrado una relación inversa entre la actividad económica y los niveles de contaminación conocida como Curva Ecológica de Kuznet, lo que sugiere que las emisiones per cápita son bajas en el ingreso per cápita.

Las concentraciones tienden a aumentar más lentamente. Se ha demostrado que esta relación entre las diferencias de ingresos per cápita y la contaminación depende del tamaño de la economía, la estructura del sector, la estructura de la demanda de energía, la tecnología, los requisitos de calidad ambiental y el nivel de conservación de la energía en calidad del medio ambiente (Hernandez, 2020).

En los últimos años, el debate económico se ha centrado en el concepto de desarrollo sostenible como criterio único y comprensible para determinar el desarrollo global. Define el desarrollo sostenible como una brecha inter temporal que corresponde a la equidad entre generaciones. Sin embargo, es cierto que la mayoría de los economistas ven el desarrollo sostenible¹⁰ como parte de su camino de desarrollo previsto. El camino hacia el desarrollo sostenible es un camino eficaz que no pierde su utilidad con el tiempo.

Así como la mejora potencial de Pareto Caldor-Hicks puede conducir a una optimización de Pareto y una compensación justa para los ganadores perdidos, la productividad dinámica con las herramientas adecuadas conduce al ambicioso objetivo de la sostenibilidad (Martinez S. , 2016).

Resultó que el análisis económico práctico según Pareto busca potencial de mejora, mientras que el análisis económico a largo plazo se centra en las características dinámicas que conducen a la posibilidad de un desarrollo sostenible. El desarrollo es una condición necesaria para satisfacer las necesidades de la población del país mediante el uso racional y sostenible de los recursos naturales. El desarrollo sostenible satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de

comprometer la autosuficiencia como modelo de desarrollo diseñado para resolver las tensiones entre las limitaciones del crecimiento y los economistas.

El desarrollo del paradigma de crecimiento es inestable, por lo que es necesario tener en cuenta la relación entre crecimiento y justicia, es decir, mirar a las generaciones futuras. Los bienes públicos globales garantizan la capacidad de desarrollo sostenible, pero los países más desarrollados evitan sus costos, hasta mediados de los 80 (Pierri, 2005).

El modelo predominante de desarrollo tecnocrático e instrumental basado en recursos se basa en la suposición errónea de que las empresas tienen experiencia que se puede aplicar sin cambios institucionales. Pero los países con altos ingresos per cápita no están necesariamente desarrollados y no todos los avances son sostenibles. Las teorías del desarrollo sustentable llevaron a modelos neoliberales que reforzaron el mercado a través de instrumentos económicos como regulador de las relaciones entre la producción y el medio ambiente y eliminaron la política pública de control estatal.

Capital de riesgo transnacional invertido en países pobres para acelerar su desarrollo a cambio de la explotación de recursos naturales y la superación de impactos ambientales catastróficos; Los países industrializados que buscan el crecimiento económico a través de la industria amenazan la estabilidad del desarrollo a largo plazo (Pierri, 2005).

2.1.2.1.9 Teoría de la riqueza de las naciones

La expansión y evolución del sistema capitalista ha dado origen a entornos en los cuales prevalecen múltiples características, para ello quienes han estudiado el tema proponen varias teorías, las cuales se pueden ver desde el siglo XVIII, cuando surgió la Economía Política en Inglaterra y en Francia, las cuales abordaron distintos tipos de análisis sobre el crecimiento de la riqueza de las naciones, siendo Adam Smith (1776) uno de sus precursores. Desde esos tiempos y hasta el presente, múltiples han sido entonces las aproximaciones para comprender la dinámica de esta forma de producir bienes y servicios en la mayoría de los países del mundo entero. (Morera, 2010)

Hernán Echavarría Olózaga en su libro Macro Economía indica que la riqueza solo se crea en las empresas, por lo que las naciones deben desarrollar un clima

hospitalario para el surgimiento, estabilidad y crecimiento del parque empresarial. De esta forma, el empresario se convierte en un elemento clave, que si bien es cierto corre más riesgos, gana más dinero y tiene un mayor incremento en su nivel de vida, en contraposición a que incrementa la riqueza de un país, por lo tanto, son las empresas el motor de desarrollo de la economía.

Es decir, sin empresas no hay producción ni la menor posibilidad de abandonar el subdesarrollo de un país, de esta forma, a las empresas no se les debe penalizar con el ahorro y castigar con la hostilidad general a los empresarios, todo lo contrario, requieren de estimulación.

2.2.Marco Legal:

Dentro del marco legal para el estudio de factibilidad sobre la producción de una línea de souvenirs en la empresa Gráfico Dalo S.A, se tiene como guía a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, en las principales normativas que a continuación se detallan:

2.2.1. Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. ONU (2015)

En el objetivo 8.2 promover el crecimiento económico sustentado, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos dice que se debe lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra (Camacho, 2015).

El objetivo 8.3 promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento pequeñas empresas, se relaciona a la dirección del proyecto (Arteaga, 2016).

También objetivo 8.9 hace referencia a elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales, el proyecto de factibilidad se enfocará en el sector turístico ya que es fuerte en el Ecuador (Perez, 2015).

Hay un parte en el objetivo 12 sección b hace referencia a garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles es decir elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales, la planificación es dar trabajo en este sector con el fin que crezca el emprendimiento y así obtener más producción (Sola, 2018).

2.2.2. La Constitución de la República del Ecuador. Asamblea Nacional Constituyente (2008)

La Constitución de la República del Ecuador es la Norma Suprema la cual está dividida en dos partes la dogmática y la otra orgánica dedicada a determinar la organización del Estado.

En el artículo 284 sobre el sistema económico y política económica en el literal 2 hace referencia a incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional, el estudio de factibilidad cumple con este artículo (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

En su artículo 319 detalla las diferentes maneras de organización de la producción en la economía comunitaria, cooperativa, empresarial pública o privada, asociativa, familiar, doméstica, autónoma y mixta. Por lo tanto, es el gobierno quien fomentará las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población estimulando a que su producción satisfaga la demanda interna y garantizará una participación activa del Ecuador en el contexto internacional.

En el artículo 320 sobre las formas de organización de la producción y su gestión. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social. Por tanto, Gráficos Dalo S. A. en la producción incrementará el control de calidad para que sus productos al momento de entregar estén sin falla (Orrala, 2017).

En el artículo 385 sobre la ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, literal 3 dice sobre desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción

nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir. En esta sección del artículo tiene que ver mucho con la dirección que se le está guiando al proyecto, "Primero lo nuestro" esa la esencia del proyecto (Velasquez, 2016).

2.2.3. Plan Nacional Toda una Vida (PNTV 2017 - 2021)

El objetivo 5 sobre impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria, el estudio de factibilidad se inclina a este objetivo ya que al momento de incrementar la línea de souvenirs en Gráficos Dalo S. A. se habla de comenzar a producir y distribuir.

En el objetivo 5 con su política 4 sobre incrementar la productividad y generación de valor agregado creando incentivos diferenciados al sector productivo, para satisfacer la demanda interna, y diversificar la oferta exportable de manera estratégica, al momento de generar un estudio de mercado se plantea estrategias para comenzar a contrarlar oferta y demanda.

En el objetivo 5 con su política 9 dice fortalecer y fomentar la asociatividad, los circuitos alternativos de comercialización, las cadenas productivas, negocios inclusivos y el comercio justo, priorizando la Economía Popular y Solidaria, para consolidar de manera redistributiva y solidaria la estructura productiva del país (Jaramillo, 2019).

2.2.4. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010)

En el Art 53 indica sobre la Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código. En este caso, Gráficos Dalo S. A. opera como una PYME ya que es una unidad productiva que aporta al país mediante el comercio y servicio. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En esta sección se expone el enfoque de la investigación, alcance, técnicas e instrumentos de recolección de datos, población y muestra, aunado a la presentación y análisis de resultados, con su correspondiente estudio de factibilidad.

3.1. Enfoque de la investigación

El proyecto es de paradigma cuantitativo – cualitativo es decir paradigma mixto, el enfoque cuantitativo posee una concepción positivista, hipotético – deductiva, particularista, con énfasis en la objetividad y orientada a los resultados, mientras que el enfoque cualitativo hace énfasis en la certificación de la investigación con el fin de recopilar datos sobre el tema planteado de hecho es una visión de la ciencia que pretende comprender la realidad. (Cook, 1995)

La investigación se enfocó al paradigma mixto porque se pretende investigar la situación económica que genera los souvenirs para empresa, por eso el presente estudio de factibilidad debido a que pasa de lo general a lo particular, es decir que se empezó recopilar información de los clientes nacionales y extranjeros; para concluir que las empresas o personas naturales dedicadas a distribuir estos tipos de productos serán nuestros consumidores, usando instrumentos y técnicas pertinentes al paradigma en cuestión.

3.2. Alcance de la Investigación

Según Tamayo y Tamayo (2003), sobre la investigación descriptiva, plantea que “trabaja sobre realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta” (p. 46). La investigación descriptiva comprende la descripción del problema, registro de la data, análisis e interpretación del comportamiento de los datos reales tomados del entorno en que se desenvuelve la problemática.

En la presente investigación se aplicó una investigación de tipo descriptiva, teniendo en cuenta lo citado anteriormente por el autor, en vista de que se trata de la aplicación inmediata de una técnica estandarizada, dentro de la realidad objeto de estudio.

3.3. Técnica e instrumentos

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos son de mucha importancia en vista de que, se utilizan una vez que se inicia el contacto directo con la realidad objeto de estudio,

pudiendo definirse como la expresión operativa del diseño de investigación, la especificación concreta de cómo se hará la investigación (Tamayo, 2003).

La encuesta es definida por Palella y Martins (2010) como “una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones interesan al investigador. Es una técnica aplicable a sectores amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas individuales” (p. 123). Estas encuestas fueron aplicadas por una base de datos que tiene Gráficos Dalo S. A. personas durante el desarrollo de la investigación, y la misma estuvo conformada por 6 preguntas orientadas a los hábitos de consumo y preferencias de los demandantes de productos souvenirs. (Anexo A)

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

Según Hurtado (2012), “la población es el conjunto de seres que poseen la característica o evento a estudiar y que se enmarca dentro de los criterios de inclusión” (p. 140). El presente proyecto toma como referencia la base de datos de la empresa Gráficos S. A. de Guayaquil. En la cual se consideró las ventas del último año (2021), seleccionando a clientes relacionados al sector de servicios y turísticos, los cuales dan como resultado un total de 1497.

