

CAPÍTULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Contextualización

Frente a la crisis que atraviesa el mundo, y por ende el Ecuador es necesario buscar oportunidades de desarrollo que permitan a los productores de artesanías de totora enfrentar las necesidades económicas de las personas dedicadas a esta actividad. Es importante también valorar las manifestaciones culturales de estas dos regiones: Yahuarcocha y San Rafael en Otavalo, donde se fabrican estos atractivos productos de totora.

Considerando que los productores de artesanías de totora de la zona de San Rafael en Otavalo y Yahuarcocha, no tienen la misma oportunidad que los que cuentan con sus almacenes, surge un problema para estos productores, por la poca apertura que tienen para mostrar sus productos, y a su vez comercializarlos, restringiendo de esta manera sus ingresos económicos.

En la actualidad nuestra provincia atraviesa por una gran escasez de fuentes de empleo optando las personas en incursionar al campo artesanal para obtener ingresos mediante la elaboración y comercialización de variados tipos de artesanías útiles y atractivas; y que a su vez tienen acogida a nivel local provincial y nacional, a todo esto se acompaña el gran empeño e iniciativa que le dedican quienes realizan esta actividad y poder sustentar las necesidades de sus familias, siendo estas: vivienda, alimentación, educación, salud, entre otras.

Lo importante en todo momento es buscar una mejor condición de vida, mediante el trabajo.

Antecedentes

La provincia de Imbabura cuenta con recursos naturales y geográficos de mucha importancia, es así que, cuenta con un gran número de lagos y lagunas que la embellecen, en estos lugares crece la totora, la misma que sirve de materia prima para la elaboración de productos entre los cuales se puede mencionar los siguientes: Esteras, muebles, canastas, aventadores, suvenires, entre otras.

Surgiendo como problema las pocas opciones de exposición de productos que tienen los productores de artesanías de totora de la zona de Otavalo y Yahuarcocha, al momento de comercializarlos, considerando la acogida que tienen estas mercaderías a nivel local, al interior de la Provincia de Imbabura y a nivel nacional.

Actualmente existen 135 productores de artesanías de totora en San Rafael, de los cuales 20 productores son socios activos de la Asociación Totora Sisa y en Yahuarcocha existe la Asociación San Miguel de Yahuarcocha que se dedican a la confección de artesanías de totora básicamente estereras y aventadores, esta actividad la han ido heredando de generación en generación.

Proyección del problema

La falta de oportunidades con que cuentan ciertos grupos de personas que se dedican a la producción de artesanías de totora al momento de comercializarlas, cada día es más grande, debido a la escasa economía con que cuentan no es posible que accedan a un almacén propio o alquilado, restándoles la posibilidad de que sus productos puedan exponerse, ofertarse y de esta manera obtener un mejor nivel de vida de quienes se dedican a esta labor.

Causas y Efectos

Entre las causas que generan el problema se encuentran las escasas opciones de comercialización con que cuentan los productores de artesanía de totora de San Rafael y Yahuarcocha, esto ha ocasionado que no se haya

aprovechado la presencia de turistas nacionales y extranjeros que visitan San Rafael y Yahuarcocha.

Otra de las causas radica en que no se aprovecha del turismo local, nacional e internacional que visita a Yahuarcocha para buscar un potencial mercado que demande la comercialización de artesanías elaboradas con totora.

Los efectos que generan las causas anteriormente citadas se dirigen hacia una limitación en el nivel de vida de este grupo de personas que produce las atractivas artesanías de totora.

El turismo que visita Yahuarcocha no cuenta con espacios de exposición y comercialización de artesanías, generando como efecto las limitadas opciones de distracción y esparcimiento.

Planteamiento del Problema

Una vez realizado el anterior análisis es procedente plantear el problema de la siguiente manera el mismo que será investigado de manera organizada.

Formulación del problema

¿La deficiencia en el proceso de comercialización de Artesanías elaboradas con totora por los productores de San Rafael y Yahuarcocha, ocasiona que no puedan mejorar sus ingresos y dirigir sus productos a nuevos clientes?

Objetivo General 1

Realizar un diagnóstico de los procesos productivos y de comercialización de Artesanía de totora de Yahuarcocha y San Rafael.

Objetivos específicos

1. Identificar en qué condiciones económicas se desarrolla la producción y comercialización de artesanía de Totorá.
2. Realizar un análisis de las condiciones sociales de las personas que se dedican a la producción y comercialización de artesanía de totora.
3. Determinar las condiciones técnicas que participan en los procesos productivos y de comercialización de artesanías de totora.

Objetivo General 2

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de exposición y comercialización de artesanías de totora en Yahuarcocha, para favorecer a los productores de estas artesanías tanto de San Rafael y Yahuarcocha.

Objetivos específicos

1. Realizar un Estudio de Mercado para determinar la oferta, la demanda, precios, comercialización y publicidad del Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totorá.
2. Efectuar un Estudio Técnico que permita determinar: espacios físicos, áreas de exposición, Inversión y Talento Humano, requeridos para la operación del proyecto.
3. Elaborar un Estudio Financiero para determinar la viabilidad o no de crear esta unidad Productiva.
4. Realizar la Estructura Organizacional de la nueva unidad productiva.

5. Efectuar un análisis de impactos que generará la operación de la nueva unidad productiva.

Preguntas de Investigación del Objetivo General 1

1. ¿Cuáles son los factores económicos que intervienen en la comercialización de artesanías de totora?
2. ¿Qué factores sociales participan en los procesos productivos y de comercialización de artesanías de totora?
3. ¿Cuáles son las condiciones técnicas que intervienen en los procesos productivos y de comercialización de artesanías de totora?

Preguntas de Investigación del Objetivo General 2

1. ¿Con un Estudio de mercado se determinará la oferta, la demanda, precios, comercialización y publicidad del Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totora a ubicarse en Yahuarcocha?
2. ¿Un Estudio técnico permitirá determinar espacios físicos, áreas de exposición, Inversión y Talento Humano, requeridos para la puesta en marcha de la Creación del Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totora en Yahuarcocha?
3. ¿Mediante un Estudio Financiero se determinará la viabilidad o no de crear esta Unidad Productiva?
4. ¿Cuál será la Estructura Organizacional para un Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totora?
5. ¿Cuál es el tipo de impactos que generará la Creación de un Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de totora en Yahuarcocha.

Justificación e Importancia

La realización de la presente investigación es procedente por cuanto contó con la información necesaria, tiempo y la disponibilidad económica de la autora.

Esta investigación tendrá como objeto promover el desarrollo social, comercial de los productores de artesanías de totora y el desarrollo turístico de Yahuarcocha.

La investigación del problema se llevó a cabo en Otavalo específicamente en la zona de San Rafael y en Yahuarcocha, a los productores de artesanías de totora.

Es importante este estudio porque se parte del empleo de la totora un recurso natural que crece en los lagos y lagunas, para transformarlo en materia prima para la elaboración de artículos de artesanía, hasta su destino final que es su comercialización, generando ingresos a quienes se dedican a esta actividad.

Valor práctico

El resultado de esta investigación generó un importante valor práctico por cuanto con el estudio de factibilidad se pudo determinar si el proyecto es Viable o Factible de ejecutarse.

Trascendencia Científica

Esta investigación dio como resultado una relevante trascendencia científica por cuanto mayoritariamente los productores de artesanías de totora no tienen donde exponer y comercializar sus productos y se diseñó un proyecto para la Creación de un Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de totora elaboradas por productores de San Rafael y Yahuarcocha, el mismo que se ubicará en Yahuarcocha.

En algunos sitios se desconoce la utilidad de la totora en la manufactura de artesanías y también la utilización de este interesante producto en la medicina, como alimento y para tratar aguas servidas.

Viabilidad

La realización de esta investigación es de relevante importancia por cuanto, ayudó a determinar la viabilidad de creación de un centro ubicado en Yahuarcocha donde los pequeños productores puedan exponer y comercializar las artesanías de totora de Otavalo específicamente de San Rafael; y Yahuarcocha, ya que se cuenta con la acogida turística que visita a Yahuarcocha los fines de semana y feriados, convirtiéndose en un potencial mercado que se lo debe explotar, fomentando de esta manera el mejoramiento económico de los productores.

Viabilidad Técnica

Esta investigación posee viabilidad técnica por cuanto contó con la información técnica de quienes se dedican a la producción de artesanías de totora de Yahuarcocha y San Rafael en Otavalo, así como también a consumidores y potenciales clientes de estas artesanías.

Viabilidad Administrativa

La viabilidad administrativa de esta investigación radica en que se la realizó de manera planificada y organizada, cumpliendo con las actividades a desarrollarse, evaluando periódicamente el avance de la misma, de esta manera ir reforzando la información.

Impactos

Impacto Social

La realización de este proyecto será de un gran impacto social, por cuanto beneficiará a un gran número de productores y por ende a sus familias, así como también a los turistas que visiten el Centro de exposición y comercialización de artesanías de totora en Yahuarcocha.

Impacto Económico

Los ingresos que generará el aprovechamiento del turismo que visite el centro de exposición y comercialización de artesanías de totora, incidirán en el crecimiento del Producto Interno Bruto en el Cantón Ibarra.

Otro impacto económico de esta actividad es que a futuro puede brindar fuentes de empleo, mejorando la calidad de vida.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Historia de Yahuarcocha

Siendo la Provincia de Imbabura reconocida nacional e internacionalmente por sus imponentes lagos y lagunas, se ubica a Yahuarcocha como una laguna de historia, ya que fue en este lugar donde se llevó a cabo hace aproximadamente 500 años el enfrentamiento trágico y sangriento entre Caranquis y el Ejército Imperial Inca, al mando de Huayna Cápac dando lugar a la muerte de aproximadamente 20.000 soldados que se enfrentaron. Los ejércitos a la señal de flautas y tambores ocasionaron una terrible matanza, convirtiendo este lugar en un lago de sangre; por cuanto sus cuerpos sin vida, fueron lanzados a esta laguna.

Yahuarcocha constituye un paisaje cultural con alta trascendencia histórica.

Ubicación de Yahuarcocha.

Yahuarcocha se encuentra ubicada en la Provincia de Imbabura, aproximadamente a 5 kilómetros de la ciudad de Ibarra, rodeada de un entorno natural que invita a la recreación de sus visitantes, locales, nacionales y extranjeros. Tiene más de un kilómetro y medio de diámetro y se encuentra rodeada de un paisaje muy agradable y clima acogedor.

El Turismo en Yahuarcocha

En los últimos años se ha convertido en una de las mejores opciones de entretenimiento y relajamiento la visita a la laguna de Yahuarcocha y sus

alrededores, por cuanto, es el escenario óptimo para la realización de deportes siendo uno de mayor importancia el automovilismo, ya que aquí se encuentra ubicado el autódromo José Tobar de nivel internacional, otra de las opciones es disfrutar de la gastronomía y sobre todo por su entorno paisajístico, con que cuenta. Este atractivo turístico de gran importancia histórica ha permitido que año tras año aumente el número de visitantes locales, nacionales y extranjeros, constituyéndose en una de las grandes ventajas con que cuenta la ciudad de Ibarra y la provincia Imbabura.

El turismo en los últimos años se ha convertido en un gran generador de ingresos que ha permitido la recuperación económica a ciertas zonas de nuestro país y Yahuarcocha no ha sido la excepción, ya que los fines de semana y feriados, es altamente visitada por quienes se sienten atraídos por su gastronomía; siendo su platillo principal la tradicional tilapia frita o al horno; algunos turistas prefieren las empanadas, las frutas o los refrescos. Hay quienes la visitan por recorrer la laguna en las embarcaciones; asistir a las competencias que se realizan en el Autódromo, entre otras actividades que allí se puede realizar.

Ubicación del lago San Pablo (Otavalo)

Este lago se encuentra ubicado a 5 km. de la ciudad de Otavalo. Este atractivo lago se localiza en las faldas del majestuoso Imbabura, a su alrededor se encuentran algunas comunidades indígenas. La cuenca de este lago tiene un área de 15.000 ha aproximadamente y está rodeada por un hermoso paisaje que atrae a turistas locales, nacionales y extranjeros. Desde hace aproximadamente siete años la Junta parroquial de San Rafael y algunos socios, pequeños artesanos se unieron y crearon una microempresa llamada Totorá Sisa, dedicada exclusivamente a la elaboración de muebles y artesanías de totora.

Esta microempresa constantemente busca asesoría técnica y en la actualidad cuentan con página Web para dar a conocer sus productos a sus potenciales clientes. Actualmente está conformada por socios, el Gerente y una Secretaria.

Actividades Turísticas en San Pablo.

Entre las principales actividades turísticas que se desarrollan en esta laguna son:

- Deportes acuáticos.
- Paseos
- Pesca
- Una de las principales dentro de la provincia de Imbabura es la natación, ya que se realiza la travesía del lago San Pablo en la Fiesta del Yamor en Septiembre.

La Totora

La totora es una planta que crece en sitios húmedos especialmente en lagos y lagunas. Una vez cortada se convierte en materia prima para la elaboración de artesanías de gran acogida.

Es una planta antigua y se la utilizaba desde la época prehispánica, las conocidas esteras servían como camas para dormir y encima de la mesa como mantel para servir los manjares.

Aprovechamiento y uso de la totora

De acuerdo a TOTORA SISA s.c.c

“Somos una empresa comunitaria que nace de las aspiraciones empresariales de las comunidades indígenas artesanas de la Parroquia San Rafael de la Laguna, Otavalo - Ecuador, insertada a las orillas del paradisíaco Imbakucha – Lago San Pablo. (Lago de Preñadillas).

Para potencializar la producción de artesanías de totora y la comercialización justa de sus productos en beneficio directo de las comunidades involucradas, promoviendo la participación y autogestión para mejorar las condiciones de su entorno y sus relaciones socioeconómicas. La solidaridad y la reciprocidad es la esencia misma de Totora SISA Sociedad Civil y Comercial”.

El uso de la totora se da de varias maneras como son:

- Se la utiliza como medicina
- Se usa como alimento.
- Se la utiliza para la elaboración de techos.
- Con ella se puede construir balsas de diferentes tamaños lo que varía es la utilización del volumen de ella.
- Además se puede construir artesanías miniatura como son: balsas, peces, aves, llamas, canastas, entre otros, los motivos depende mucho de la habilidad del artesano.
- Se la utiliza para la elaboración de muebles.
- La totora en la elaboración de papel artesanal, la fibra de esta planta es apta para la elaboración del papel, con el papel elaborado se puede realizar una gran variedad de productos como son: tarjetas, agendas, portarretratos, fundas, sobres.
- La planta de totora es una excelente aliada para los peces porque le sirve para ocultarse y depositar sus huevos. Además purifica el agua contaminada y protege la erosión al suelo de las orillas del lago, las aves hacen sus nidos en los totorales ya que es un medio propicio para su protección.

Se la utiliza como medicina para prevenir el bocio, la totora molida y quemada sirve para cicatrizar heridas, la raíz sirve para lavar tumores, heridas y llagas.

¿Qué ocurre cuando se destruyen los totorales?

Con su destrucción puede acarrear varios problemas como son:

- Puede llegar a desaparecer
- Si no existe totora u otras plantas acuáticas los peces no tienen lugares seguros donde poner sus huevos, y cuando nacen sus crías son fácilmente devoradas.
- Al no existir totora, falta la materia prima para los trabajos y actividades que desarrolla la comunidad, especialmente para tejer las esteras y elaborar artesanías, consigo atrae la pobreza, y la gente se ve obligada a emigrar abandonando sus tierras”.

Artesanías de Totorá

Clases de Artesanías de Totorá

Entre los principales productos que se elaboran con esta materia prima se encuentran:

- Canastas
- Esteras
- Balsas o caballetes.
- Muebles de buena calidad combinadas con hierro, madera y otros materiales
- Aventadores
- Souvenires

Proceso de Producción de Artesanías de Totorá

El proceso de producción se ha ido trasladando de generación en generación contando en la actualidad con una gran apertura para la elaboración de nuevos productos.

Empresa

Según Amaru Antonio César, 2009.

“Una Empresa es una iniciativa que tiene como objetivo ofrecer productos y servicios para atender las necesidades de personas o mercados, y con ello obtener una utilidad. Para lograrlo y atender el compromiso con su prosperidad, el emprendedor necesita adquirir recursos, estructurar un sistema de operaciones y asumir un compromiso con la satisfacción del cliente y de otras partes interesadas” (p. 446).

Con lo anteriormente referido se concluye que empresa es el conjunto de recursos económicos, humanos, materiales, tecnológicos entre otros para la obtención de un bien o un servicio, el mismo que estará a disposición de un mercado que lo demande, a cambio de un valor monetario que permite cubrir los costos de producción y genera una utilidad para los inversionistas.

Microempresa

De acuerdo a www.monografias.com :

“La microempresa como dimensión de un sector económico, social y político de la sociedad de vieja data, precisa de aproximaciones conceptuales que permitan un acercamiento a su realidad, en el entendido que sus siempre parciales interpretaciones, no cuenten con pretensiones hegemónicas ni totalizadoras.

El contexto, conceptualizaciones, razones y emociones del surgimiento de la microempresa es en síntesis el abordaje de este papel de trabajo, esperando que pueda contribuir a la reflexión sobre iniciativas

económicas o empresariales allende de sus fronteras, si es que las hubiere”.

En base a un sinnúmero de iniciativas de carácter económico surgen las microempresas, las mismas que han nacido de personas con el propósito de salir adelante en medio del desempleo y de esta manera generar ingresos que permitan cubrir sus necesidades, en otros casos estas microempresas han nacido mediante el aprovechamiento de las habilidades con las que cuentan quienes se dedican a las diferentes actividades productivas.

En nuestra provincia actualmente han surgido muchas microempresas varias de ellas direccionadas al campo artesanal y los productos elaborados con la totora no son la excepción mediante la aplicación de la habilidad de quienes habitan en Yahuarcocha y San Rafael, permitiendo encontrar en esta actividad un medio que les genere ingresos.

Formas de Organización legal de las empresas

Según Arboleda Vélez Germán

“Las formas de organización legal de las empresas las tiene bastante bien definidas cada país. Más aún, y dentro de cada región, tiene establecidas normas tributarias, laborales, administrativas, contables de fiscalización y control, las cuales afectan en distinto grado las diferentes formas de organización legal de las empresas” (p. 206)

Ciclo de desarrollo de las Organizaciones

Arboleda Vélez Germán, opina:

“Las organizaciones en forma similar a lo que sucede con todo sistema orgánico, pasan por distintos ciclos vitales: nacen, crecen, se diferencian, se reproducen y algunas mueren. A cada edad de la empresa le corresponde un tamaño; un tipo de estructura; unas funciones; un sistema de administración, de recompensa, de comunicación de control; y unas medidas de desempeño.

Las decisiones estratégicas se deben tomar con base en enfoques de mercado y/o financieros enmarcados dentro de un análisis de la estructura organizacional que incluya su ciclo de vida, sus características y su evaluación. Esta consideración organizacional ayuda sobremanera en la selección de planes estratégicos y en la definición de métodos apropiados de trabajo”. (p. 213)

Centro de Exposición – Feria

Wikipedia, la Enciclopedia Libre:

“Una feria es un evento social, económico y cultural – establecido, temporal o ambulante, periódico o anual – que se lleva a cabo en una sede y que llega a abarcar generalmente un tema o propósito común.

Puede tener por objetivo primordial la promoción de la cultura, alguna causa o estilo de vida, generalmente en una forma divertida y variada; más comúnmente el objetivo es la estimulación comercial, pues tiene la finalidad de lucro o de generar ganancias para las localidades anfitrionas, personas u organizaciones patrocinadoras, y participantes hospitalarios, a cambio de un tiempo grato que incluye diversión y entretenimiento, participación en juegos de azar y de destreza, alimentos, manjares y golosinas, objetos o juguetes, etc., para los participantes visitantes y negociantes, ya sean estos menores o mayores de edad, dependiendo del evento, consignas, características, costumbres locales y leyes que rigen el lugar”

Estudio de Mercado

Baca Urbina Gabriel, 2006, opina:

Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Aunque la cuantificación de la oferta y demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, pues proporciona información directa actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. El investigador del mercado, al final de un estudio meticuloso y bien realizado, podrá *palpar o sentir* el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado. Aunque hay factores intangibles importantes, como el riesgo, que no es cuantificable, pero que es perceptible, esto no implica que puedan dejarse de realizar estudios cuantitativos. Por el contrario, la base de una buena decisión siempre serán los datos recabados en la investigación de campo, principalmente en fuentes primarias. (p. 7 y 8)

Producto

Según Fischer Laura, Espejo Jorge:

“Un producto se puede considerar como el conjunto de beneficios y servicios que ofrece un comerciante en el mercado (Schewe., Smith H. R.).” (p.166).

“Un producto engloba atributos tangibles e intangibles (embalaje, color, precio, prestigio del fabricante y del vendedor, etc.) que el comprador acepta como algo que ofrece satisfacción a sus deseos o necesidades (William J. Stanton)” (p.166).

“Producto es todo aquello, favorable o desfavorable, que una persona recibe en un intercambio (Charles W. Lamb)” (p.166).

A mi criterio un producto es todo aquello que una persona adquiere porque al obtenerlo, este va a satisfacer una necesidad; los productos pueden ser bienes o servicios.

Oferta

De acuerdo a Fischer Laura, Espejo Jorge.

“Se refiere a las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado” (p. 243)

Ley de la oferta.

Fischer Laura, Espejo Jorge opinan:

Las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado tienden a variar en relación directa con movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta.

Estas mercancías que los productores están dispuestos a poner en el mercado estarán determinadas por los siguientes factores:

- El número de firmas en el sector industrial
- La Capacidad productiva de las firmas existentes.
- El costo de los factores de producción
- Las técnicas de producción (p. 243)

Demanda

Según Fischer Laura, Espejo Jorge.

“Se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado. El precio del producto estará determinado por la demanda, ya que ésta constituye una serie de relaciones y cantidades”.

El incremento de la demanda de un bien produce una elevación considerable en el precio. Una vez que el impacto de la variación de la demanda ha producido su efecto en el precio del producto en el mercado,

los resultados serán el incremento del volumen de producción y el incremento de los beneficios.

La reducción de la demanda significa una rebaja sustancial de los precios. Si esta reducción es permanente y en gran escala, obliga a que durante algún tiempo se lleven a cabo liquidaciones; la consecuencia principal es la reducción de capital de las empresas.

Una forma sencilla y común para fijar precios en función de la demanda es la discriminación de precios, la cual consiste en cargar diferentes incrementos en el costo a diferentes clientes, siempre y cuando éstos no estén en competencia (p.240).

Ley de la demanda.

Fischer Laura, Espejo Jorge opinan.

Las cantidades de una mercancía que los consumidores están dispuestos a comprar tienden a variar en relación inversa al movimiento de los precios; esto es, si los precios aumentan, la demanda baja, si los precios se reducen, aumenta. Las mercancías que los consumidores están dispuestos a comprar estarán determinadas por los siguientes factores:

- Los grupos y preferencias de los consumidores, los cuales estarán condicionados por la costumbre, el hábito y la cultura.
- El número de consumidores.
- El precio de los productos sustitutos, que será más notable cuanto más perfectos sean los productos sustitutos.
- Los ingresos de los consumidores.
- El nivel general de los precios.(P. 240)

Precio.

Según Fischer Laura, Espejo Jorge:

En la antigüedad el hombre adquiriría los objetos que necesitaba por medio del trueque, es decir, los bienes que requería para satisfacer sus necesidades los obtenía a través de intercambios. Posteriormente apareció el dinero como un medio para facilitar las transacciones. Así se inició el desarrollo del comercio, y a través de este surgió el precio del producto”

La clave para determinar el precio de un producto es entender el valor que los consumidores perciben en él. Dicho valor es el resultado de las percepciones de los consumidores acerca de la satisfacción total que el producto proporciona, partiendo del total del conjunto de beneficios (p. 230).