3.4.2. Muestra

La muestra es facción de la población de estudio, para (Castro, 2003) “la muestra se clasifica en probabilística y no probabilística. La probabilística, son aquellas donde todos los miembros de la población tienen la misma opción de conformarla a su vez pueden ser: muestra aleatoria simple, muestra de azar sistemático, muestra estratificada o por conglomerado o áreas. La no probabilística, la elección de los miembros para el estudio dependerá de un criterio específico del investigador, lo que significa que no todos los miembros de la población tienen igualdad de oportunidad de conformarla. La forma de obtener este tipo de muestra es: muestra intencional u opinática y muestra accidentada o sin norma”

Con la base de datos Gráficos Dalo S. A. en la cual se puedo determinar la muestra aplicando la formula, a continuación:

Formula de muestreo

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

En siguiente formula donde:

- N = x Población
- Z = Nivel de Confianza con un 95%
- p = Probabilidad de que suceda con un 50%
- q = (1-p) Probabilidad de que no suceda con un 50%
- e = Margen de error del con un 5%

$$n = \frac{1497 (0.95)^2 (0.50) (0.50)}{(0.05)^2 (1497 - 1) + 0.95^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{1497 (0.9025) 0.25}{0.0025 (1496) + 0.9025 (0.25)}$$

$$n = 306$$

$$n \approx 306$$

Calculadora de tamaño de muestra

¿Qué margen de error puede aceptar? %
5% es una opción común

¿Qué nivel de confianza necesitas? %
Las opciones típicas son 90%, 95% o 99%

¿Cuál es el tamaño de la población?
Si no lo sabe, use 20000

¿Cuál es la distribución de la respuesta? %
Deja esto como 50%

Su tamaño de muestra recomendado es **306**

¡ Las encuestas en línea con Vovici tienen tasas de finalización del 66%!

Escenarios alternativos	
Con un tamaño de muestra de <input type="text" value="100"/> Su margen de error sería 9,47%	Con un nivel de confianza de <input type="text" value="90"/> El tamaño de su muestra tendría que ser 230
<input type="text" value="200"/> 6,45%	<input type="text" value="95"/> 306
<input type="text" value="300"/> 5,06%	<input type="text" value="99"/> 460

Ilustración 1 Cálculo de la muestra

Fuente: Raosoft.com

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Por lo que la muestra se pauteó en 306 personas que cumplían con los criterios anteriormente descritos.

3.5. Presentación y análisis de resultados

Es importante la presentación ordenada de los resultados según los instrumentos utilizados, pudiendo representarse mediante tablas, gráficos, esquemas y otro que se considere pertinente. Énfasis en el análisis que hace el investigador de cada resultado

Las personas que a quienes se le realizó la encuesta mediante correo electrónico fueron:

- Personas con rol de turista
- Compras realizadas en la empresa
- Edad mayor a 18 años

3.5.1. Preguntas preliminares

1. Edad

Tabla 6 Edad

EDAD		
16 a 25 años	32	10,46%
26 a 35 años	85	27,78%
36 a 45 años	142	46,41%
46 a 55 años	26	8,50%
De 56 en adelante	21	6,86%
TOTAL	306	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

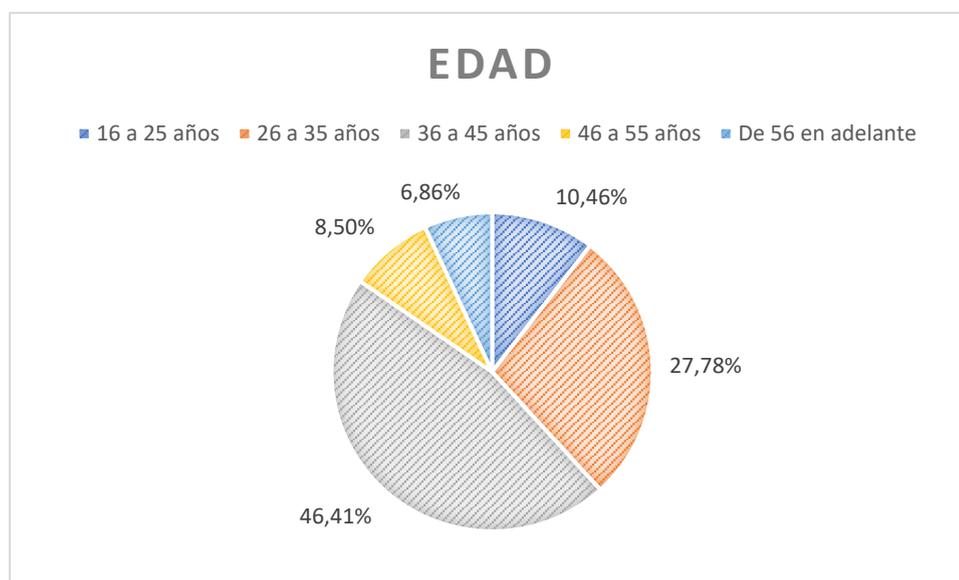


Ilustración 2 Edad

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Análisis

Entre los 36 a 45 años predominan con el 46,41% de la población considerando que las personas de esta edad tienen motivos de adquirir souvenirs, siguiendo con 27,7% las personas entre 26 a 35 años. Las personas de más de 56 años representan un índice bajo con el 6,86%.

2. Sexo

Tabla 7 Sexo

SEXO		
Masculino	175	57,19%
Femenino	131	42,81%
TOTAL	306	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

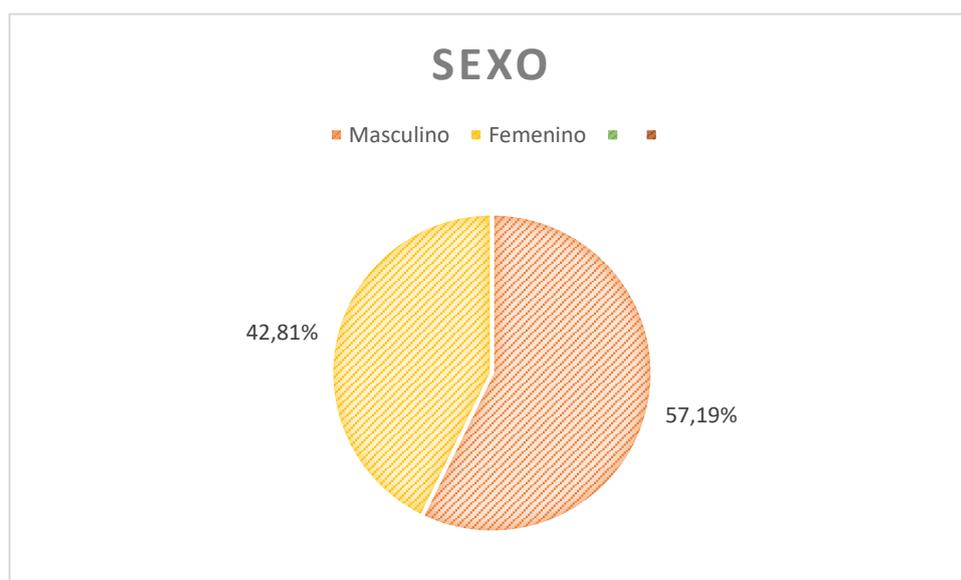


Ilustración 3. Sexo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Análisis

De la muestra tomada con un 57,19% la población femenina es más propensa a consumir nuestro producto, dejando así a los hombres con el 42,81% como potencial cliente.

3. Clientes

Tabla 8 Clientes

CLIENTES		
Nacional	174	56,86%
Extranjero	132	43,14%
TOTAL	306	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)



Ilustración 4. Clientes

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Análisis

Se identifica que el 56,86% de la muestra tomada como un mercado nacional siendo manejable y fuerte, con un 43,14% siendo una base sólida con posible crecimiento.

4. Motivo de viaje

Tabla 9 Motivo de viaje

MOTIVO		
Vacaciones	174	56,86%
Trabajo	30	9,80%
Otros	102	33,33%
TOTAL	306	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)



Ilustración 5. Motivo de viaje
 Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Análisis

Con este resultado de la muestra el perfil del cliente se caracteriza como vacacionista con un 56,86% más de la mitad. En segundo lugar, con un 33,33% están los clientes que por motivo de trabajo salen de viaje y con un 9,80% son clientes varios motivos turistan.

3.5.2. Preguntas de la encuesta

1. *¿Con que frecuencia adquiere souvenirs?*

Tabla 10 Frecuencia con que adquiere souvenirs

Indicador	Absoluta	Relativa
Una vez al mes	48	15,69%
Cada tres meses	52	16,99%
Cada seis meses	64	20,92%
Una vez al año	142	46,41%
TOTAL	306	53,59%

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

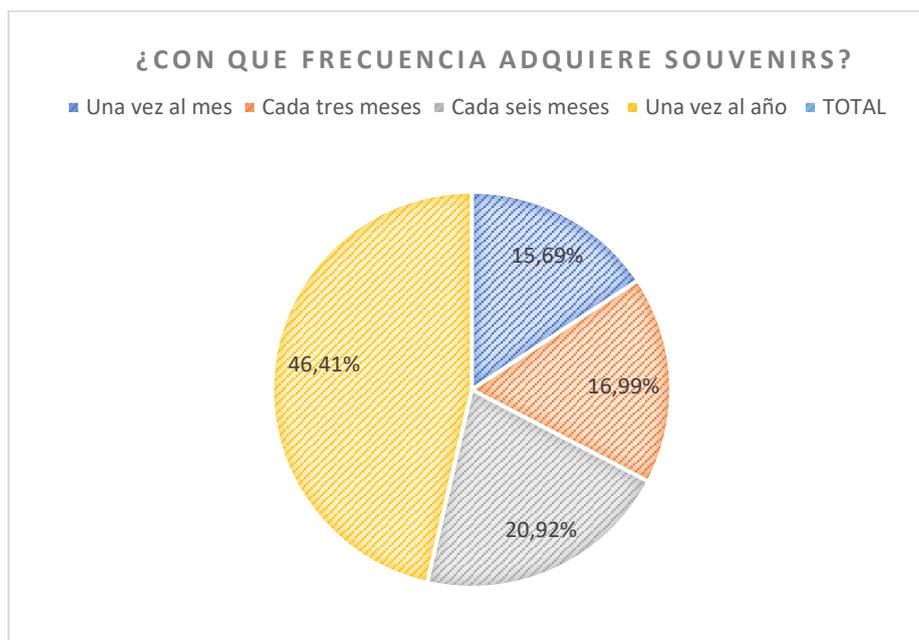


Ilustración 6. Frecuencia con que adquiere souvenirs
 Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Análisis

Con respecto a la frecuencia de adquisición de productos se pudo observar que el hábito del cliente está dirigido en mayor proporción al consumo en periodos anuales en un 49,41%, mientras que en segundo lugar con un 20,92% adquieren souvenirs mensuales. A continuación, en la figura 1 se observan los resultados concernientes a la frecuencia de adquisición es de destacar que alrededor del 16,99% de la muestra analizada adquieren quincenal, cuestión que podría indicar la adquisición de pequeños volúmenes por parte de estos clientes, debido a bajo uso de estos.

2. ¿Cuál es el souvenir que generalmente adquiere en mayor proporción?