Comercialización

Fischer Laura, Espejo Jorge.

“En esta etapa el producto ya está en situación óptima para ser introducido en el mercado. El artículo está en plena producción, y la elección de la marca y su presentación están ya terminadas. El momento de la comercialización representa una inversión fuerte tanto en dinero como en personal especializado. Un factor importante que debe considerarse durante este último período es la competencia, factor determinante para el éxito y el futuro del producto (p.187)

Estudio Técnico

Según Baca Urbina Gabriel, 2006:

“Esta parte del estudio puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo” (P. 8)

Ámbito del Proyecto

Arboleda Vélez Germán, opina:

El ámbito del proyecto comprende no solo el emplazamiento de la empresa sino también todas las actividades necesarias para abastecerse de insumos, entregar productos y proporcionar inversiones para infraestructura auxiliar.

Los planes y diagramas funcionales y físicos de cada proyecto se constituyen en las principales herramientas para definir el ámbito del proyecto y demás aspectos relacionados con la ingeniería del mismo (Tecnología, procesos, maquinaria y equipos, recursos humanos, edificaciones, etc.) (p. 178)

Tamaño del Proyecto

Arboleda Vélez Germán, opina:

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. Por lo tanto, si se dice que el tamaño de una fábrica de calzado es de 80.000 mil pares de zapatos al año, se debe especificar el número de días al año y el número de horas al día en que se proyecta hacer trabajar la fábrica para lograr esta capacidad de producción. Es decir, el tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo, y de la operación en conjunto. (p. 119).

El tamaño del proyecto y la dimensión y características del mercado.

Arboleda Vélez Germán, opina:

El elemento de juicio más importante para determinar el tamaño del proyecto es generalmente la cuantía de la demanda actual y futura que ha de atenderse.

Existen tres situaciones básicas para la cuantía de la demanda:

- No presenta limitaciones prácticas en cuanto a escala de producción.
- Es tan pequeña que no alcanza a justificar el tamaño mínimo.
- Es del mismo orden de magnitud que el tamaño mínimo posible.

El estudio profundo y detallado del mercado estará estrechamente relacionado con el tamaño en el tercer caso; en el primero la magnitud de la demanda no es factor limitativo y en el segundo lo es hasta el punto de hacer imposible el proyecto.

Lo anterior contribuye a la delimitación del problema, algo que se complica al considerar las variaciones de la demanda en función del ingreso, de los precios, de los factores demográficos, de los cambios en la distribución geográfica del mercado y de la influencia del tamaño de los costos.

Lo ideal es que el tamaño no sea mayor que la demanda actual y esperada del mercado y que la cantidad demandada sea superior al tamaño mínimo económico del proyecto. (p. 120 y 121)

Localización

Según, Baca Urbina Gabriel.

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

El Objetivo general de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. (p. 98 y 99).

Estudio Económico

Baca Urbina Gabriel, 2006, opina:

La antepenúltima etapa del estudio es el análisis económico. Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial, cuya base son los estudios de ingeniería, ya que tanto los costos como la inversión inicial dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial. (P. 9)

Capital de Trabajo

Según Arboleda Vélez Germán

El capital de trabajo requerido por un proyecto es la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes.

Capital de trabajo = Activo corriente – Pasivo Corriente

Para calcularlo se deben definir las necesidades mínimas que requiere el negocio o empresa en cuanto a activos corrientes y pasivos corrientes se refiere. Además, se debe conocer, para cada uno de los periodos de análisis del proyecto, el valor total de las siguientes partidas (p. 260)

Activos corrientes:

- Dinero en efectivo en caja y en bancos
- Cuentas por cobrar
- Existencias o inventarios
 - ✓ Materiales e insumos
 - ✓ Productos en proceso
 - ✓ Productos terminados

✓ Repuestos

Pasivo corriente:

- Cuentas por pagar (p. 260),

Estados financieros

Estado de Pérdidas y Ganancias o Estado de Resultados

Según Arboleda Vélez Germán

Es importante especificar si los estados financieros son en términos corrientes o en términos constantes. Serán en términos corrientes cuando los distintos valores que forman los estados financieros se expresan en unidades monetarias del año en el cual ocurren; es decir, se tiene en cuenta la inflación. Serán en términos constantes si se supone que en el medio económico en el cual opera el proyecto no existe el fenómeno de la inflación; en este caso los valores que forman los estados financieros se expresan en unidades monetarias de un mismo año. Si se opera con todo rigor en términos constantes, aquellas partidas que estén expresadas en términos corrientes (cargo por depreciación, amortización de gastos preoperativos, pago de intereses, abonos de capital sobre préstamos, etc.) es necesario deflactarlas para convertirlas en términos constantes del año tomado como base, mediante el empleo de la tasa de inflación esperada en los años del proyecto y de la fórmula de interés compuesto. Es de anotar que los procedimientos tradicionales de elaboración de estados financieros de un proyecto, en términos constantes no tienen en cuenta lo anterior.

Después de elaborar el estado de pérdidas y ganancias, esperado en cada uno de los años de la fase operacional del proyecto, se tendrá conocimiento de la siguiente información necesaria para la elaboración de los otros estados financieros:

- Valor de los impuestos esperados en cada uno de los años de la fase operacional del proyecto.

- Valor de las reservas (utilidades no repartidas acumuladas) en cada uno de los años de la fase operacional del proyecto.

Para poder elaborar el estado de pérdidas se debe conocer, para cada uno de los años del proyecto, la siguiente información:

- *Ingresos por concepto de ventas.* Comprende los ingresos por la venta del bien o del servicio, objeto del proyecto.
- *Otros ingresos.* Están constituidos por:
 - Ingresos por venta de activos parcialmente depreciados (se supone que se venden por un valor equivalente a su valor en libros). Si no se proyecta su venta en ninguno de los años de la fase operacional, se contabiliza como parte del valor remanente en el último año.
 - Rendimientos financieros, de inversiones con recursos del proyecto. Por ejemplo, los intereses que devengue el capital de trabajo, si se deposita en una cuenta de ahorros; los rendimientos de depósitos a término, etc.
 - Arrendamientos, relacionados con el proyecto.
 - Participaciones, relacionadas con el proyecto.
- *Costos de Operación.* Constituidos por:
 - Costo de Ventas (o de la producción vendida)
 - Materiales e insumos
 - Mano de obra directa
 - Gastos generales de fabricación (materiales indirectos, mano de obra indirecta, suministros de oficina, servicios, reparación y mantenimiento).
 - Depreciación (de edificios, maquinaria, equipos, muebles y enseres, vehículos y herramientas (p. 299).

Egresos

Costo de producción

Este costo es aquel que se incurre o se genera para la obtención de un bien o servicio. Dentro de este grupo se encuentra la Materia Prima, Mano de Obra Directa y Costos Indirectos de Fabricación.

Mano de Obra Directa

Polimeni Ralph S., Fabozzi Frank J., Adelberg Arthur H., 2003.

“La mano de Obra Directa es la que se involucra de manera directa en la producción de un artículo terminado, que fácilmente puede asociarse al producto y que representa un costo de mano de obra importante en la producción de dicho artículo”. (P. 84)

Materia Prima Directa

Según Bravo Valdivieso Mercedes, Ubidia Tapia Carmita, 2007:

“Es el material o materiales sobre los cuales se realiza la transformación, se identifican plenamente con el producto elaborado. Ejemplo en la industria textil el algodón, en la industria cervecera la cebada” (P. 19)

Costos Indirectos de Fabricación. (C.I.F)

Según Polimeni Ralph S., Fabozzi Frank J., Adelberg Arthur H., 2003.

“Estos costos hacen referencia al grupo de costos utilizado para acumular los costos indirectos de manufactura (se excluyen los gastos de venta, generales y administrativos porque son costos no relacionados con la manufactura” (P. 124).

Gastos Administrativos.

Son todos aquellos gastos que se incurrieron por concepto de:

Sueldos y Salarios, Servicio Telefónico, Útiles de Oficina, entre otros.

Gastos de Ventas

Son aquellos gastos que se realizan en el proceso de la venta de productos: Ejemplo: la publicidad.

Gastos Financieros

Son aquellos gastos que se originan o generan cuando se adquiere créditos. Ejemplo: Intereses.

Depreciaciones

Según, Arboleda Vélez Germán , 2001.

“La depreciación se define como el desgaste, el deterioro, el envejecimiento y la falta de adecuación u obsolescencia que sufren los bienes tangibles a medida que pasa el tiempo” (P. 269).

Balance Proyectado

Según Arboleda Vélez Germán,

Con este estado financiero se busca pronosticar las partidas básicas del balance, en cada uno de los años del proyecto, tales como balance de dinero en efectivo y otros activos corrientes (por ejemplo inventario de materias primas, cuentas por cobrar, inventario de productos en proceso, inventario de productos terminados, inventario de repuestos), activos fijos, capital social, préstamos y pasivos corrientes que se requieren para el funcionamiento sin tropiezos de la empresa. El balance proyectado muestra el cuadro financiero total en ciertos momentos de la vida del proyecto. (p. 305)

Flujo de Efectivo Neto de un Proyecto.

Arboleda Vélez Germán, 2001 opina:

Para poder efectuar la evaluación financiera de un proyecto es conveniente definir su flujo de efectivo, el cual se sintetiza mediante un cuadro que indica la manera como el dinero fluye hacia el inversionista, o a la inversa. Las cifras que aparecen en la última fila de un cuadro de flujo de efectivo corresponden al flujo de efectivo neto; es decir, entradas menos salidas, Esta información se puede traducir en un diagrama que, comúnmente, se denomina diagrama de flujo de efectivo neto o, simplemente, diagrama de flujo. En su elaboración se supone que las entradas y salidas de efectivo ocurren al final del período. (P. 340).

En mi opinión: El estado de Flujo de Caja o Efectivo brinda una información real del efectivo, detalla las entradas y salidas del mismo para determinar un saldo real durante un período de tiempo.

Este estado es importante porque ayuda a realizar proyecciones y de esta manera determinar ingresos y gastos posteriores y determinar la liquidez.

Valor Presente Neto (VPN).

Según Baca Urbina Gabriel, 2006.

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (P. 221)

TIR Tasa Interna de Retorno

Miranda Miranda Juan José, 2005.

“En definitiva, un criterio adecuado de decisión es establecer comparación entre la TIR del proyecto y el costo de oportunidad del inversionista, entonces.

TIR > t_o , recomendable

TIR = t_o , indiferente

TIR < t_o , no recomendable

T_o = tasa de oportunidad

Complementando lo anterior, podemos afirmar que si la TIR > t_o , significa que el retorno del proyecto es suficiente para compensar el costo de oportunidad del dinero y además produce un rendimiento adicional, por lo tanto resulta llamativo. Si la TIR < t_o , el proyecto no alcanza a compensar el costo de oportunidad por lo tanto no será recomendable” (P. 234)

Relación beneficio – costo, (B/C) (i)

Cálculo numérico

Según Arboleda Vélez Germán, 2001:

“La relación beneficio – costo de un proyecto a una tasa de interés i es el cociente que resulta de dividir la sumatoria del valor presente de los ingresos netos a una tasa de interés i entre la sumatoria del valor presente de los egresos netos a una tasa de interés i .” (P. 357).

Punto de Equilibrio

Bravo Valdivieso Mercedes, Ubidia Tapia Carmita, 2007.

“Es el punto en el cual el volumen de ventas es igual a los costos totales, por lo tanto la empresa no genera ni utilidad ni pérdida PE = (VV = CT)“. (P.291).

Organización de la Empresa

Misión, Visión, Objetivos.

Misión, Visión

Friend Graham y Zehle Stefan , 2008

Los nuevos negocios generalmente comienzan con una idea o visión emprendedora, y deben luego explicar como se puede convertir en realidad. Los negocios deben plantearse objetivos claros sobre los cuales pueda medirse el éxito. Las empresas ya existentes han establecido ideas, misiones y objetivos ya sean estos implícitos o explícitos. Una revisión estratégica pueden conducir a una reestimación del valor de estos; más aún, su propósito principal será evaluar la idea a fin de mejorar el rendimiento de la compañía (p. 36).

Objetivos

Friend Graham y Zehle Stefan, 2008

La empresa deberá tener un conjunto de objetivos sobre los cuales se podrá medir el éxito de la estrategia. Los objetivos deberán ser:

- Específicos
- Cuantificables
- Alcanzables dentro del marco de tiempo establecido
- Relevantes en el contexto de la visión
- Limitados en el tiempo (p.37)

Recursos humanos.

Según Friend Graham y Zehle Stefan, 2008.

Mientras las empresas se tornan más dependientes del conocimiento, los recursos humanos son vistos en mayor medida como un activo estratégico. Presentar información sobre los recursos humanos es una tendencia que las grandes empresas van formalizando cada día más.

Todas las empresas dependen de su personal para triunfar. Por ejemplo, los empleados motivados y bien entrenados pueden hacer la diferencia entre perder y retener a los clientes, y el costo de reemplazar un cliente perdido puede ser muy alto. Para lograr el éxito las empresas dependen cada vez más del hecho de atraer y retener a un conjunto de gente talentosa. Para tomar en cuenta los activos que estas personas representan, se deberá realizar una auditoría de recursos humanos como parte del análisis de la firma (p. 60).

Recursos Organizacionales

Friend Graham y Zehle Stefan, 2008.

Los recursos organizacionales comprenden las estructuras departamentales y los sistemas de información de una empresa. El prerrequisito para un buen plan de negocios es un organigrama claramente establecido. No es posible crear un plan de negocios sin un organigrama, que incluye estimaciones sobre el personal y de control del equipo de gestión. En muchas empresas, el personal y los costos asociados a este constituyen el más importante de los gastos operativos.

El propósito del análisis de una organización es garantizar que esta puede llevar a cabo sus funciones, y que está preparada para cumplir con su objetivo y generar valor. Idealmente, debería ser posible superponer o vincular la estructura organizacional con los objetivos y la cadena de valor (p.61).

Recursos Financieros

Friend Graham y Zehle Stefan, 2008

Los recursos financieros incluyen todas las formas de financiamiento: capital, deudas, préstamos y financiamiento de proveedores y acreedores. La rentabilidad sobre el capital invertido es tal vez el árbitro final que indica el grado de éxito de una empresa. Los recursos financieros son decisivos para el desarrollo y supervivencia de la empresa. La mayoría de los planes

estratégicos poseen algún tipo de objetivo de crecimiento. Cualquier nueva actividad, aun dentro de una empresa existente requiere financiamiento. El crecimiento aun el crecimiento orgánico requiere de financiamiento, aunque sólo sea un aumento en el capital de trabajo.

Impactos

Analizando el entorno

Friend Graham y Zehle Stefan, 2008

Los negocios son objeto de muchas presiones sobre las cuales estos tienen un control limitado: política económica gubernamental, cambios de actitud entre los consumidores y el desarrollo de nueva tecnología, por nombrar solo algunas. El análisis del entorno estudia dichas fuerzas con el fin de predecir la coyuntura en la cual el negocio tendrá que operar. Los factores del entorno podrán ser “macro”, tales como el nivel de inflación, tasas de interés y el tipo de cambio, o “micro”, como por ejemplo los impuestos locales que recaen sobre las empresas o la creación de un nuevo camino o ramal ferroviario. Para el plan de negocios, la habilidad consiste en determinar qué factores tienen impacto en el negocio o podrán tenerlo en el futuro, y comprender como será probablemente dicho impacto. Requiere habilidad para pensar más allá del marco actual de referencia a fin de identificar todas las influencias futuras que sufrirá el negocio (p.41).

Friend Graham y Zehle Stefan, 2008

Las secciones siguientes enumeran factores típicos del entorno, pero como cada negocio es diferente, la lista debe funcionar como un punto de partida.

Factores Políticos

Las cuestiones políticas locales, nacionales y supranacionales que se deben considerar incluyen:

- ❖ Impuestos directos e indirectos tales como el impuesto a las ganancias y el IVA, influyen en los gastos de los consumidores y en la demanda del mercado.
- ❖ Los impuestos que pagan las empresas tienen impacto sobre la rentabilidad

Factores económicos

Los factores económicos locales, nacionales, globales que se deben considerar incluyen:

- ❖ Ciclo económico. Las economías desarrolladas a menudo siguen un modelo denominado ciclo económico en el cual los periodos de más rápido crecimiento son seguidos por años de crecimiento más lento o aun de recesión. Algunos sectores, como el de la publicidad, el entrenamiento y los restaurantes, son más susceptibles que otros al impacto del ciclo económico, por ejemplo los fabricantes de productos alimenticios, para los cuales la demanda es menos cíclica
- ❖ Niveles de empleo. Estos están estrechamente relacionados con la posición de la economía dentro del ciclo económico, pero también con el estado de la economía dentro del ciclo económico, pero también con el estado de la economía local. Altos niveles de desempleo en una región reducirán la demanda allí, pero también implicará que contratar trabajadores será más barato y fácil
- ❖ Inflación. Esta puede afectar el negocio de distintas formas; por ejemplo si la tasa de aumento del precio de las materias primas es mayor que la tasa de inflación para los productos de la empresa, entonces la empresa experimentará con el tiempo un descenso en la rentabilidad.
- ❖ Desarrollo económico. La etapa de desarrollo económico del país – subdesarrollado, en vías de desarrollo o desarrollado- influenciará la

naturaleza de los productos y servicios que puedan efectivamente ser comercializados dentro de un país y el nivel de infraestructura existente que soporte la performance de las actividades comerciales.

Factores sociales. Los Cambios demográficos y los valores culturales y sociales de un país se producen a lo largo de muchos años. No obstante, con las mejoras en la comunicación y el aumento de la movilidad de empleados entre diversos países, se espera que la velocidad del cambio social y demográfico aumente. La población y sus valores representan el punto de partida para el debate sobre la demanda del mercado. El impacto del cambio social y cultural se examina mejor en relación a un producto servicio específico, pero se incluyen algunas observaciones a nivel macro tanto para economías desarrolladas como en vías de desarrollo.

- ❖ Crecimiento Poblacional. La tasa de crecimiento poblacional tendrá un impacto directo en el tamaño del mercado potencial que se desea abordar para un producto o un servicio. El crecimiento poblacional es típicamente mayor en los países en vías de desarrollo, comparado con los países desarrollados.

- ❖ Estructura por edad. En los países occidentales y desarrollados las economías están experimentando un significativo aumento de la edad media de sus habitantes. En las economías menos desarrolladas, sus poblaciones son generalmente más jóvenes, ya que las tasas de nacimientos son altas y la longevidad de los habitantes es menor. Las diferencias en las estructuras por edad de la población influyen en el nivel total de ahorro comparado con el gasto de los consumidores y el tamaño relativo de la población activa y pasiva.

- ❖ Migración de las zonas rurales a las ciudades. La migración de la población puede ocurrir a distintos niveles, incluyendo el internacional.

- ❖ Cambios sociales y culturales. Las actitudes sobre la toma de riesgos y la iniciativa empresarial difieren por país y afectarán el número de empresas emergentes y los potenciales competidores. Las actitudes con respecto al trabajo y el ocio afectan la demanda de ciertos productos así también la oferta laboral que la economía propone. El rol de la mujer en la economía influencia la oferta y la demanda (págs. 43 y 44).

Evaluación del Impacto Ambiental

Según, Arboleda Vélez Germán:

Por impacto ambiental se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativas o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración.

Las condiciones ambientales están constituidas por el conjunto de elementos naturales o inducidos por el hombre que interactúan en un espacio y tiempo determinado; es decir, las condiciones del medio ambiente natural y las condiciones del medio ambiente social que afectan al ser humano (p. 417)

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

Tipos de Investigación

La realización de este proyecto se basó en una Investigación de tipo Descriptiva Exploratoria, ya que contiene una recopilación de datos concernientes e información referentes a las características del entorno del objeto de la investigación con una relativa descripción y el correspondiente análisis; es decir de cómo se presenta el problema con sus respectivas causas.

Diseño de la Investigación

Documental

La investigación contó con un diseño documental, porque se basó en bibliografía con información inherente a la investigación en cuanto al problema y la propuesta de solución.

De Campo

Para la recopilación de datos de esta investigación fue necesario realizar un diseño de campo, que permita un encuentro cercano con las causas que generan el problema, mediante las diversas visitas realizadas a los productores de artesanías elaboradas con totora.

Variables

Para desarrollar esta investigación se realizó el cuadro de Matriz de variables realizado en base al objetivo general.

Matriz de la Variable

Los procesos productivos y comercialización de artesanías de totora de Yahuarcocha y San Rafael.

| DEFINICIÓN OPERATIVA | DIMENSIONES | INDICADORES. | INDICE DE MEDICIÓN |
|--|--|--|---|
| <p>Se refiere al proceso de producción y comercialización de artesanías de totora de Yahuarcocha y San Rafael.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Factores Económicos • Factores Sociales • Factores Políticos | <ul style="list-style-type: none"> • Costos • Precios • Materia Prima • Mano de Obra • Ubicación • Tipo de establecimiento • Instrucción Académica • Políticas Ambientales • Aspectos Legales | <ul style="list-style-type: none"> • Altos – Aceptables - Bajos • Altos – Aceptables - Bajos • Optima- Buena- Mala • Optima –Aceptable-Mala • Con Fácil o Difícil Acceso • Propio o Rentado • Primaria – Secundaria-Superior • Aplicables – No aplicables • Aplicables – No aplicables |

Matriz de la Variable

La creación de un Centro en Yahuarcocha de exposición y comercialización de artesanías de totora de Yahuarcocha y San Rafael para favorecer a los productores de estas artesanías y al desarrollo turístico de Yahuarcocha.

| DEFINICIÓN OPERATIVA | DIMENSIONES | INDICADORES | INDICE DE MEDICIÓN |
|--|---|--|---|
| Se refiere a un centro donde se expongan y comercialicen artesanías de totora de Yahuarcocha y San Rafael, ubicado en Yahuarcocha favoreciendo al desarrollo turístico de la zona. | <ul style="list-style-type: none"> • Factores Sociales • Factores Económicos • Factores Culturales | <ul style="list-style-type: none"> • Género • Edad • Políticas de Comercializac. • Ingresos • Capital • Mercado • Identidad • Difusión | <ul style="list-style-type: none"> • Femenino o Masculino • Intervalos 31 a 40 41 a 50 etc. • Precios (altos o adecuados) • Altos, esperados o malos • Propio o Financiado • Optimo, Aceptable o Malo • Relevancia (alta, media, baja) • Rescate cultural (Alto, medio o bajo) |

Población y Muestra

Para la realización del presente proyecto se tomó como población el número de productores de artesanías de totora de San Rafael y Yahuarcocha, que en la actualidad son 20 productores en San Rafael pertenecientes a la Asociación Totora Sisa que se encuentran activos y 16 en Yahuarcocha, así como también los potenciales clientes de artesanías de totora de la provincia de Imbabura.

Para la investigación, a los productores de artesanías de totora de San Rafael y Yahuarcocha se realizó un censo.

Muestra

Para realizar encuestas a los consumidores se tomó como referencia la población de Imbabura, ya que son quienes visitan la laguna de Yahuarcocha, es decir es un turismo interno.

El dato de la población de Imbabura es tomado del Censo INEC 2010, siendo 398.244 habitantes.

De los 398.244 habitantes se considera que un 30% son potenciales clientes de artesanías de totora, es decir 119.473.