Tabla 11 Souvenirs que generalmente adquiere en mayor proporción

Indicador	Absoluta	Relativa
Camisas	83	27,12%
Vasos	125	40,85%
Accesorios	98	32,03%
TOTAL	306	100,00%

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

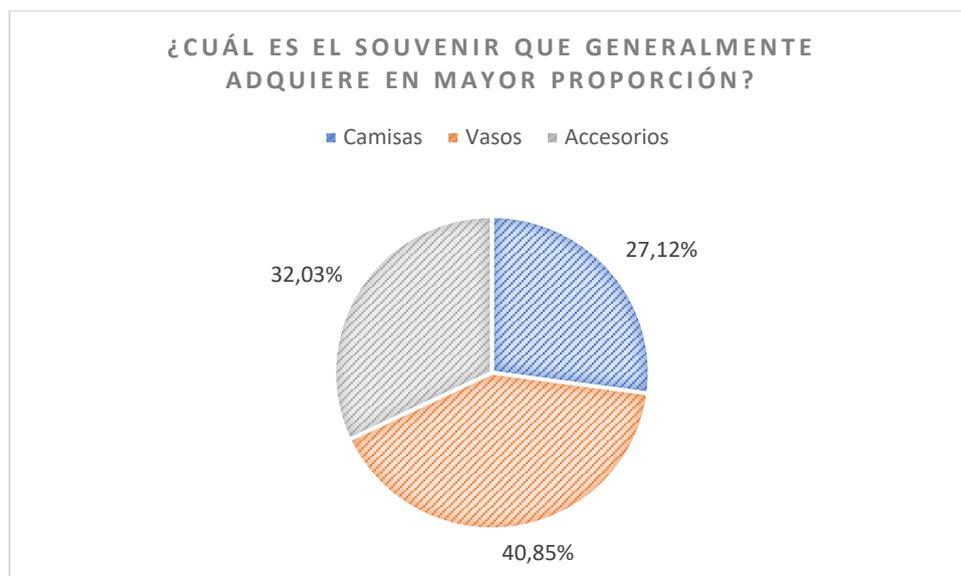


Ilustración 7. Souvenirs que generalmente adquiere en mayor proporción
 Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Análisis

La investigación arrojó que existen preferencias del tipo de producto que se adquieren, en este caso, es la prenda de vestir y principalmente es tradicionalmente comprados por clientes extranjeros. En la figura 2 se visualiza la tendencia de preferencia de los consumidores estudiados, observándose alta concentración con respecto al souvenirs como las camisas que suman un 48,69% de la muestra estudiada. Así mismo es de destacar que souvenirs tales como accesorios ocuparon un 32,03% y vasos 19.28%.

3. ¿En qué se basa para escoger su producto?

Tabla 12 En que se basa para escoger su producto

Indicador	Absoluta	Relativa
Calidad	98	32,03%
Precio	83	27,12%
Marca	27	8,82%
Reconocimiento	98	32,03%
TOTAL	306	100,00%

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

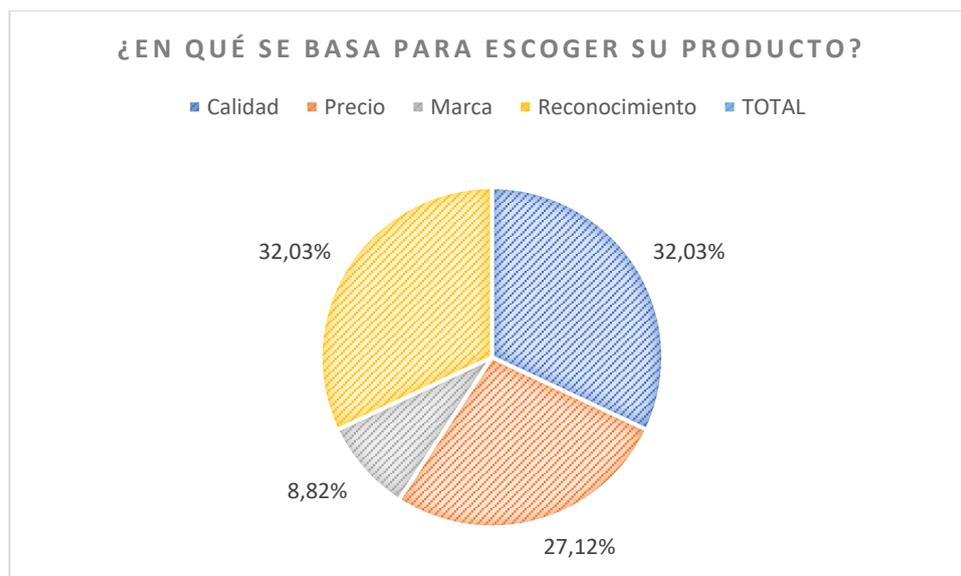


Ilustración 8. En que se basa para escoger su producto
 Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Análisis

Es de resaltar que existe una baja concentración de clientes que toman en cuenta la marca del producto, cuestión que puede deberse a la disminución de la oferta de souvenirs de marcas reconocidas. En la figura 3 es posible apreciar el comportamiento de los factores de preferencia por parte de los clientes que influyen en la escogencia de los souvenirs, la aceptación de los souvenirs es en calidad y en reconocimiento con 32,02%.

4. ¿Le gustaría contar con un servicio de delivery para los souvenirs?

Tabla 13 Servicio de delivery para los souvenirs

Indicador	Absoluta	Relativa
Si	110	35,95%
No	196	64,05%
TOTAL	306	100,00%

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

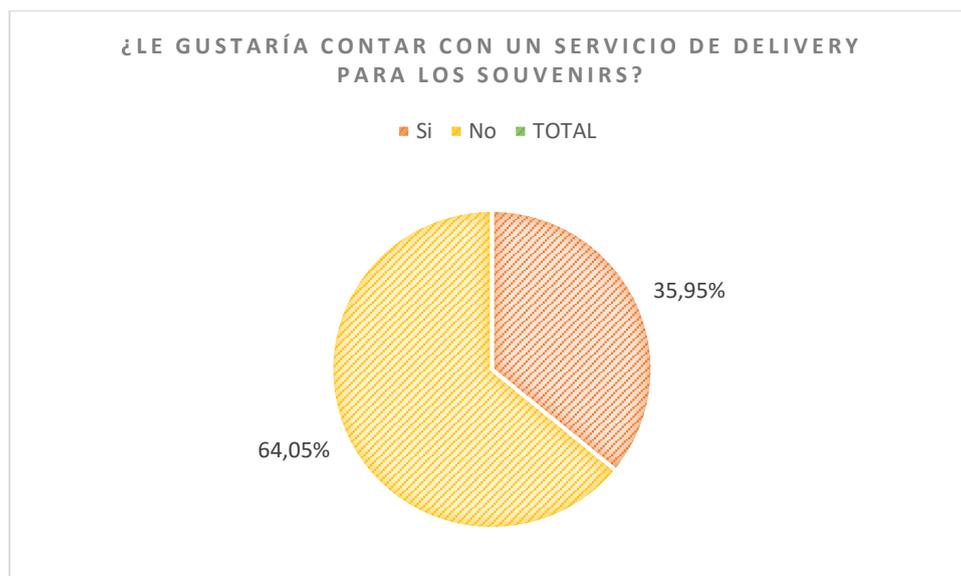


Ilustración 9. En que se basa para escoger su producto
 Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Análisis

En cuanto a si los consumidores estarían de acuerdo con incluir un costo adicional con respecto al servicio de delivery para los souvenirs el 64,05% indico no estar de acuerdo porque a la mayoría de los turistas prefieren vivir la experiencia de acercase y ver la cultura del lugar al cual están visitando y el 35,95% afirmo querer un costo adicional por este servicio.

5. ¿Le gustaría recibir promociones de los souvenirs?

Tabla 14 Promociones para los souvenirs

Indicador	Absoluta	Relativa
Si	258	84,31%
No	48	15,69%
TOTAL	306	100,00%

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

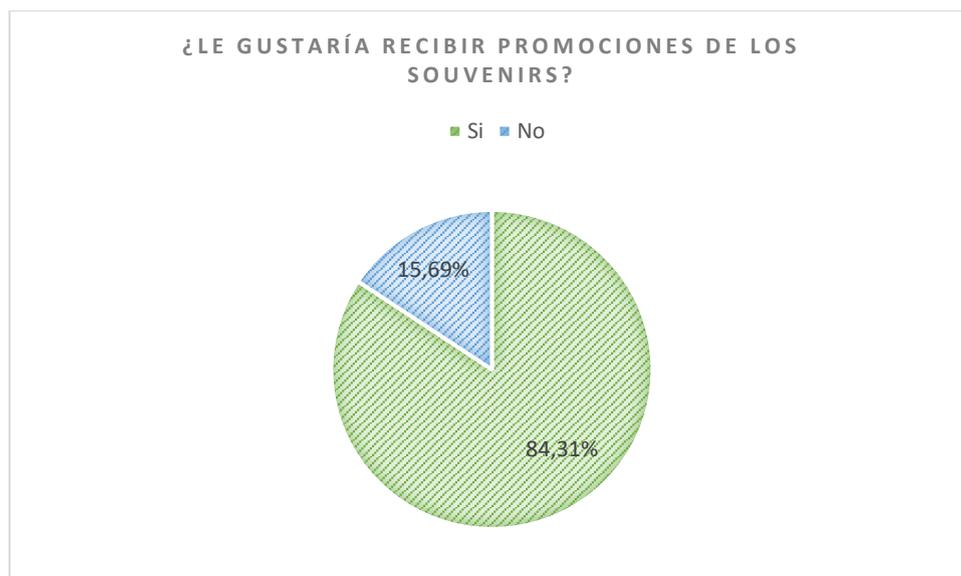


Ilustración 10. En que se basa para escoger su producto
 Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Análisis

Con respecto a si le gustaría que la empresa en estudio ofrezca promociones en los souvenirs, el 54,31% de los consumidores indicaron que sí y un poco porcentaje 15,69%. Por lo que sería importante tomar en cuenta y promocionar en un periodo mensual algunos de los souvenirs, para así atraer muchos más clientes.

6. ¿Es de su agrado adquirir productos sublimados como souvenirs?

Tabla 15 Promociones para los souvenirs

Indicador	Absoluta	Relativa
Si	278	90,85%
No	28	9,15%
TOTAL	306	100,00%

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

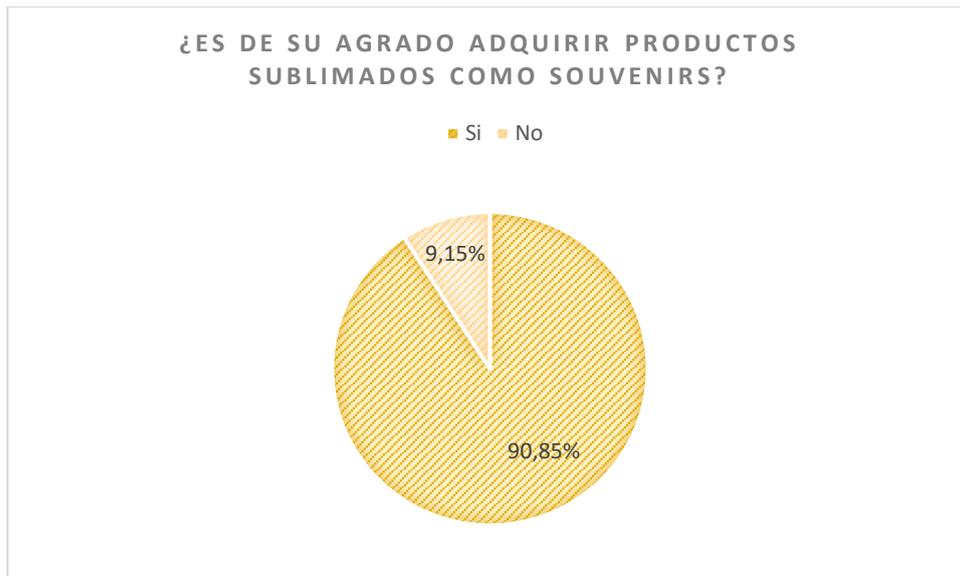


Figura 6. Agrado de sublimados
 Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Análisis

Si los sublimados son del agrado de los consumidores como souvenirs el 9,15% indicó no estar de acuerdo en algunos casos se comentó que se dañaban muy rápido, y el 90,85% afirmó que es de su agrado adquirir este tipo de productos por la variación de diseños.

3.5.3. Estudio de factibilidad

Para la Producción de una línea de souvenirs en la empresa Gráficos Dalo S. A. de Guayaquil, se deben realizar los siguientes análisis de viabilidad.

3.5.3.1. Análisis de mercado: Oferta y demanda

3.5.3.1.1. Diagnóstico preliminar

El comportamiento del sector turístico en los últimos diez años, y a pesar de las crisis económicas por las que atraviesan muchos países, ha mantenido una continua evolución que lo convierte en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento a nivel mundial. Se revisaron las estadísticas del Banco Central del Ecuador y del Ministerio de Turismo, así como cifras de la Organización Mundial del Turismo sobre el desarrollo de este sector en Ecuador. En el análisis de los principales indicadores relacionados al tema en los últimos diez años se logró evidenciar que ha existido un crecimiento sostenido en el arribo de visitantes extranjeros, los ingresos generados por la actividad turística.

El turismo aporta el 10% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial, uno de cada 11 empleados a escala global trabaja vinculado al turismo, genera exportaciones por más de 1.5 billones de dólares norteamericanos, y constituye el 7% del comercio internacional y el 30% de las exportaciones de servicios, elementos que demuestran su participación en la economía a escala global (Organización Mundial del Turismo, 2017).

En lo que respecta a datos de llegadas de visitantes no residentes al Ecuador (sin considerar a venezolanos) en el año 2019 fue de 1.534.708, Quito fue la ciudad por donde ingresaron el 43,57% de los extranjeros que llegaron al país, frente al 30,31% que ingresaron por Guayaquil, constituyéndose así la ciudad capital como la principal puerta de entrada de turistas extranjeros al Ecuador.

3.5.3.1.2. Descripción del producto

Los productos a comercializar están conformados por los siguientes artículos como vasos - jarros. La razón por la cual se seleccionaron estos artículos, radica en que son los de mayor existencia en el mercado.

3.5.3.1.3. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda de los productos a comercializar, se basaron en el procesamiento de los datos obtenidos mediante la encuesta aplicada en una muestra de la población, dicha muestra estuvo conformada por 306 personas, con respecto a diferentes factores asociados a los hábitos de consumo de los clientes y su relación con el mercado de estos productos.

Dentro del mercado potencial se observa que las personas entre 36 a 45 años son las más frecuentes a la compra de producto ya sea por motivos de viajes, trabajo entre otros estos se desarrollaron según la investigación de campo.

Tabla 16 Análisis de la demanda

	No. Persona	Consumo	
		Mensual	Anual
Una vez al mes	48	48	576
Cada tres meses	52	17	204
Cada seis meses	64	11	132
Una vez al año	142	12	144
TOTAL	306	88	1056

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Mediante la encuesta que se realizó a los clientes de Gráficos Dalo S. A se definió la frecuencia que se tiene al adquirir los productos souvenirs dando como resultado una aceptación considerable demostrando rentabilidad a la creación de la línea.

3.5.3.1.3.1. Mercado potencial

Segmentando el mercado potencial da como resultado que las empresas y personas naturales son los principales consumidores de los productos, teniendo como empresas de la industria gráfica que se dedican a tercerizar estos productos y a personas naturales como emprendedores dueños de: bazares, tiendas de regalo, importadoras de souvenirs, papelerías, agencias de viajes.

3.5.3.1.3.2. Mercado Objetivo

La industria gráfica en los últimos años se ha extendido y para segmentar este tipo de mercado se vio a la necesidad de reducirlo por lo cual se tomó en consideración los clientes registrado en la base de datos de Gráficos Dalo S. A. conformados por empresas y personas naturales.

Según informes de la industria gráfica en el año 2020 se obtuvo un decrecimiento a comparación con el 2019, teniendo una diferencia de \$71.3 mil millones de dólares por motivo de la situación mundial se vio afectada el sector de las impresiones. (Gráficas, 2021)

De acuerdo a datos del centro de recursos It User (2019), afirma que el mercado de impresión por sublimación en general crecerá a una tasa compuesta anual de 16,8% entre 2019 y 2024.

Una de las ventajas competitivas del proceso de sublimación es que es amigable con el medio ambiente, ya que la cantidad de desperdicios que produce es mínima y sus productos están destinados a ser de larga duración

En un informe publicado por Markets&Markets en 2022, se espera que las ventas globales aumenten del 5,4% entre 2021 y 2026, para cuándo podría alcanzar los 11.400 millones de dólares anuales. (It User.b, 2022).

3.5.3.1.3.3 Mercado Meta

La segmentación del mercado meta está conformada por 5 empresas de la industria gráfica dedicadas a la producción y comercialización de productos souvenirs como: Enaja, Litocopias, Chacón, Mariscal, Grafimpac S.A.

La sublimación, tanto la impresión directa como la impresión por transferencia, es una de las formas más rápidas y rentables de producir impresiones de alta calidad, también es versátil, lo que permite a los diseñadores ofrecer una serie de aplicaciones de alta calidad, tales como; prendas de moda y ropa deportiva, letreros suaves, pancartas de banderas, textiles para el hogar, cerámica y más.

3.5.1.4 Análisis de la oferta

En la investigación se constató la escasa oferta de souvenirs, estando la misma estará condicionada por la cantidad de competidores dentro de la misma rama, así como también la cantidad de inventario que estos presenten. Adicionalmente de la existencia de un sinnúmero de comercializadores informales de este tipo de productos, los cuales se pudo constatar mediante investigación de campo que los mismos presentan escasa formación gerencial.

3.5.1.5. Análisis de la competencia

3.5.1.5.1 Competencia directa

Aquí se analiza la competencia directa dentro de las empresas dedicadas a la producción y venta souvenirs las cuales pueden ser potenciales clientes entre ellas se encuentran:

Tabla 17 Competencia Directa

Empresas que producen línea de producción de souvenirs	Volumen de venta	Distribución de clientes que se les vende el producto
Albocopia	Al por mayor	Tiendas Artesanas
Senefelder	Al por mayor	Papelerías
Publimarq	Al por mayor	Compañías Azucareras, Industrias gráficas

Fuente: Gráficos Dalo

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

La tabla 17 se observa el volumen de venta de la industria Gráfica hace referencia a la competencia que se tiene en el mercado, detallando cada empresa que actualmente produce y comercializa la línea de souvenirs.

3.5.1.5.2 Competencia indirecta

Se analiza la competencia indirecta dentro de las empresas dedicadas a la comercialización de souvenirs las cuales son los potenciales comerciantes y entre ellas se encuentran:

Tabla 18 Competencia Indirecta

Empresas que comercializan souvenirs	Volumen de venta	Distribución de clientes que se les vende el producto
Importadora Maenpo Cía. Ltda.	Al por menor	Consumidor final
Importadora PILACHA S. A.	Al por menor	Consumidor final
Benut S. A.	Al por menor	Consumidor final

Fuente: Gráficos Dalo

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

En la tabla 18 se tomó como referencia a empresas dedicadas a la comercialización de souvenirs entre otros con una buena aceptación de los consumidores ya sean estos nacionales o extranjeros.

3.5.3. Análisis técnico

En el estudio técnico se identifica la localización en la que se encuentra la línea de producción de souvenirs sublimando, el tamaño de la nueva línea de producción considerando los resultados de las encuestas realizadas, se identifican las maquinarias necesarias para la elaboración del producto y especificando el proceso de producción

3.5.3.1. Personal del área de sublimación



Ilustración 11 Organigrama del área de sublimación para Dalo Diseños S.A

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

- Administración y finanzas: llevaran el control contables y activos de la empresas
- Recursos Humanos: Encargado de la gestión de talento humano
- Logística: Encargado de gestionar los insumos y materiales para la producción
- Diseño y ventas: Encargado de hacer el diseño de llos difrentes productos ofrecidos. Estara constituido por un diseñador grafico, un operador de maquinaria y un vendedor.

3.5.2.1. Maquinarias y equipos

Tabla 19 Línea de productos souvenirs a producir sin estampar

Maquinaria	Detalles
	<p>Marca: Epson</p> <p>Condición del ítem: Nuevo Funciones de la impresora: Escaneo</p> <p>Voltaje: 110</p> <p>Precio: 785\$</p>
<p>Maquina Para Sublimar planchado</p>	

Maquinaria

Detalles

**Horno para sublimación 3D**

Impresión tridimensional.

Utiliza una combinación de presión de vacío y calor para envolver el papel de transferencia al producto en blanco a personalizar.

Se puede utilizar como Horno de aire caliente para imprimir por sublimación unas 12 tazas a la vez

Potencia: 2.800W

Alimentación: 220/120V.

Precio: \$690

**Máquina sublimadora de jarros**

Marca: FREESUB

Modelo: ST-210

Precio: \$190

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

3.5.2.2.Descripción del proceso

La sublimación consiste en imprimir diseños en papel en una impresora de sublimación con tintas para tal fin. Una vez el papel impreso, se pasa al siguiente proceso, el estampado. Para ello, se somete al papel y el material q subliminar a un proceso de calentamiento.

La temperatura puede llegar a los 215°C en el procedimiento de transferencia del diseño, dependiendo de la materia en donde se realice el diseño. Mediante el calor que las fibras de la tela se abran. A su vez, la tinta del papel se sublima, es decir, pasa al estado gaseoso y se impregna en la tela. De esta forma el diseño se fija y no se remueve más. Este proceso es utilizado constantemente en el mundo textil, ya sea en moda y deporte o en productos para decoración del hogar. Este proceso se aplica a telas con alto contenido de poliéster. Esto implica hoy en día un campo de aplicación enorme.