A estos datos se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{PQ \cdot x \cdot N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

n = Muestra
 N = Población
 PQ = 0.25
 E = Error
 K = Constante

$$n = \frac{(0.25) \times 119.473}{(119473 - 1) \frac{(0.05)^2}{(2)^2} + (0.25)}$$

$$n = \frac{(0.25) \times 119.473}{(119.472) \frac{(0.0025)}{4} + (0.25)}$$

$$n = 398$$

El número de encuestas a consumidores fue 398, las mismas que fueron tabuladas y cuyos resultados facilitaron la investigación.

Métodos, técnicas e instrumentos

Métodos

Es muy importante la utilización de métodos teóricos en el desarrollo de la investigación tales como el método analítico que ayudó a plantear los objetivos y preguntas de Investigación.

Se utilizó métodos matemáticos, al momento de realizar el cálculo de la muestra, así como también al momento de la presentación de los resultados de la encuesta.

Esta investigación se basó también en el Método deductivo que parte de lo general para llegar a aspectos particulares y el método Inductivo .que parte de lo particular para llegar a lo general.

Técnicas

Se utilizó como técnicas: encuestas, observación, entrevistas.

Encuestas

Mediante esta técnica se obtuvo datos cuantitativos y cualitativos. Para la aplicación de dichas encuestas se realizó un censo a los productores de artesanías de totora de San Rafael y Yahuarcocha. La encuesta a consumidores se la aplicó en base a una muestra.

Observación

Esta técnica de recolección de información se aplicó a productores y potenciales clientes de las artesanías de totora; mediante las diversas visitas realizadas en las diferentes etapas de la investigación.

Entrevistas

Por medio de entrevistas se pudo recabar información relacionada con la investigación, las mismas que se las realizó a productores de artesanías de totora de San Rafael, así como también a productores de estas artesanías de Yahuarcocha; adicionalmente se entrevistó a clientes y potenciales clientes de estos productos con la finalidad de ampliar la información.

Instrumentos

Entre los principales instrumentos que se utilizaron en esta investigación se encuentran:

- Cámara Fotográfica
- Cámara de Video
- Preguntas de encuesta (Cuestionario)
- Preguntas de entrevista (Cuestionario)
- Computador
- Impresora

Proceso de la Investigación

El desarrollo de esta investigación se basó en el método científico el mismo que contiene los siguientes pasos:

- Identificación del problema
- Planteamiento de Objetivos
- Planteamiento de preguntas de Investigación
- Marco Teórico
- Instrumentos, métodos
- Recopilación de datos
- Verificación de las preguntas de Investigación.
- Conclusiones y recomendaciones

CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

PROCESO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se aplicó dos tipos de instrumentos de Investigación siendo estos:

- *Encuesta a Productores de artesanías de totora.
- *Encuesta a Consumidores de artesanías de totora.

Una vez diseñadas las encuestas se procedió a validar las mismas mediante la técnica del pilotaje que es la aplicación de las encuestas a tres personas que pertenecen a cada uno de los dos grupos siendo estos: productores y consumidores; antes de ser aplicada definitivamente a la muestra, con la finalidad de realizar una revisión al planteamiento de las preguntas en lo que respecta a su forma y fondo.

La validación se la realizó llenando el documento * “Formato de Evaluación de Instrumentos de Investigación” en el consta el número de pregunta y al frente se evalúa aspectos de: claridad, coherencia y pertinencia; marcando una X si los posee o no. En caso de existir inconformidad los colaboradores presentan en la parte posterior sus observaciones para ser tomadas en cuenta y realizar los cambios respectivos.

*Anexo 1 Formato de Evaluación de Instrumentos de Investigación

Es así que el jueves 20 de mayo de 2010, ya con el formulario se procedió a visitar a los tres productores de artesanías de totora; quienes me manifestaron con agrado que podían colaborar; se inició a las 11h15 la visita a la señora María

Isabel Checa quien solicitó que le lea las preguntas y a su vez respondía la validación, al concluir se solicitó que indicara si existía alguna observación a lo cual manifestó que no tenía ninguna, que todo estaba claro y entendible;

A las 11h45 aproximadamente se visitó a la señora Viviana Valenzuela quien revisó cada una de las preguntas, opciones de respuesta e indicó que todas cumplían con los aspectos de claridad, coherencia y pertinencia;

Finalmente el señor Segundo Juma gustoso solicitó que le lea las preguntas y opciones de respuesta, indicando igualmente que son de fácil comprensión, que no presenta ninguna observación o sugerencia y que se dedica a esta actividad de artesanía de totora desde hace muchos años.

La visita a cada uno de los productores tomó aproximadamente unos 40 minutos.

Cumplida la validación de la encuesta a productores de artesanías de totora se procedió a realizar a consumidores.

El viernes 21 de mayo del presente año se visitó a la Licenciada en Educación Tatiana López, aproximadamente a las 10h00 manifestándole el objeto de la investigación y de buena manera revisó la encuesta a la vez que señaló que en muchas ocasiones había adquirido estas artesanías. Concluyó la validación indicando que las preguntas y opciones de respuestas estaban concisas, claras y con el número suficiente. Se tomó aproximadamente 30 minutos.

El mismo día a las 11h00, se visitó a la Señora Silvia Gordon, procediéndose a solicitarle la colaboración para la validación y favorablemente aceptó revisando la encuesta y manifestando que tenía una observación en la pregunta número 8 sugiriendo que mejore la redacción.

El señor Rolando Terán, comerciante fue visitado a las 12h30 del mismo día 21 de mayo, procedió a revisar la encuesta manifestando que igualmente tiene una observación en la redacción de la opción de respuesta de la pregunta

número 12, “En presentación de regalo”, sugiriendo que sólo debe estar “ De regalo”.

Todos los colaboradores fueron agradecidos por la revisión y validación de las encuestas; ya que su opinión fue tomada en cuenta para mejorar al instrumento y de esta manera la investigación sea más objetiva.

*Anexo 2 Encuesta dirigida a consumidores de artesanías de totora de Yahuarcocha y San Rafael.

*Anexo 3 Encuesta dirigida a productores de artesanías de totora de Yahuarcocha y San Rafael

Resultados de la encuesta aplicada a productores de artesanías de Totora de San Rafael y Yahuarcocha

1.- El nivel de Instrucción de productores de totora:

Cuadro 1

Instrucción de Productores de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Primaria | 19 | 53% |
| b) Secundaria | 7 | 19% |
| c) Universidad | 2 | 6% |
| d) Ninguna | 8 | 22% |
| TOTALES | 36 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

De las encuestas aplicadas a los productores de artesanías de totora indican que en número mayor ellos solo han cursado la educación primaria, posteriormente un número inferior no cuenta con ningún tipo de educación, seguidamente se

encuentra quienes han estudiado la secundaria y un número muy pequeño de productores han asistido a la educación universitaria.

2.- La edad de los productores de artesanías de totora se encuentra en el siguiente resultado:

Cuadro 2

Edad de los productores de Artesanías de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) De 20 a 30 años | 12 | 33% |
| b) De 31 a 40 años | 6 | 17% |
| c) De 41 a 50 años | 7 | 19% |
| d) De 51 en adelante | 11 | 31% |
| TOTALES | 36 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Un 50% de los productores de artesanías de totora se encuentran en el intervalo de edad de 20 a 40 años, en tanto que el otro 50% corresponde a edades superiores a los 40 años.

3.- En referencia al género de los productores de artesanías de totora se presentan los siguientes resultados:

Cuadro 3

Género de los productores de Artesanías de Totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Femenino | 20 | 56% |
| b) Masculino | 16 | 44% |
| TOTALES | 36 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Las encuestas reflejan que quienes se dedican a la producción de artesanías de totora, pertenecen al género femenino con un 56% y un 44% corresponde al género masculino. Esto demuestra que estas artesanías, son desarrolladas en mayor cantidad por las mujeres de los sectores analizados.

4.- La acogida en el mercado local y regional que tienen las artesanías de totora de San Rafael y Yahuarcocha presentan los siguientes resultados:

Cuadro 4

Acogida de las artesanías de totora en el mercado local y regional según los productores.

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Nada | 0 | 0% |
| b) Poco | 2 | 6% |
| c) Algo | 11 | 30% |
| d) Mucho | 23 | 64% |
| TOTALES | 36 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Los productores de artesanías de totora consideran que sus productos tienen mucha acogida en el ámbito del mercado local y regional, ya que un 64% de los encuestados así lo manifestaron, seguidamente un 30% de ellos opinaron que las artesanías tienen algo de acogida, apenas un 6% consideran que la acogida es poca.

5.- La materia prima para la elaboración de artesanías de totora proviene de:

Cuadro 5

Lugar de origen de las materias primas

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Laguna Yahuarcocha | 16 | 44% |
| b) Lago de San Pablo | 20 | 56% |
| c) Otro lugar | 0 | 0% |
| TOTALES | 36 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Los productores respondieron que la materia prima proviene del Lago San Pablo y de la laguna de Yahuarcocha, descartando la existencia de materia prima de otro lugar.

6.- En lo referente al procedimiento para elaborar artesanías de totora los resultados son:

Cuadro 6

Procedimiento para elaborar artesanías de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Manual | 36 | 100% |
| b) Tecnológico | 0 | 0% |
| c) Mixto | 0 | 0% |
| TOTALES | 36 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Los productores encuestados en su totalidad manifestaron que sus artesanías las elaboran de manera manual, ya que este procedimiento es el que han aprendido y que ha ayudado a que el acabado de las mismas sea minucioso cuidando los mínimos detalles.

7.- Los productos artesanales de totora se realizan de acuerdo a las preferencias de los consumidores:

Cuadro 7

La producción de artesanías de totora en función de preferencias

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Si | 28 | 78% |
| b) No | 1 | 3% |
| c) A veces | 7 | 19% |
| TOTALES | 36 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Mayoritariamente los encuestados manifestaron que si realizan sus productos artesanales en función de las preferencias de los consumidores, un pequeño grupo respondieron que a veces y un mínimo opinó que no elaboran sus productos en función a la preferencia de los clientes.

8.- La estructura de su capital para realizar actividades de artesanías de totora es:

Cuadro 8

Estructura del capital de la actividad de artesanía de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Propio | 35 | 97% |
| b) Financiado | 1 | 3% |
| c) Mixto | 0 | 0% |
| d) Donación | 0 | 0% |
| TOTALES | 36 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

La mayoría de productores de artesanías de totora manifestaron, que el capital que emplean para su actividad es propio, apenas el 3% contestaron que es financiado.

9.- En referencia a los precios de artesanías de totora, los productores opinaron:

Cuadro 9

Opinión de los precios de las artesanías de totora según los productores

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------|------------|------------|
| a) Poco adecuados | 4 | 11% |
| b) Algo adecuados | 11 | 31% |
| c) Muy adecuados | 15 | 42% |
| d) Totalmente adecuados | 6 | 16% |
| TOTALES | 36 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Del cuadro anterior se determina que los productores en su mayoría estarían de acuerdo con los precios a los que venden los productos, ya que un 58% manifiestan que los precios son bastante adecuados.

10.- En cuanto a si existe capacitación sobre nuevos productos de artesanías de totoras los productores contestaron:

Cuadro 10

La capacitación a los productores de artesanías de totora de Yahuarcocha y San Rafael.

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Nada | 14 | 39% |
| b) Poco | 2 | 5% |
| c) Algo | 10 | 28% |
| d) Mucho | 10 | 28% |
| TOTALES | 36 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

La mayor parte de productores un 39%, consideran que no han accedido a la capacitación sobre nuevos productos artesanales elaborados en totora, seguidamente con un 28% quienes opinaron sobre las opciones algo y mucho; y una cantidad pequeña 5%, contestaron la opción poco.

11.- En referencia a si las artesanías de totora se pueden exportar manifestaron:

Cuadro 11

Opinión de los productores sobre la posibilidad de exportar sus artesanías de totora.