3.5.4. Análisis Económico Financiero

3.5.4.1. Inversión Inicial

Para la creación de una línea de souvenir, Gráficos Dalo S. A. toma como inversión inicial a las maquinarias y equipo de servicios, muebles y aranceles, equipo de computación y software que es parte de los activos fijos de la empresa.

Tabla 20 Inversión Inicial

Descripción	Valor
Muebles y enseres	\$1.340,00
Maquinaria	\$18.626,00
Equipo de computación	\$2.383,00
Vehículo	\$1.200,00
Total	\$23.549,00

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Se detallan los insumos y maquinarias requeridos para taller de sublimación, contando con vehículo de transporte para las compras y entregas.

Tabla 21 Inversión de taller de sublimación

Equipo de computación			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Ups Regulador 2kva 1200w Pc Gamer	3	\$ 199,00	\$ 597,00
Server Liebert = Forza Cdp			
Impresora A3 Epson Wf 7710 Tinta Continua Wifi Duplex	2	\$ 398,00	\$ 796,00
Computadores Escritorio 8tava Ge ,i7	2	\$ 490,00	\$ 980,00
Adobe Cc Suite 2018 Win / Mac	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Total	3	\$ 199,00	\$ 2.383,00

Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Escritorio Oficina	2	\$ 99,00	\$ 198,00
Mesa De Trabajo En Acero Inoxidable	3	\$ 350,00	\$ 1.050,00
Silla Eiffel Estilo Retro De Madera	4	\$ 23,00	\$ 92,00
Total	9	\$ 472,00	\$ 1.340,00

Maquinaria

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Plotter De Sublimación Epson T7270	2	\$ 6.700,00	\$13.400,00
1,11 mts Ancho			
Plancha Sublimadora 60x100 Cm Manual	2	\$ 1.790,00	\$ 3.580,00
Sublimadora De Gorras Industrial	2	\$ 243,00	\$ 486,00
Horno De Sublimación 3d	2	\$ 580,00	\$ 1.160,00

Total	8	\$ 9.313,00	\$18.626,00
--------------	----------	--------------------	--------------------

Vehículo

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Vehículo	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Total	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

a) Materiales directos

En la tabla 22, se indica los costos de cada uno de los materiales a sublimar

Tabla 22 Costo de producción por producto

Piezas	Producto	Tazas	Papel de sublimar	Tinta de Sublimar	Cinta térmica	Total
1	Taza de cerámica blanca personalizada	\$ 0,90	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 0,98
2	Taza cónico blanco personalizado	\$ 0,05	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 0,13
3	Taza de cerámica con plato blanco	\$ 2,50	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 2,58
4	Jarro Cónico con fondo interno personalizado	\$ 2,10	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 2,18
5	Jarros de color con ventana personalizado	\$ 2,50	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 2,58
6	Jarros mágicos con fondo interno personalizado	\$ 2,90	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 2,98
7	Jarros personalizado tipo pareja	\$ 3,25	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 3,33
8	Jarros Mágicos Rojo personalizado Tipo Pareja	\$ 4,37	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 4,45
9	Jarros cervecedores Rojo personalizado	\$ 4,60	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 4,68
10	Jarros tomatodo vidrio	\$ 3,37	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 3,45
11	Taza con asa de corazón personalizado	\$ 4,37	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 4,45
12	Taza con cuchara de color personalizado	\$ 2,70	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 2,78
13	Jarro con fondo interno y aza de corazón personalizado.	\$ 2,05	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 2,13
14	Taza ceramica con fodos oscuros	\$ 3,75	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 3,83
15	Tazas fluorescentes personalizado	\$ 2,32	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 2,40
16	Taza de cerámica dorada o plateada personalizada	\$ 2,30	\$ 0,0501	\$ 0,022	\$ 0,003332	\$ 2,38

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

La información referente a la tabla 22 basada en el costo de producción por producto, nos indica el valor de costo que tiene cada producto como materia prima y que luego pasa un proceso de transformación a producto terminado sin incluir la mano de obra, el cual va dirigido a comercialización

c) Inversión por mano de obra directa

Tabla 23 Mano de obra directa

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Diseñador	1	\$425,00	\$425,00
Total		\$425,00	\$425,00

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

La tabla 23 referente a la mano de obra directa, da a conocer el costo invertido correspondiente al personal (diseñador) sin considerar los beneficios que otorga la ley al ser un dato, posteriormente si estará sujeto al cálculo en la tabla 28 de sueldos y salarios.

3.5.4.2. Costos fijos y variados

a) Costos fijos

Los costos fijos mensuales, comprende gastos por infraestructura y gastos administrativos, y se indican en la tabla 24 y 25, a continuación:

Tabla 24 Gastos de Infraestructura

Detalle	Mensual	Anual
Energía	\$ 80,00	\$ 960,00
Agua	\$ 20,00	\$ 240,00
Internet	\$ 40,00	\$ 480,00
Mantenimiento de maquinaria	\$ 80,00	\$ 960,00
Mantenimiento de vehículo	\$ 60,00	\$ 720,00
Alquiler de local	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Total	\$ 880,00	\$10.560,00

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Al implementar la línea de souvenir en Gráficos Dalo S. A. se ve la necesidad de alquilar una bodega para poner en funcionamiento el taller de sublimación.

Tabla 25 Producción Anual Materia Prima

Detalle	Mensual	Anual
Administración y finanzas	\$ 1.030,53	\$ 12.366,36
Diseño y ventas	\$ 1.782,78	\$ 21.393,36
Logística	\$ 656,58	\$ 7.878,96
Total	\$ 3.469,89	\$ 41.638,68

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

b) Costos variados

Se refiere a los gastos mensuales para la producción de los souvenirs sublimados. Los materiales directos, son las unidades de tazas a sublimar (un lote igual 16 piezas) y los materiales indirectos se refieren a los insumos para embalado y presentación del producto. A continuación, se detallan:

Tabla 26 Gastos por materiales directos e indirectos

Descripción	Número de lote/mes	Costo unitario promedio	Total mes
Materiales directos	30	\$ 37,11	\$ 1.113,40
Materiales indirectos	480	\$ 0,28	\$ 120,00
Mano de obra directa	1	\$ 425,00	\$ 425,00
TOTAL	30	\$ 462,39	\$ 1.658,48

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

c) Depreciación de los activos fijos

En la tabla 27, se indica el detalle de la depreciación de los equipos y maquinarias.

Tabla 27 Flujo de ventas proyectado

ACTIVO FIJO	DEPRECIACION (años)
Muebles y enseres	6
Maquinaria	10
Equipo de computación	20
Motocicleta	5

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

d) Sueldos y salarios

En la tabla 28, se indica los gastos por sueldo y salarios.

Tabla 28 Sueldos y salarios

Nómina	Sueldo mensual	Cantidad de empleados	13er Sueldo	14to Sueldo	Aporte Patronal 12,15%	Vacaciones	Total por empleado	Total por empleado anual
Administración y finanzas	\$600,00	1	\$50,00	\$33,33	\$72,90	\$33,33	\$610,43	\$7.325,16
Diseño y ventas	\$500,00	2	\$41,67	\$33,33	\$60,75	\$18,75	\$514,25	\$6.170,96
Logística	\$425,00	1	\$35,42	\$33,33	\$51,64	\$20,83	\$442,11	\$5.305,31
Total Personal Administrativo	\$1.525,00	4	\$127,08	\$99,99	\$185,29	\$72,91	\$1.566,79	\$18.801,43

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Las personas encargadas en diseño y ventas cumplen el rol tanto de diseñar el producto, operar las maquinas y vender el producto terminado por eso la necesidad de contar con 3 de ellos.

3.5.4.3. Proyecciones

a) Ventas

Las proyecciones de ventas se realizaron en función del volumen de producción de la maquinaria, en el cual se espera producción anualmente la cantidad de 35.242 de tazas sublimadas.

En la tabla 29, se indica el costo variable unitario por pieza (taza).

Tabla 29 Precio unitario por pieza

Detalle	Valor
Unidades mensuales	2937
Unidades anuales	35.242
Costo Variable (Anual)	\$19.909,77
CVU	\$0,65

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Se espera que las ventas se incrementen en 15% anual a continuación se presentan en la tabla 30 las proyecciones por ventas en un periodo de 5 años.

Tabla 30 Precio unitario por pieza

Detalle	Cantidad
Precio de venta	\$2,27
Margen de ganancia	250%
Capacidad de producción anual	35.242
Ingreso anual	\$80.000,00

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Se espera que las ventas se incrementen en 15% anual a continuación se presentan en la tabla 31 las proyecciones por ventas en un periodo de 5 años.

Tabla 31 Proyecciones de ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 80.000,00	\$ 92.000,00	\$105.800,00	\$ 121.670,00	\$139.920,50
Total	\$ 80.000,00	\$ 92.000,00	\$105.800,00	\$ 121.670,00	\$139.920,50

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

La información presentada en la tabla 30 correspondiente a la proyección de ventas, nos indica los valores de ingresos (unidades vendidas x precio de venta), y su variación durante el periodo de cinco años que va incrementándose en un quince por ciento.

b) Gastos operativos

Las proyecciones, se realizaron teniendo en cuenta las fluctuaciones la inflación en un periodo de 5 años de acuerdo a la tabla 32.

Tabla 32 Proyecciones de la inflación

Inflación proyectada	
2022	3,15%
2023	3,22%
2024	3,20%
2025	3,17%
2026	2,55%
2027	3,06%

Fuente: (BCE, 2021)

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

A continuación, se presentan en la tabla 33 las proyecciones gastos operativos en un periodo de 5 años.

Tabla 33 Proyecciones de gastos operativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de ventas	\$ 10.080,00	\$ 10.399,34	\$ 10.670,98	\$ 11.012,44	\$ 11.012,44
Gastos administrativos	\$ 18.801,43	\$ 18.801,43	\$ 18.801,43	\$ 18.801,43	\$ 18.801,43
Total	\$ 29.361,43	\$ 29.695,99	\$ 29.980,24	\$ 30.337,96	\$ 30.703,67

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

c) Depreciación de maquinarias y equipos

A continuación, se presentan en la tabla 34 la depreciación acumulada en un periodo de 5 años.

Tabla 34 Depreciación acumulada de las maquinarias y equipos

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-\$2.445,08	-\$4.890,17	-\$7.335,25	-\$9.780,33	-\$12.225,42

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

3.5.4.4. Flujo de caja efectivo para el taller de souvenirs sublimizados

A continuación, en la tabla 35, se presenta el flujo de caja proyectado en un periodo de 5 años.