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Nada | 2 | 6% |
| b) Poco | 1 | 3% |
| c) Algo | 6 | 17% |
| d) Mucho | 3 | 8% |
| e) Totalmente | 24 | 66% |
| TOTALES | 36 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Ante la posibilidad de exportar a futuro artesanías de totora el 91% de los productores opinó que tienen disponibilidad para hacerlo, un 3% tiene poco interés y un 6% manifiesta no tener interés en la exportación de sus artesanías de totora.

12.- La rentabilidad que perciben los productores de la comercialización de artesanías de totora presenta los siguientes resultados:

Cuadro 12

La rentabilidad de los productores de artesanía de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------|------------|------------|
| a) Poco adecuada | 3 | 8% |
| b) Algo adecuada | 7 | 19% |
| c) Muy adecuada | 16 | 45% |
| d) Totalmente adecuada | 10 | 28% |
| TOTALES | 36 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

El cuadro nos demuestra que un alto porcentaje 73% de productores manifestaron que la rentabilidad que perciben es bastante adecuada; un 27% en cambio considera que la rentabilidad obtenida de la venta de sus productos no es tan adecuada.

13.- La pregunta relacionada con los procesos productivos de la actividad de artesanías de totora, tiene los siguientes resultados

Cuadro 13

Origen de los conocimientos de los productores sobre la elaboración de artesanías de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--|------------|------------|
| a) Empíricos | 1 | 3% |
| b) Traslados de generación en Generación | 31 | 86% |
| c) Mediante estudios | 4 | 11% |
| TOTALES | 36 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Las personas que se dedican a la producción de artesanías de totora en su mayoría 86% recibieron sus conocimientos por parte de sus padres o ascendencia y así mismo han trasladado los mismos a sus hijos, es decir a su descendencia, el 11% adquirieron sus conocimientos mediante estudios y el 3% opinó que aprendió a elaborar artesanías de totora de manera empírica.

14.- En relación a si los productores venden artesanías de totora a intermediarios, manifestaron lo siguiente:

Cuadro 14

Opinión de los productores de artesanías de totora sobre la venta de sus productos a intermediarios

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Nada | 11 | 31% |
| b) Poco | 5 | 14% |
| c) Algo | 14 | 39% |
| d) Mucho | 2 | 5% |
| e) Totalmente | 4 | 11% |
| TOTALES | 36 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Una minoría representada por el 16% opinó que sus productos entregan a intermediarios, mayoritariamente opinaron que algo de su producción lo destinan para intermediarios no en su totalidad, un 14% indicó que poco de su producto lo entregan a intermediarios.

Un grupo de productores representado por el 31% prefiere comercializar su producto directamente a los clientes.

15.- Usted estaría dispuesto a vender el producto a un Centro de Exposición a ubicarse en Yahuarcocha:

Cuadro 15

Opinión de los productores de artesanías de totora sobre la creación de un Centro de Comercialización

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Si | 32 | 89% |
| b) No | 4 | 11% |
| TOTALES | 36 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Con respecto a si los productores estarían dispuestos a vender su producto a un Centro de exposición a ubicarse en Yahuarcocha un 89% de encuestados, es decir la mayoría si están de acuerdo, ya que esto les permitiría dar a conocer sus productos artesanales y aumentar sus ventas a diferencia del 11% que no lo están.

16.- A qué precios vende los siguientes productos:

Cuadro 16

Precios de diferentes productos de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | PRECIO PROMEDIO |
|-----------------------|-----------------|
| Esteras | 3.47 |
| Aventadores | 1.10 |
| Canastas | 2.20 |
| Muebles | 891 |
| Suvenires | 1.50 |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

17.- Las cantidades que se venden semanalmente de los siguientes productos:

Cuadro 17

Cantidades semanales de venta de diferentes artesanías de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | CANTIDAD SEMANAL |
|-----------------------|------------------|
| Esteras | 413 |
| Aventadores | 734 |
| Canastas | 213 |
| Muebles | 4 |
| Suvenires | 71 |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Resultados de la encuesta aplicada a consumidores de artesanías de Totora de San Rafael y Yahuarcocha

1.- El nivel de instrucción de los demandantes de artesanías de totora de San Rafael y Yahuarcocha.

Cuadro 18

Instrucción de demandantes de artesanías de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Primaria | 41 | 10% |
| b) Secundaria | 129 | 32% |
| c) Superior | 199 | 50% |
| d) Ninguna | 31 | 8% |
| TOTALES | 400 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

De los resultados de las encuestas se determina que mayoritariamente quienes demandan artesanías de totora cuentan con preparación superior, seguidamente se encuentran las personas que cuentan con preparación secundaria y de manera minoritaria adquieren estos productos quienes cuentan sin ninguna preparación y quienes cuentan con primaria.

2.- El género de los demandantes de artesanías de totora

Cuadro 19

Género de los demandantes de artesanías de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Femenino | 265 | 66% |
| b) Masculino | 135 | 34% |
| TOTALES | 400 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Las encuestas reflejan que quienes adquieren mayoritariamente las artesanías de totora, pertenecen al género femenino y una tercera parte aproximadamente corresponde al género masculino.

3. La edad de los demandantes de artesanías de totora se encuentra entre los siguientes intervalos:

Cuadro 20

Edad de los demandantes de artesanías de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) De 15 a 25 años | 91 | 23% |
| b) De 26 a 35 años | 59 | 15% |
| c) De 36 a 45 años | 110 | 27% |
| d) De 46 en adelante | 140 | 35% |
| TOTALES | 400 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

De las encuestas realizadas se determina que la mayor cantidad de artesanías la adquieren las personas que tienen edad mayor a 26 años, una minoría lo hacen personas comprendidas entre los 15 y 25 años de edad.

4.- La frecuencia con la que compran los consumidores las artesanías de totora es:

Cuadro 21

Frecuencia de adquisición de artesanías de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Nunca | 62 | 16% |
| b) Rara vez | 148 | 37% |
| c) Frecuentemente | 190 | 47% |
| TOTALES | 400 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Los encuestados de manera amplia manifestaron que frecuentemente compran artesanías elaboradas con totora, seguidamente quienes lo hacen rara vez y por ultimo quienes nunca consumen artesanías de totora, ya sea porque no satisfacen su preferencia o porque no han tenido la necesidad de adquirirlas.

5. En relación a los precios de las artesanías de totora los demandantes opinaron lo siguiente:

Cuadro 22

Opinión de los demandantes sobre precios de artesanías de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------|------------|------------|
| a) Poco adecuados | 65 | 16% |
| b) Algo adecuados | 75 | 19% |
| c) Muy adecuados | 112 | 28% |
| d) Totalmente Adecuados | 128 | 32% |
| NC | 20 | 5% |
| TOTALES | 400 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

El cuadro anterior nos refleja que para los demandantes mayoritariamente un 60% los precios son adecuados, seguidamente un 19% quienes opinan que son algo adecuados; minoritariamente con un 16% consideran que son poco adecuados.

Existió un 5% de encuestados que no se pronunció.

6. Si existiera mayor promoción de los productos elaborados con totora, tendrían mayor acogida, los demandantes opinaron:

Cuadro 23

Demanda de artesanías de totora frente a una mayor promoción

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Nada | 9 | 2% |
| b) Poco | 121 | 30% |
| c) Algo | 85 | 22% |
| d) Mucho | 185 | 46% |
| TOTALES | 400 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Una mayoría consideran que una mayor promoción permitiría acceder a una mayor demanda de las artesanías elaboradas con totora, en cambio una minoría manifiestan que la promoción no incidiría mayoritariamente en el consumo de éstas artesanías.

7. A la pregunta sobre si visitan ferias o Centros de Exposición de artesanías manifestaron:

Cuadro 24

Frecuencia de visita a ferias y Centros de Exposición.

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Nunca | 0 | 0% |
| b) Rara vez | 137 | 34% |
| c) A veces | 114 | 29% |
| d) Frecuentemente | 149 | 37% |
| TOTALES | 400 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

La mayoría equivalente a un 37% de demandantes encuestados manifestaron que frecuentemente se sienten atraídos por visitar ferias y Centros de Exposición de artesanías, seguidamente quienes visitan rara vez o a veces estos sitios.

8.- Sobre la posibilidad de comprar artesanías de totora a un Centro de Exposición a ubicarse en Yahuarcocha indicaron:

Cuadro 25

Acogida de un Centro de comercialización de artesanías de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Nada | 0 | 0% |
| b) Poco | 115 | 29% |
| c) Algo | 129 | 32% |
| d) Mucho | 156 | 39% |
| TOTALES | 400 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

El cuadro anterior indica que la mayoría de demandantes si está de acuerdo al respecto de adquirir artesanías de totora en un centro a ubicarse en Yahuarcocha; la minoría indicó la opción “poco”.

Es decir, existe acogida por parte de los demandantes o potenciales clientes sobre la creación de un centro de exposición de artesanías de totora a ubicarse en Yahuarcocha.

9.- Los tipos de artesanías que han adquirido son:

Cuadro 26

Tipos de productos adquiridos por los demandantes:

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Esteras | 96 | 24% |
| b) Aventadores | 34 | 9% |
| c) Canastas | 119 | 29% |
| d) Muebles | 71 | 18% |
| e) Otros | 69 | 17% |
| NC | 11 | 3% |
| TOTALES | 400 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Los encuestados opinaron sobre sus preferencias al momento de adquirir productos artesanales de totora; siendo mayoritariamente un 29% quienes demostraron su inclinación por las canastas, un 24% por las esteras, 18% por los muebles, un 17% de personas que han adquirido otro tipo de artesanías siendo estas revisteros, porta esferos, suvenir; el 9% de los encuestados respondió haber adquirido aventadores. Un 3% de colaboradores de las encuestas opinaron no haber adquirido estas artesanías.

10. Con respecto a si la promoción de productos elaborados con totora contribuyen a un rescate cultural los resultaron reflejan:

Cuadro 27

La promoción de artesanías de totora frente al rescate cultural

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Nada | 0 | 0% |
| b) Poco | 78 | 20% |
| c) Algo | 172 | 43% |
| d) Mucho | 150 | 37% |
| TOTALES | 400 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

El cuadro anterior nos refleja que el 43% de los encuestados consideran que la promoción de artesanías de totora promueve en algo el rescate cultural; el 37% opinó que con mayor promoción habría mayor rescate cultural; minoritariamente el 20% considero que existiría poco rescate cultural.

11.- En referencia a la importancia de la calidad al momento de adquirir artesanías de totora opinaron:

Cuadro 28

La importancia de la calidad al momento de adquirir artesanías de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) Si | 302 | 76% |
| b) No | 98 | 24% |
| TOTALES | 400 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Los encuestados en su mayor parte 76% manifestaron que si es importante la calidad al momento de adquirir artesanias de totora, en cambio el 24% respondieron que la calidad no es un factor al momento de adquirir estos productos.

12. Sobre la presentación del producto manifestaron:

Cuadro 29

La presentación al momento de adquirir artesanías de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| a) De regalo | 89 | 22% |
| b) Souvenir | 112 | 28% |
| c) Otra | 199 | 50% |
| TOTALES | 400 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

El 50% de demandantes indicó que adquiere artesanias de totora sin ninguna preferencia de presentación, ya que la utilidad que brinda este producto es más importante, el 28% prefiere los souvenirs, el 22% manifestó que se inclinan por una presentacion en forma de regalo.

Discusión del Resultado de la Investigación

La situación económica es un factor importante y determinante en las familias de nuestro país, que buscan mejoras en su nivel de vida para poder ofrecer a sus hijos una vivienda digna, educación competitiva, salud oportuna y adecuada y acceso a los servicios básicos más importantes como son energía eléctrica y agua, en tal virtud los productores de artesanías de totora de Yahuarcocha y San Rafael no son alejados a este factor determinante en el desarrollo, es por ello que con mucha iniciativa e ingenio, han impulsado día a día esta actividad mediante la elaboración de diversos y atractivos productos artesanales, tales como: esteras, muebles de sala, souvenirs, portalápices, esteras, entre otros.

Los productores de artesanías de totora de Yahuarcocha y San Rafael, manifiestan que esta actividad se va transfiriendo de generación en generación, utilizando esta materia prima que tiene diversos usos y que crece en las orillas y dentro de lagos y lagunas; esto demuestra que la provincia es poseedora de una riqueza natural muy amplia y que en muchos de los casos no se la sabe aprovechar.

De manera mayoritaria se dedican a esta actividad el género femenino y en cuanto la instrucción han cursado la primaria, siempre han tenido como objetivo buscar en la comercialización de estas artesanías un medio económico para sacar adelante a sus hogares.

Actualmente los hábiles productores de éstas artesanías han ido actualizándose mediante capacitaciones y asistencia técnica y han sacado al mercado nuevos productos de gran aceptación.

Esta actividad tiene acogida y los productores de estas artesanías consideran que a futuro se podría exportar estos productos atractivos, ya que son conocidos a nivel internacional.

Las artesanías de San Rafael tienen difusión, ya que algunos de los productores son socios de la Organización Totorá Sisa que desde hace algún tiempo atrás se ha dedicado a desarrollar la rama artesanal y gracias al turismo que visita este sector se busca promover el bienestar de sus integrantes y de la comunidad.

Lo importante al realizar los procesos productivos es ir buscando nuevas opciones de mejoramiento y entre ellas está la búsqueda de capacitación, orientarse hacia otros productos que les permita mayor crecimiento y aumentar su visión hacia nuevos mercados fortaleciendo de esta manera los procesos de comercialización.

Es interesante que los productores han buscado medios de organización mediante la formación de Asociaciones tal es así que en San Rafael existe la Organización Totorá Sisa que ha perseguido la consecución del bien común de sus miembros, lo mismo sucede en Yahuarcocha con la Asociación San Miguel de Yahuarcocha.

Con la creación del Centro de exposición de productos artesanales en Yahuarcocha, se pretende incentivar el conocimiento y difusión de los variados productos de totora de los dos sectores, así como su fomento comercial local nacional e internacional, con un marketing promocional constante, que realce la producción de artesanía de estos sectores y sus productos sean cada vez más cotizados y demandados como producto característico de este sector maravilloso de nuestro país, los productores observan con beneplácito esta brillante idea y se encuentran optimistas con la realización de este proyecto, que beneficiará a todos los productores de artículos de totora de la provincia, mejorando la calidad de vida, permitiendo contribuir de manera activa como parte del desarrollo del sector artesanal, creando fuentes de empleo, mejorando su calidad de vida y formando parte productiva y benéfica de esta sociedad. Así como también el variado turismo que demanda sitios de distracción y esparcimiento.

Los consumidores o potenciales clientes de artesanías elaboradas con totora, pertenecen mayoritariamente al género femenino y también miran con

agrado este proyecto de Creación de un Centro de Exposición y comercialización de artesanías elaboradas con totora a ubicarse en Yahuarcocha, considerando que estos productos son de gran utilidad, que sus precios son adecuados y que la ubicación es muy conveniente.

Contrastación de preguntas de investigación con los resultados

Una vez efectuada la investigación mediante la realización de encuestas a productores de artesanías de totora de Yahuarcocha y San Rafael, y a clientes y potenciales clientes de dichos productos artesanales, se procede a dar respuesta a las preguntas de investigación que nacieron en el capítulo uno.

Las preguntas de Investigación se las ha planteado una en base a cada objetivo específico, para lo cual se cita primer objetivo general:

Realizar un diagnóstico de los procesos productivos y de comercialización de Artesanía de totora de Yahuarcocha y San Rafael.

Preguntas de investigación

¿Cuáles son los factores económicos que intervienen en la producción y comercialización de artesanías de totora?

Los factores económicos que intervienen en la producción de artesanías de totora están directamente relacionados con la adquisición de la materia prima, lo relacionado con el corte, el transporte, así como también lo que constituye costos indirectos de fabricación, inmersos en el producto.

En lo que tiene que ver a la mano de obra, los mismos productores se dedican a esta actividad, por lo tanto no incurren en gasto, permitiendo que su utilidad o rentabilidad sea más alta.

¿Qué factores sociales participan en los procesos productivos y de comercialización de artesanías de totora?

Los factores sociales determinados en la investigación nos indican que la edad de los productores de artesanías de totora se acentúa más en el intervalo de los 20 a 30 años, es decir, son personas jóvenes que ven en esta actividad un futuro económico.

En lo relacionado a la instrucción la mayoría han cursado la primaria, existen también quienes no han accedido a la educación por cuestión de recursos económicos, un pequeño grupo de productores en cambio ha llegado a prepararse universitariamente, siendo este un aspecto positivo de superación.

En cuanto al género las encuestas determinaron que es mayor el grupo de mujeres que se dedica a la producción de estas artesanías, pero que también los hombres lo realizan.

¿Cuáles son las condiciones técnicas que intervienen en los procesos productivos y de comercialización de artesanías de totora.

Algunos de los productores de San Rafael pertenecen a la Asociación Totora Sisa y de Yahuarcocha algunos pertenecen a la Asociación San Miguel de Yahuarcocha, las mismas que tienen su representación.

Son cumplidores con sus obligaciones en cuanto a entrega de pedidos en base a las especificaciones de tamaño, modelos y a precios fijados.

CAPÍTULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de un centro de exposición y comercialización de artesanías de totora en Yahuarcocha, para favorecer a los productores de estas artesanías tanto de San Rafael y Yahuarcocha así como también al desarrollo turístico de la zona.

Antecedentes de la Propuesta

La Creación de un Centro de Exposición y Comercialización de artesanías de totora se convertiría en una buena oportunidad para quienes se dedican a esta actividad de producción y comercialización de artesanías de totora porque a más de fomentar esta labor artesanal, se crearía un lugar de visita turística a Yahuarcocha y de esta manera el beneficio sería compartido.

Lo que se busca es un beneficio económico dirigido a las familias de quienes se dedican a esta actividad considerando que en los actuales momentos las fuentes de empleo cada vez son más escasas y la economía familiar se torna más difícil.

Otro aspecto importante que se merece resaltar es el ecológico, ya que esta propuesta conlleva la concienciación del artesano respecto a la materia prima de su producto, la misma que no genera daño a la naturaleza, debido a que no utiliza químicos para su crecimiento.

Justificación o propósito

Las múltiples necesidades que rodean a la población de la provincia de Imbabura y las limitadas fuentes de empleo a que tienen acceso las personas

contribuyen a ver en las artesanías de totora un medio de obtención de ingresos y por ende mejoramiento de la calidad y condición de vida.

Por medio de esta investigación se determinó que los productores de artesanías de totora de Yahuarcocha y San Rafael requieren de sitios donde se puedan difundir y expender sus productos mediante la exposición y comercialización de dichos artículos artesanales de alta acogida local, regional, nacional e internacional.

Base teórica

La base teórica está enfocada a la descripción de las zonas donde se realizan estas artesanías, siendo estas Yahuarcocha y San Rafael, la conceptualización de la totora, aprovechamiento y uso de la totora, descripción de los principales productos que se realizan con esta materia prima, conceptos de Empresa, Microempresa.

Estudio de mercado con: Producto, la oferta, la demanda, precios, comercialización.

Estudio Técnico.- Con la descripción de: Tamaño del proyecto, Localización del proyecto, Ingeniería del Proyecto con sus procesos productivos, tecnología, obra civil.

Estudio Financiero.- Contará con el detalle de: Determinación de Ingresos, Determinación de Egresos, Resumen de gastos, Estados financieros (Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados, Balance proyectado, Flujo de Caja). La Evaluación Financiera: Tasa Interna de Retorno T.I.R, Valor Presente Neto V.A.N, Costo Beneficio.

La Organización de la Empresa con la determinación de la misión, visión, valores, políticas, estrategias, orgánico estructural, orgánico funcional.

Impactos.- Aquí se realiza un análisis del Impacto económico, Impacto social e Impacto ambiental.

Objetivos de la propuesta.

Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de exposición y comercialización de artesanías de totora en Yahuarcocha, para favorecer a los productores de estas artesanías tanto de San Rafael y Yahuarcocha.

Objetivos Específicos

1. Realizar un Estudio de Mercado para determinar la oferta, la demanda, precios, comercialización y publicidad del Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totorá.
2. Efectuar un Estudio Técnico que permita determinar: espacios físicos, áreas de exposición, Inversión y Talento Humano, requeridos para la operación del proyecto.
3. Elaborar un Estudio Financiero para determinar la viabilidad o no de crear esta unidad Productiva.
4. Realizar la Estructura Organizacional de la nueva unidad productiva.
5. Efectuar un análisis de impactos que generará la operación de la nueva unidad productiva.

Objetivo Estratégico

Facilitar un espacio físico para que los productores de San Rafael y Yahuarcocha puedan ofrecer y comercializar sus atractivas artesanías.

Descripción de la propuesta

Considerando que las opciones de exposición y comercialización de artesanías de totora en nuestra provincia son escasas; una vez realizado un análisis de la investigación inicial se ha pensado en la realización de un estudio de factibilidad sobre la Creación de un Centro de Exposición y Comercialización de artesanías de totora el mismo que se ubicará en Yahuarcocha, y de esta manera los productores de estas artesanías tanto de San Rafael y Yahuarcocha se sentirán más motivados al tener facilidad para ofertar sus productos artesanales.

Se prevé que este centro cuente con 2 áreas la una que contará con 20 stands y la otra área contará con dos oficinas destinadas a las actividades administrativas del Centro.

Con una acertada visión de marketing se promocionará el Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías, adicionalmente el buen servicio será una atractiva carta de presentación como valor agregado de este grupo de artesanos oriundos de estos dos sectores turísticos de la provincia de Imbabura: Yahuarcocha y San Rafael.

Beneficiarios

Los beneficiarios de esta propuesta son los productores de las artesanías de totora de Yahuarcocha y San Rafael y sus familias directamente, ya que el esfuerzo laboral se verá directamente reflejado en el mejoramiento de la calidad de sus familias, con un ingreso económico adecuado, digno que permita solventar los gastos básicos de sus hogares, propendiendo siempre a la creación

de fuentes de empleo en el sector y de esta manera esta tradición se conserve con el pasar de los años.

El turismo también se beneficiará por cuanto la creación de un centro de exposición y comercialización de artesanías se convertirá en un atractivo y una buena opción de distracción.

Diseño Técnico de la Propuesta

Estudio de Mercado

Producto

Los principales productos que se venderán en el Centro de Exposición y Comercialización de artesanías de totora son:

- Esteras
- Aventadores
- Canastas
- Muebles
- Llaveros
- Suvenires

Figura 1



Productos elaborados con totora

Figura 2

*Canastas elaboradas con totora*

Todos estos productos son los más acogidos en el mercado local, provincial y nacional, debido a la utilidad que estos brindan así como también por la atractiva presentación.

Oferta

Al momento se determina que no existe un Centro de Exposición y comercialización para productos elaborados con totora.

Demanda

De las encuestas realizadas a los productores de artesanías de totora se determinó que la demanda es la siguiente:

Cuadro 30

Cantidades semanales de venta de diferentes artesanías de totora.

| OPCIONES DE RESPUESTA | CANTIDAD SEMANAL |
|-----------------------|------------------|
| Esteras | 413 |
| Aventadores | 734 |
| Canastas | 213 |
| Muebles | 4 |
| Suvenires | 71 |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Del cuadro anterior se puede determinar la cantidad de productos artesanales de totora, vendidos en un año.

Cuadro 31

Cantidad Semanal y Anual de venta de Artesanías de totora.

| ARTESANÍAS DE TOTORA | CANTIDAD SEMANAL | CANTIDAD ANUAL |
|----------------------|------------------|----------------|
| Esteras | 413 | 21.476 |
| Aventadores | 734 | 38.168 |
| Canastas | 213 | 11.076 |
| Muebles | 4 | 208 |
| Suvenires | 71 | 3.692 |

Las personas demandantes de los productos artesanales de totora corresponden al área local, provincial, regional, nacional y extranjeros que sienten atracción por estas bonitas artesanías.