Tabla 35 Flujo de caja efectivo proyectado

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$ -	\$ 80.000,00	\$ 92.000,00	\$ 105.800,00	\$121.670,00	\$ 139.920,50
Costos operativos	\$ -	\$ 19.901,76	\$ 19.901,76	\$ 19.901,76	\$ 19.901,76	\$ 19.901,76
Gastos de Ventas		\$ 10.080,00	\$ 10.399,34	\$ 10.670,98	\$ 11.012,44	\$ 11.012,44
Energía		\$ 960,00	\$ 990,24	\$ 1.022,13	\$ 1.054,83	\$ 1.054,83
Agua		\$ 240,00	\$ 247,61	\$ 253,92	\$ 262,04	\$ 262,04
Mantenimiento de maquinaria		\$ 960,00	\$ 990,43	\$ 1.015,67	\$ 1.048,17	\$ 1.048,17
Mantenimiento de vehículo		\$ 720,00	\$ 742,82	\$ 761,75	\$ 786,13	\$ 786,13
Alquiler de local		\$ 7.200,00	\$ 7.428,24	\$ 7.617,51	\$ 7.861,27	\$ 7.861,27
Gastos administrativos		\$ 18.801,43				
Administración y finanzas		\$ 7.325,16	\$ 7.325,16	\$ 7.325,16	\$ 7.325,16	\$ 7.325,16
Diseño y ventas		\$ 6.170,96	\$ 6.170,96	\$ 6.170,96	\$ 6.170,96	\$ 6.170,96
Logística		\$ 5.305,31	\$ 5.305,31	\$ 5.305,31	\$ 5.305,31	\$ 5.305,31
Otros Gastos		\$ 2.445,08				
Depreciación	\$ -	\$ 2.445,08	\$ 2.445,08	\$ 2.445,08	\$ 2.445,08	\$ 2.445,08
Flujo antes de participación	\$ -	\$ 28.771,73	\$ 40.452,39	\$ 53.980,75	\$69.509,29	\$ 87.759,79
Flujo antes de impuesto		\$ 28.771,73	\$ 40.452,39	\$ 53.980,75	\$69.509,29	\$ 87.759,79
Capital de trabajo	-48.783,19	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos Fijos en inversión	\$ -23.549,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de Efectivo Neto	\$ -72.332.19,00	\$ 28.771,73	\$ 40.452,39	\$ 53.980,75	\$69.509,29	\$ 87.759,79

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

3.5.4.5. Indicadores económicos

A continuación, en la tabla 36, se hace un desglose de los flujos de capital para el proyecto evaluado, desde el año cero al cual corresponde al momento de la inversión y la proyección en un periodo de 5 años.

Tabla 36 Desglose de los flujos de capital

Año	Flujo de Efectivo	Flujos acumulados
0	\$ -72.332,19	
1	\$ 28.771,73	\$ 28.771,73
2	\$ 40.452,39	\$ 69.224,12
3	\$ 53.980,75	\$ 123.204,87
4	\$ 69.509,29	\$ 192.714,16
5	\$ 87.759,79	\$ 280.473,95

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Tabla 37 Payback determinación tiempo

Inversion Inicial	\$ (72.332,19)
Ultimo Flujo	\$ 69.224,12
Por Recuperar	\$ (141.556,31)
PR años	\$ (3,5)
Periodo de recuperación	\$ (0,5)

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

En la tabla 37 basada en Payback (periodo de recuperación) se manifiesta que tiempo el cual se recupera la inversión es 5 meses, a partir de ese periodo de tiempo se empieza a obtener ganancias que a su vez ayudan al desarrollo de la empresa.

A partir de los flujos resultantes se realizaron las estimaciones de los indicadores económicos de la tasa interna de retorno (TIR) y valor presente neto (VAN), teniendo en cuenta que la tasa de mínima de inversión (TMAR) se fijó en 12% para la comparación con TIR. Y se presenta en tabla 38 y 39.

Tabla 38 Calculo de VP, VPN Y TIR

CALCULO DEL "VP", "VPN" Y LA "TIR" EN EXCEL				
Año		Flujos de efectivo	Valor Presente	Tasa de Interés 12%
\$	-	\$ -72.332,19	\$ -72.332,19	
\$	1,00	\$ 28.771,73	\$ 25.689,04	
\$	2,00	\$ 40.452,39	\$ 32.248,40	
\$	3,00	\$ 53.980,75	\$ 38.422,43	
\$	4,00	\$ 69.509,29	\$ 44.174,41	
\$	5,00	\$ 87.759,79	\$ 49.797,26	

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Tabla 39 Indicadores económicos

VALOR PRESENTE NETO (VPN)	\$ 117.999,36
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	54,53%

Fuente: Grafico Dalo S. A.

Elaborado por: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

CONCLUSIONES

Se describieron las teorías relacionadas teoría de emprendimiento, desarrollo estratégico empresarial, riquezas de naciones y emprendimientos sustentables, arrojando como resultado que es necesario en primer lugar el desarrollo de un estudio de mercado, establece un análisis económico financiero si el proyecto resulta viable o no.

En relación a lo anteriormente expuesto, se puede afirmar que es viable introducir la línea de producción en souvenirs en la empresa Gráficos Dalo S. A., con productos sublimados en tasa, ya que se comprobó que preexiste un mercado.

A su vez la tasa de retorno atractiva mínima (TIR) resultó igual a 54.53%, mediante el estudio realizado del estado de ganancias y pérdidas se obtuvo el ingreso neto del proyecto para cada año del periodo de evaluación, el cual es utilizado para realizar el estudio del flujo de caja, siendo este necesario para obtener el valor presente neto (VPN) el cual resultó igual a \$117.999,36 para el escenario probable, lo que refleja que el proyecto es aceptable para que la empresa lo desarrolle.

RECOMENDACIONES

- Es necesario realizar un estudio para la adquisición una planta eléctrica que suministre la energía necesaria a la empresa.
- Se recomienda a la empresa invertir en el proyecto evaluado ya que se demostró mediante las variables financieras antes mencionadas, la rentabilidad del proyecto para los tres escenarios planteados.
- Mantener los gastos y costos según a un presupuesto que permita obtener las ganancias esperadas por la directiva de la empresa.
- Es importante que se realice un análisis del mercado de forma continua puesto que debido a la existencia de la pandemia por COVID-19, las tendencias y comportamiento de los clientes se encuentran en constante cambio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABC. (2006). *Teoría de la producción y de la productividad*. Recuperado el 05 de 02 de 2022, de <https://www.abc.com.py/articulos/teoria-de-la-produccion-y-de-la-productividad-938319.html#:~:text=La%20teor%C3%ADa%20de%20la%20producci%C3%B3n%20y%20de%20la%20productividad%20se, trabajo%2C%20capital%2C%20empresa>
- Acaro, S. A. (2016). *Estudio de factibilidad para la implementación de una línea de productos (pulpa de frutas) en la microempresa ASOPRUV ubicada en la provincia de Cotopaxi, cantón salcedo, parroquia panzaleo, barrio Pataín en el período 2014 - 2015*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/2630/1/T-UTC-00167.pdf>
- Alfaro, J. (2000). Desarrollo económico y democracia: ¿ se puede comprobar la Teoría de la modernización en Centroamérica? *Ciencias económicas*, 20(1-2), 5-23.
- Alvarez, L. (2016). *Plan de marketing empresarial*. Ediciones Paraninfo, SA.
- Alvear, R. (2020). *Habilidades de codificación y descodificación de tablas y gráficos estadísticos: un estudio comparativo en profesores y alumnos de pedagogía en enseñanza básica*. *Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superi*.
- Arango, A. (2015). *Publicidad en la revista Proa durante los años cincuenta. Estudio gráfico e inventariado*. *Dearq. Revista de Arquitectura*, (17), 86-103.
- Arguello, M. (2018). *Pautas para el manejo de inventarios bajo NIIF en pymes comerciales en Colombia*. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios)*, 5(1), 64-75.
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación*. Caracas: Episteme C.A.
- Arnau, J. (1980). *Psicología experimental (Un enfoque metodológico)*. México: Trillas.
- Arteaga, P. (2016). . *Evaluación de errores en la construcción de gráficos estadísticos elementales por futuros profesores*. *Revista latinoamericana de investigación en matemática educativa*, 19(1), 15-40.
- Ballesteros, R. (2021). *Plan de marketing. Diseño, implementación y control*. MARGE BOOKS.
- BCE. (2021). *La pandemia incidió en el crecimiento 2020: La economía ecuatoriana decreció 7,8%*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1421-la-pandemia-incidio-en-el-crecimiento-2020-la-economia-ecuatoriana-decrecio-7-8>
- Beigel, F. (2006). Vida, muerte y resurrección de las “teorías de la dependencia”. . *Crítica y teoría en el pensamiento social latinoamericano*, 287-326.
- Bunge, M. (1969). *La investigación científica, su estrategia y su filosofía*. España: Ariel.
- Burgos, A. (2016). *Estudio gráfico del invariante de Khovanov*.
- Cadena de Valor . (s.f.). *Andalucía emprende, fundación pública* , 12.

- Camacho, M. (2015). *Integral definida en diversos contextos: Un estudio de casos. Educación matemática*, 20(3), 33-57.
- Camacho, M. (2018). *Un estudio gráfico y numérico del cálculo de la Integral Definida utilizando el Programa de Cálculo Simbólico (PCS) Derive. Educación Matemática*, 15(3), 119-140.
- Cárdenas, G. N. (2018). *Descripción de las teorías del desarrollo económico y desigualdad*. Recuperado el 26 de 01 de 2022, de https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://tiempoeconomico.azc.uam.mx/wp-content/uploads/2020/01/40te3.pdf&ved=2ahUKEwjxip-t4ND1AhV1RDABHYa-BFwQFnoECCcQAQ&usg=AOvVaw1aXSkyLONt_YIBN6G68Q_L
- Castro, M. (2003). *El proyecto de investigación y su esquema de elaboración*. Caracas: 2ª.ed.
- Cataño, J. (2003). Teoría económica y neoinstitucionalismo. Comentarios a El neoinstitucionalismo como escuela de Salomón Kalmanovitz. . *Revista de economía institucional*, 5(9), 213-227.
- CFN. (2017). *Ficha sectorial: Industrias manufactureras - actividades de impresión. Corporación Financiera Nacional CFN*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/10/Ficha-Sectorial-Actividades-de-Impresion.pdf>
- CFN. (2020). *Ficha sectorial: Industrias manufactureras - actividades de impresión. Corporación Financiera Nacional CFN*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/10/Ficha-Sectorial-Actividades-de-Impresion.pdf>
- Cherukara, J. &. (2011). Evolution of Entrepreneurship theories through different schools of Thought. *The Ninth Biennial Conference on Entrepreneurship at EDI*. Ahmedabad, India.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Artículo 53*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/codigo-organico-copci>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador. Artículo 310*. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Cook. (1995). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. España: Morata.
- Diario El Comercio. (2021). Ecuador aspira tener 800000 turistas en 2022. www.elcomercio.com, Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/ministerio-turismo-ingreso-crecimiento-2022.html>.
- Díaz, D. (2019). *Un estudio empírico de los gráficos estadísticos en libros de texto de Educación Primaria española (Doctoral dissertation, Universidad de Granada)*.
- Díaz, D. (2019). *Un estudio empírico de los gráficos estadísticos en libros de texto de Educación Primaria española (Doctoral dissertation, Universidad de Granada)*.

- Dos Santos, T. (1998). La teoría de la dependencia un balance histórico y teórico. *Los retos de la globalización.*, 93-151.
- Dourojeanni, A. (2000). *Procedimientos de gestión para el desarrollo sustentable.* . CEPAL.
- EALDE. (2021). *5 teorías del emprendimiento para conocer el significado de emprender.* Recuperado el 0205 de 2022, de <http://www.ealde.es/teroiias-emprendimiento-emprender>
- Espino, J. (2016). *Estudio de factibilidad para suministrar energía eléctrica mediante un sistema fotovoltaico en el centro poblado de Shungun región Amazonas.*
- Flores, A. (2021). *Ventajas y desventajas de la aplicación del capítulo II art. 10 ley orgánica de apoyo humanitario en la aplicación de créditos para la reactivación económica y potenciación del empleo en el sector florícola en Quito y Cayambe.*
- Foncea, D. (2019). *Impacto económico de las cooperativas. La generación de empleo en las sociedades cooperativas y su relación con el PIB. CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa, (67), 23-44.*
- Gavidia, F. (2016). *Estudio de pre factibilidad para la creación de una línea de productos de limpieza biodegradables en la empresa Gamax servicios de la ciudad de Riobamba por el periodo del 2015.* Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/9515/1/122T0068.pdf>
- Gráficas, I. (2021). ¿Como cambiará la industria de impresión al 2021 y mas allá? *Industrias Gráficas Online* , 1.
- Hernández, J. (2008). Teoría institucional y neoinstitucional en la administración internacional de las organizaciones. . *Revista Científica" Visión de Futuro"*, 10(2).
- Hernandez, M. (2020). *Estudio antropológico del juego deportivo en España desde sus primeros testimonios gráficos hasta la Edad Moderna (Doctoral dissertation, Ciencias).*
- Hurtado de Barrera, J. (2012). *Metodología de la Investigación.* Bogotá - Caracas: Quirón.
- Hurtado I., T. J. (1998). *Paradigmas y Métodos de Investigación en tiempo de cambio.* Venezuela: Episteme Consultores Asociados.
- Ibañez, M. (2016). *Manual. Plan de marketing empresarial (UF2392). Certificados de profesionalidad. Gestión de marketing y comunicación (COMM0112).* EDITORIAL CEP.
- Jaramillo, V. (2019). *El nuevo derecho constitucional tributario ecuatoriano. Estudios en memoria de Ramón Valdés Costa.*
- Kalmanovitz, S. (2003). El neoinstitucionalismo como escuela. . *Revista de economía institucional*, 5(9), 189-212.
- Mansilla, H. (1979). Crítica a las teorías de la modernización y la dependencia. *Revista Internacional de Sociología*, 37(31), 329.

- Martinez, M. (2014). *Plan de marketing digital para PYME (Doctoral dissertation, Universidad Católica de Córdoba)*.
- Martínez, R. (2016). *Fundamentación crítica de tesis de factibilidad*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/rafaelmartinezaratel/factibilidad-de-proyecto>
- Martinez, R. (2019). *Los nuevos paradigmas constitucionales de Ecuador y Bolivia*.
- Martinez, S. (2016). *Estudio comparado de lenguajes gráficos de especificación de sistemas (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de La Plata)*.
- Mateus, L. (2017). *Estudio de gráficos estadísticos usados en una muestra de libros de matemáticas para la educación básica y media en Bogotá*.
- Mieles, C. (2019). *Estudio de alteraciones en el comportamiento estructural de vigas de hormigón armado con nudos híbridos mediante el empleo de gráficos momento-curvatura*. *Revista Internacional de Ingeniería de Estructuras*, .
- Morera. (2010). *LA ORGANIZACIÓN DEL SIGLO XXI*. Recuperado el 05 de 02 de 2022, de <http://gestiopolis.com>
- Moya, R. (2002). El proyecto factible: una modalidad de investigación. . *Sapiens. Revista universitaria de investigación*, 3(2), 0.
- Orrala, J. (2017). *Los principios generales del derecho tributario según la constitución de Ecuador*. *Empresarial*, 11(42), 61-67.
- Palella, S. &. (2010). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL.
- Palomo, R. (2017). *Estudio gráfico Casamayor, fabricando la imagen de una empresa*.
- Parodi, G. (2019). *Dónde se posan los ojos al leer textos multisemióticos disciplinares? Procesamiento de palabras y gráficos en un estudio experimental con eye tracker*. *Revista signos*, 49, 149-183.
- Pereira, L. (2006). De la CEPAL y el ISEB a la Teoría de la Dependencia. . *Desarrollo Económico*, 419-439.
- Perez, J. (2015). *Práctica de figuración en la construcción de Modelos Gráficos y Algebraico: Un caso de estudio con estudiantes de Pedagogía en Matemática*.
- Pico, D. (2018). La teoría del sistema-mundo es negra y caribeña: capitalismo y racismo en el pensamiento crítico de Oliver Cox. . *Tabula Rasa*, (28), 139-161.
- Pierri, N. (2005). Historia del concepto de desarrollo sustentable. . *Sustentabilidad*, 27-81.
- Pozo, A. (2018). *Plan de marketing digital*.
- Proaño, G. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una nueva línea de productos, bajos en azúcares en la heladería kiwis de la ciudad de Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1323/1/75977.pdf>
- Quinde, A. (2018). *Valuación y control del inventario y su efecto en la rentabilidad (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2018.)*.

- Resano, C. (2017). *Aportación al estudio gráfico y fonético del romance navarro: Primer tercio del siglo XIII. Príncipe de Viana*, 53(197), 751-796.
- Reyes, A. (2021). *Primeras aproximaciones al estudio gráfico de la biblioteca patrimonial de la Orden de los Predicadores (Tunja, Colombia). Palabra Clave*, 11.
- Reyes, G. (2001). Teoría de la globalización: bases fundamentales. . *Tendencias*, 2(1), 45-56.
- Rodríguez, R., & Aviles, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. *Digital publisher*, 5(5-1), 191-200 . Obtenido de https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/download/337/521/2829
- Rojas, A. (2014). *Estudio gráfico y técnico de molinos de viento en España. Interciencia*, 30(6), 34-45.
- Ruiz, D. (2015). *Procedimiento de plan de marketing para pequeños y medianos empresarios. Ciencias Holguín*, 21(4), 1-11.
- Sabino, C. (2002). *El proceso de Investigación*. Caracas: Panapo.
- Sagaro, M. (2019). *Métodos gráficos en la investigación biomédica de causalidad. Revista Electrónica Dr. Zoilo E. Marinello Vidaurreta*, 44(4).
- Sarmiento, L. (2014). *Primeras aproximaciones al estudio gráfico de la biblioteca patrimonial de la Orden de los Predicadores (Tunja, Colombia). Palabra Clave*, 11.
- Sarmiento, R. (2021). *Primeras aproximaciones al estudio gráfico de la biblioteca patrimonial de la Orden de los Predicadores. Palabra Clave (La Plata)*, 11(1).
- Sloterdijk, P. (2007). *En el mundo interior del capital: para una teoría filosófica de la globalización* . Siruela.
- Sobrero, F. (2009). *Análisis de Viabilidad: La cenicienta en los Proyectos de Inversión* .
- Sola, R. (2018). *Sola, J. I. R., & Ogáyar, J. M. A. (2005). Estn España. Interciencia: Revista de ciencia y tecnología de América*, 30(6), 347-354.
- Sopalo, F. (2020). *Plan de factibilidad para la creación de una nueva línea de productos en la microempresa láctea santa Ivonne de la parroquia Guaytacama*". Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/5848/1/T-001460.pdf>
- Soriano, C. (2015). *El plan de marketing personal. Ediciones Díaz de Santos*.
- Tamayo, T. (2003). *El Proceso de la Investigación Científica*. México D.F.: Limusa.
- Torres, C. (2016). *Aplicación de procedimientos contables en el control de inventario (Bachelor's thesis)*.
- Toscano, O. (2006). Las teorías del desarrollo económico: algunos postulados y enseñanzas. *Apuntes del CENES*, 49-74.
- Valarezo, S., Vítore, R., & Vérez, M. (2016). Ingeniería Industrial. *Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión*. , 37(3), 305-312.

- Valverde, P. (2016). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE PRODUCTOS “SALSAS Y ADEREZOS” DE LA EMPRESA PROALIMENTOS S.A. EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, AÑO 2016.*
- Valverde, P. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de una nueva línea de productos “salsas y aderezos” de la empresa Proalimentos S.A. en la ciudad de Riobamba, año 2016.* Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/9512/1/122T0065.pdf>
- Velasquez, R. (2016). *Prisión preventiva y Constitución del Ecuador 2008.* Universidad Santiago de Guayaquil, 283-292.
- Vicuña, J. (2018). *El Plan de Marketing en la Practica (12e.* Esic Editorial.
- Vieytes, R. (2004). *Metodología de investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas.* Buenos Aires: De las Ciencias.
- Villamil, D. (2018). *La implementación del control interno de inventarios para el sector droguista de acuerdo con las normas internacionales de auditoría–NIAS.*
- Wilson, M. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados.* Convenio Andrés Bello.
- Zorrilla, I. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de souvenirs de la Facultad de Ciencias Empresariales Canton Quevedo, año 2013.* Obtenido de <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/4811/1/T-UTEQ-0141pdf.pdf>
- Zunino, E. (2018). *El conflicto político en los medios gráficos de la Argentina: un estudio de caso.* *Revista mexicana de opinión pública*, (19), 81-104.
- Alfaro, J. (2000). *Desarrollo economico y democracia: se puede comprobar la Teoria de la modernizacion en Centroamerica?* *Ciencias económicas*, 20(1-2), 5-23.
- Alvarez, L. (2016). *Plan de marketing empresarial.* Ediciones Paraninfo, SA.
- Alvear, R. (2020). *Habilidades de codificación y descodificación de tablas y gráficos estadísticos: un estudio comparativo en profesores y alumnos de pedagogía en enseñanza básica.* *Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superi.*
- Arango, A. (2015). *Publicidad en la revista Proa durante los años cincuenta. Estudio gráfico e inventariado.* *Dearq. Revista de Arquitectura*, (17), 86-103.
- Araujo, M. (2021). *Ministerio de Turismo.*
- Arguello, M. (2018). *Pautas para el manejo de inventarios bajo NIIF en pymes comerciales en Colombia.* *Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios)*, 5(1), 64-75.
- Arteaga, P. (2016). *. Evaluación de errores en la construcción de gráficos estadísticos elementales por futuros profesores.* *Revista latinoamericana de investigación en matemática educativa*, 19(1), 15-40.

- Ballesteros, R. (2021). *Plan de marketing. Diseño, implementación y control*. MARGE BOOKS.
- Beigel, F. (2006). Vida, muerte y resurrección de las “teorías de la dependencia”. . *Crítica y teoría en el pensamiento social latinoamericano*, 287-326.
- Burgos, A. (2016). *Estudio gráfico del invariante de Khovanov*.
- Camacho, M. (2015). *Integral definida en diversos contextos: Un estudio de casos*. *Educación matemática*, 20(3), 33-57.
- Camacho, M. (2018). *Un estudio gráfico y numérico del cálculo de la Integral Definida utilizando el Programa de Cálculo Simbólico (PCS) Derive*. *Educación Matemática*, 15(3), 119-140.
- Cataño, J. (2003). Teoría económica y neoinstitucionalismo. Comentarios a El neoinstitucionalismo como escuela de Salomón Kalmanovitz. . *Revista de economía institucional*, 5(9), 213-227.
- Constituyente, A. (2018). *Constitución de la República del Ecuador*.
- Cruz, G. (2020). *Twitter, Youtube e innovación en la promoción turística online. Análisis de las estrategias del Ministerio de Turismo de Brasil*. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(3), 627-642.
- Díaz, D. (2019). *Un estudio empírico de los gráficos estadísticos en libros de texto de Educación Primaria española (Doctoral dissertation, Universidad de Granada)*.
- Díaz, D. (2019). *Un estudio empírico de los gráficos estadísticos en libros de texto de Educación Primaria española (Doctoral dissertation, Universidad de Granada)*.
- Dos Santos, T. (1998). La teoría de la dependencia un balance histórico y teórico. *Los retos de la globalización.*, 93-151.
- Dourojeanni, A. (2000). *Procedimientos de gestión para el desarrollo sustentable*. . CEPAL.
- Espino, J. (2016). *Estudio de factibilidad para suministrar energía eléctrica mediante un sistema fotovoltaico en el centro poblado de Shungun región Amazonas*.
- Flores, A. (2021). *Ventajas y desventajas de la aplicación del capítulo II art. 10 ley orgánica de apoyo humanitario en la aplicación de créditos para la reactivación económica y potenciación del empleo en el sector florícola en Quito y Cayambe*.
- Foncea, D. (2019). *Impacto económico de las cooperativas. La generación de empleo en las sociedades cooperativas y su relación con el PIB*. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (67), 23-44.
- Hernández, J. (2008). Teoría institucional y neoinstitucional en la administración internacional de las organizaciones. . *Revista Científica" Visión de Futuro"*, 10(2).
- Hernandez, M. (2020). *Estudio antropológico del juego deportivo en España desde sus primeros testimonios gráficos hasta la Edad Moderna (Doctoral dissertation, Ciencias)*.

- Ibañez, M. (2016). *Manual. Plan de marketing empresarial (UF2392). Certificados de profesionalidad. Gestión de marketing y comunicación (COMM0112). EDITORIAL CEP.*
- Jaramillo, V. (2019). *El nuevo derecho constitucional tributario ecuatoriano. Estudios en memoria de Ramón Valdés Costa.*
- Kalmanovitz, S. (2003). El neoinstitucionalismo como escuela. . *Revista de economía institucional*, 5(9), 189-212.
- Mansilla, H. (1979). Crítica a las teorías de la modernización y la dependencia. *Revista Internacional de Sociología*, 37(31), 329.
- Martinez, M. (2014). *Plan de marketing digital para PYME (Doctoral dissertation, Universidad Católica de Córdoba).*
- Martinez, R. (2019). *Los nuevos paradigmas constitucionales de Ecuador y Bolivia.*
- Martinez, S. (2016). *Estudio comparado de lenguajes gráficos de especificación de sistemas (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de La Plata).*
- Mateus, L. (2017). *Estudio de gráficos estadísticos usados en una muestra de libros de matemáticas para la educación básica y media en Bogotá.*
- Mieles, C. (2019). *Estudio de alteraciones en el comportamiento estructural de vigas de hormigón armado con nudos híbridos mediante el empleo de gráficos momento-curvatura. Revista Internacional de Ingeniería de Estructuras, .*
- Moya, R. (2002). El proyecto factible: una modalidad de investigación. . *Sapiens. Revista universitaria de investigación*, 3(2), 0.
- Orrala, J. (2017). *Los principios generales del derecho tributario según la constitución de Ecuador. Empresarial*, 11(42), 61-67.
- Palomo, R. (2017). *Estudio gráfico Casamayor, fabricando la imagen de una empresa.*
- Parodi, G. (2019). *Dónde se posan los ojos al leer textos multisemióticos disciplinares? Procesamiento de palabras y gráficos en un estudio experimental con eye tracker. Revista signos*, 49, 149-183.
- Pereira, L. (2006). De la CEPAL y el ISEB a la Teoría de la Dependencia. . *Desarrollo Económico*, 419-439.
- Perez, J. (2015). *Práctica de figuración en la construcción de Modelos Gráficos y Algebraico: Un caso de estudio con estudiantes de Pedagogía en Matemática.*
- Pico, D. (2018). La teoría del sistema-mundo es negra y caribeña: capitalismo y racismo en el pensamiento crítico de Oliver Cox. . *Tabula Rasa*, (28), 139-161.
- Pierri, N. (2005). Historia del concepto de desarrollo sustentable. . *Sustentabilidad*, 27-81.
- Pozo, A. (2018). *Plan de marketing digital.*
- Quinde, A. (2018). *Valuación y control del inventario y su efecto en la rentabilidad (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2018.).*

- Resano, C. (2017). *Aportación al estudio gráfico y fonético del romance navarro: Primer tercio del siglo XIII. Príncipe de Viana*, 53(197), 751-796.
- Reyes, A. (2021). *Primeras aproximaciones al estudio gráfico de la biblioteca patrimonial de la Orden de los Predicadores (Tunja, Colombia). Palabra Clave*, 11.
- Reyes, G. (2001). Teoría de la globalización: bases fundamentales. . *Tendencias*, 2(1), 45-56.
- Rojas, A. (2014). *Estudio gráfico y técnico de molinos de viento en España. Interciencia*, 30(6), 34-45.
- Ruiz, D. (2015). *Procedimiento de plan de marketing para pequeños y medianos empresarios. Ciencias Holguín*, 21(4), 1-11.
- Sagaro, M. (2019). *Métodos gráficos en la investigación biomédica de causalidad. Revista Electrónica Dr. Zoilo E. Marinello Vidaurreta*, 44(4).
- Sarmiento, L. (2014). *Primeras aproximaciones al estudio gráfico de la biblioteca patrimonial de la Orden de los Predicadores (Tunja, Colombia). Palabra Clave*, 11.
- Sarmiento, R. (2021). *Primeras aproximaciones al estudio gráfico de la biblioteca patrimonial de la Orden de los Predicadores. Palabra Clave (La Plata)*, 11(1).
- Sloterdijk, P. (2007). *En el mundo interior del capital: para una teoría filosófica de la globalización*. Siruela.
- Sobrero, F. (2009). *Análisis de Viabilidad: La cenicienta en los Proyectos de Inversión*. .
- Sola, R. (2018). *Sola, J. I. R., & Ogáyar, J. M. A. (2005). Estn España. Interciencia: Revista de ciencia y tecnología de América*, 30(6), 347-354.
- Soriano, C. (2015). *El plan de marketing personal. Ediciones Díaz de Santos*.
- Torres, C. (2016). *Aplicación de procedimientos contables en el control de inventario (Bachelor's thesis)*.
- Toscano, O. (2006). Las teorías del desarrollo económico: algunos postulados y enseñanzas. *Apuntes del CENES*, 49-74.
- Trujillo, E. (2021). *Marca país e imagen Corporativa del Ministerio de Turismo. Números. Turísticos*, D. (2019). *Ministerio de Turismo. Programa de regionalização do turismo*.
- Valarezo, S., Vítore, R., & Vérez, M. (2016). Ingeniería Industrial. *Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión*. , 37(3), 305-312.
- Velasquez, R. (2016). *Prisión preventiva y Constitución del Ecuador 2008. Universidad Santiago de Guayaquil*, 283-292.
- Vicuña, J. (2018). *El Plan de Marketing en la Practica (12e. Esic Editorial*.
- Villamil, D. (2018). *La implementación del control interno de inventarios para el sector droguita de acuerdo con las normas internacionales de auditoria–NIAS*.
- Wilson, M. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados. Convenio Andrés Bello*.

Zunino, E. (2018). *El conflicto político en los medios gráficos de la Argentina: un estudio de caso*. *Revista mexicana de opinión pública*, (19), 81-104.

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de Encuesta realizada
UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE ECONOMÍA

Anexo 1



ENCUESTA

Dirigida: emprendedores y microempresario

Objetivo La siguiente encuesta tiene como fin conocer su opinión con respecto a los productos souvenirs a fin de evaluar si es factible la creación y puesta en marcha de una fábrica de adornos temáticos bajo la técnica de sublimación en la empresa Gráficos Dalo S. A. de Guayaquil: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DE UNA LÍNEA DE SOUVENIRS EN LA EMPRESA GRÁFICOS DALO S.A., GUAYAQUIL**

Fecha de aplicación: 25 de enero del 2022

Nombre del aplicador: Peralta, J. y Ramírez, H. (2022)

Información preliminar

1. Edad

16 a 25 años	
26 a 35 años	
36 a 45 años	
46 a 55 años	
De 56 en adelante	

2. Género

Sexo	Masculino	
	Femenino	

3. Turista nacional o extranjero

Clientes	Nacional	
	Extranjero	

4. Frecuencia de viajes

Frecuencia	Diaria	
	Semana	
	Mensual	
	Anual	

5. Motivo de viaje

Motivo	Vacaciones	
	Trabajo	
	Otros	

Preguntas:

1.- ¿Con que frecuencia adquiere souvenirs?

<input type="checkbox"/> Una vez al mes	<input type="checkbox"/> Cada tres semanas	<input type="checkbox"/> Cada seis meses	<input type="checkbox"/> Una vez al año
---	--	--	---

2.- ¿Cuál es el souvenir que generalmente adquiere en mayor proporción?

<input type="checkbox"/> Camisas	<input type="checkbox"/> Vasos	<input type="checkbox"/> Accesorios
----------------------------------	--------------------------------	-------------------------------------

3.- ¿En qué se basa para escoger su producto?

<input type="checkbox"/> Calidad	<input type="checkbox"/> Precio	<input type="checkbox"/> Marca	<input type="checkbox"/> Reconocimiento
----------------------------------	---------------------------------	--------------------------------	---

4.- ¿Le gustaría contar con un servicio de delivery para los souvenirs? De ser positiva su respuesta, ¿qué porcentaje sobre el costo de los productos estaría dispuesto a pagar?

<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> 4 % <input type="checkbox"/> 5 % <input type="checkbox"/> 8 % <input type="checkbox"/> 10 % <input type="checkbox"/> 12 % <input type="checkbox"/> 15 % <input type="checkbox"/> 20 % <input type="checkbox"/> 25 %	<input type="checkbox"/> NO
---	-----------------------------

5.- ¿Le gustaría recibir promociones de los souvenirs?

<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
-----------------------------	-----------------------------

6.- ¿Es de su agrado adquirir productos sublimados como souvenirs?

<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
-----------------------------	-----------------------------