Precios

De acuerdo a encuestas realizadas a los productores de artesanías de totora, se determina que los Precios de venta de los diferentes productos son los que se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro 32

Precios de artesanías de totora

| OPCIONES DE RESPUESTA | PRECIO PROMEDIO |
|-----------------------|-----------------|
| Esteras | 3,47 |
| Aventadores | 1,10 |
| Canastas | 2,20 |
| Muebles | 891,00 |
| Suvenires | 1,50 |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora

Comercialización

La comercialización de los productos artesanales de totora se lo realizará directamente por parte de los productores de San Rafael y Yahuarcocha a los clientes y potenciales clientes en el Centro de Exposición y Comercialización, con la finalidad de aprovechar del turismo que visita Yahuarcocha los fines de semana.

Por medio de un lugar de exposición los productos artesanales podrán ser apreciados mayoritariamente y tener mejor salida en el mercado.

Publicidad

En lo referente a la publicidad se planifica que la difusión del Centro de Exposición y Comercialización de Artesanía de totora ubicado en Yahuarcocha se lo realicé mediante dos publicaciones mensuales en un diario local de la provincia de Imbabura; de esta manera se logrará la captación de clientes y potenciales clientes.

La promoción más efectiva de este proyecto será la presentación y el buen servicio que brinde el Centro, convirtiéndose a futuro en un efecto multiplicador que captará más clientes.

Estudio Técnico

Tamaño del Proyecto

El Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totorá a ubicarse en Yahuarcocha, contará con la presencia de artesanos productores tanto de San Rafael, así como también de Yahuarcocha, para lo cual se prevé que este Centro contará con 20 stands de exposición y Comercialización los mismos que ocuparán un espacio de 14m. x 18,20 m, es decir 254,80 m².

Contará también con un área administrativa de 3,90 m x 14 m, equivalente a 54,60 m² donde estarán ubicadas dos oficinas, la una para Gerencia y la otra para Secretaría, lugar donde se realizarán las reuniones. En el Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de totora existirá también un espacio para dos baños para hombres y dos baños para mujeres; La Gerencia también contará con un baño.

La construcción del Centro es de 14 m x 22,10 m, es decir 309 m² en un terreno cuyas dimensiones son: 25m x 18 m.

*Anexo 4 Planta Arquitectónica

Localización del Proyecto

El Centro de Exposición y Comercialización de artesanías de totora funcionará en un terreno de 25m x 18m que podrá estar ubicado en el trayecto comprendido entre el ingreso a la Laguna de Yahuarcocha al sector comidas del sector del pueblo.

Ingeniería del Proyecto

Procesos Productivos

Este Proyecto de Creación de un Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totorá estará direccionada a los productores de San Rafael y

Yahuarcocha, quienes ocuparán en calidad de arriendo los 20 stands o locales, cuyo pago se receptorá de manera mensual por un valor de \$. 130,00.

El Centro abrirá sus puertas todos los fines de semana y días feriados, el buen servicio será una característica primordial, así como su agradable presentación para que día a día convoque más clientes y visitantes locales, nacionales y extranjeros.

Figura 3.



Estera elaborada con totora

Tecnología

Serán productos elaborados en forma artesanal por los productores de Yahuarcocha y San Rafael.

La elaboración de estas artesanías en su mayoría se las realiza de manera manual, no requieren tecnología especializada para producirlas. Su proceso de producción se lo ha ido trasladando en las familias de generación en generación.

Obras Civiles

La obra Civil donde funcionará este Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totora está conformada de:

Cuadro 33

Obras Civiles

| No. | DESCRIPCIÓN | CANT. m ² | PRECIO m ² | VALOR |
|-------|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|
| 1 | Terreno de 25m x 18m | | | \$ 20.000,00 |
| 1 | *Construcción Área Administrativa | 54,60 m ² | \$ 143,59 | \$ 7.839,98 |
| 1 | *Construcción 20 Stands. | 254,80 m ² | \$ 143,59 | \$ 36.586,56 |
| TOTAL | | | | \$ 64.426,54 |

Elaborado por: La Autora.

*Anexo 5 Presupuesto referencial para construcción del Centro

Cuadro 34

Muebles y enseres

| DESCRIPCIÓN | CANT. | PRECIO UNITARIO | VALOR (Incluye I.V.A) |
|-------------------------|-------|-----------------|-----------------------|
| Escritorios | 2 | 280,00 | \$ 560,00 |
| Sillones | 2 | 104,40 | \$ 212,80 |
| Mesa de reunión ovalada | 1 | 190,40 | \$ 190,40 |
| Sillas | 12 | 35,84 | \$ 430,08 |
| TOTAL | | | \$ 1.393,28 |

Elaborado por: La Autora.

Cuadro 35

Equipos de Computación

| No. | DESCRIPCIÓN | VALOR |
|-------|------------------------|--------------|
| 1 | Portátil | \$. 1.070,00 |
| 1 | Impresora Multifunción | \$. 64,96 |
| TOTAL | | \$. 1.134,96 |

Elaborado por: La Autora.

Cuadro 36

Inversión Fija

| DESCRIPCIÓN | VALOR |
|------------------------|---------------|
| Obras Civiles | \$. 64.426,54 |
| Muebles y Enseres | \$. 1.393,08 |
| Equipos de Computación | \$. 1.134,96 |
| TOTAL | \$. 66.954,58 |

Elaborado por: La Autora.

Esta inversión fija la conforman los rubros por concepto de Obra Civil, los muebles y enseres y el Equipo de computación que servirá para realizar las actividades del Centro.

Cuadro 37

Inversión Diferida

| No. | DESCRIPCIÓN | VALOR |
|-------|---|--------------|
| 1 | Costo estudio de factibilidad | \$. 1.000,00 |
| 1 | Costo Constitución de la Empresa | \$. 500,00 |
| 1 | Elaboración planos arquitecto estructurales y arquitectónicos | \$. 955,48 |
| TOTAL | | \$. 2.455,48 |

Elaborado por: La Autora.

Cuadro 38

Capital de trabajo

(Gastos Administrativos + Gastos de Ventas) / 12 x 3 meses

| | |
|------------------------|-------------|
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | \$ 9.208,31 |
| GASTOS DE VENTAS | \$ 720,00 |
| TOTAL | \$ 9.928,31 |

CAPITAL DE TRABAJO = \$ 2.482,08

Elaborado por: La Autora.

Total inversión fija + Inversión diferida + Capital de trabajo.

Cuadro 39

Inversión Total

| DETALLE | VALOR |
|--------------------|--------------|
| Inversión fija | \$ 66.954,58 |
| Inversión diferida | \$ 2.455,48 |
| Capital de trabajo | \$ 2482,08 |
| INVERSION TOTAL | \$ 71.892,14 |

Elaborado por: La Autora.

El financiamiento se lo realizará de la siguiente manera:

| | | |
|----------------|-----|--------------|
| Capital propio | 30% | \$ 21.292,14 |
| El 70% Crédito | 70% | \$ 50.600,00 |

El Crédito se solicitará por \$ 50.600,00.

Una vez definida la inversión total; la misma que está conformada por la inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo; se determina que es de \$ 71.892,14 y que se lo financiará el 30% con capital propio y el 70% mediante la adquisición de un crédito.

Estudio Financiero.

Determinación de Ingresos

Cuadro 40

Determinación de Ingresos

| RUBRO | AÑOS | | | | | |
|-----------------------------|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | AÑO BASE (2011) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Cantidad | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Arriendo mensual por stand. | 130,00 | 135,59 | 141,42 | 147,50 | 153,84 | 160,46 |
| Valor mensual | 2.600,00 | 2.711,80 | 2.828,40 | 2.950,00 | 3.076,80 | 3.209,20 |
| Valor anual | 31.200,00 | 32.541,60 | 33.940,80 | 35.400,00 | 36.921,60 | 38.510,40 |

Elaborado por: La Autora.

La determinación de Ingresos se calculó en base al arriendo de 20 stands, a un valor de \$ 130,00 mensuales durante el primer año, a partir del segundo al quinto año este valor mensual tendrá un incremento debido a la inflación, la misma que se la proyectó en función al promedio de los últimos 6 años.

Cuadro 41

Inflación

| AÑO | PORCENTAJE |
|------|------------|
| 2005 | 3,14% |
| 2006 | 2,87% |
| 2007 | 3,32% |
| 2008 | 8,83% |
| 2009 | 4,31% |
| 2010 | 3,33% |

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

INFLACIÓN PROMEDIO
4,3%

$$M = C (1+i)^N$$

AÑO 1

$$M = 130(1+0.043)^1$$

$$M = 130(1.043)^1 = 135,59$$

AÑO 2

$$M = 130(1+0.043)^2$$

$$M = 130(1.043)^2 = 141,42$$

AÑO 3

$$M = 130(1+0.043)^3$$

$$M = 130(1.043)^3 = 147,50$$

AÑO 4

$$M = 130(1+0.04)^4$$

$$M = 130(1.04)^4 = 153,84$$

AÑO 5

$$M = 130(1+0.043)^5$$

$$M = 130(1.043)^5 = 160,45$$

Determinación de Egresos

Cuadro 42

Sueldos Básicos Unificados Mensuales

| RUBROS | AÑOS | | | | | |
|----------|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | AÑO BASE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Gerente | 300,00 | 331,59 | 366,51 | 405,10 | 447,76 | 494,91 |
| Contador | 264,00 | 291,80 | 322,53 | 356,49 | 394,03 | 435,52 |
| Total | 564,00 | 623,39 | 689,04 | 761,59 | 841,79 | 930,43 |

Elaborado por: La Autora

Para la determinación de los sueldos Básicos Unificados mensuales se consideró la tasa de crecimiento del Sueldo Básico Unificado General en el período 2006 – 2011, dando una tasa del 10,53%, promedio anual según se determina en el siguiente cálculo.

Salario Básico Unificado

| AÑO | VALOR |
|------|--------|
| 2006 | 160,00 |
| 2007 | 170,00 |
| 2008 | 200,00 |
| 2009 | 218,00 |
| 2010 | 240,00 |
| 2011 | 264,00 |

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

$$M = C(1+i)^{N-1}$$

$$264 = 160(1+i)^5$$

$$\sqrt[5]{264/160} = 1+i$$

$$1,1053 = 1+i$$

$$i = 1,1053 - 1$$

$$i = 0,1053$$

| Gerente | | |
|----------------|---------------------|------------|
| $M = C(1+i)^N$ | | |
| AÑO 1 | $M = 300(1,1053)^1$ | M = 331,59 |
| AÑO 2 | $M = 300(1,1053)^2$ | M = 366,51 |
| AÑO 3 | $M = 300(1,1053)^3$ | M = 405,10 |
| AÑO 4 | $M = 300(1,1053)^4$ | M = 447,76 |
| AÑO 5 | $M = 300(1,1053)^5$ | M = 494,91 |

| Contador | | |
|----------------|---------------------|------------|
| $M = C(1+i)^N$ | | |
| AÑO 1 | $M = 264(1,1053)^1$ | M = 291,80 |
| AÑO 2 | $M = 264(1,1053)^2$ | M = 322,53 |
| AÑO 3 | $M = 264(1,1053)^3$ | M = 356,49 |
| AÑO 4 | $M = 264(1,1053)^4$ | M = 394,03 |
| AÑO 5 | $M = 264(1,1053)^5$ | M = 435,52 |

Gastos Administrativos

Cuadro 43

Remuneraciones

| RUBROS | AÑOS | | | | | |
|------------------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | AÑO BASE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Salario Básico | 6.768,00 | 7.480,68 | 8.268,48 | 9.139,08 | 10.101,48 | 11.165,16 |
| Aporte Patronal 12,15% | 822,31 | 908,90 | 1.004,62 | 1.110,40 | 1.227,33 | 1.356,57 |
| Fondos de Reserva | 0,00 | 0,00 | 689,04 | 761,59 | 841,79 | 930,43 |
| Décimo Tercer Sueldo | 564,00 | 623,39 | 689,04 | 761,59 | 841,79 | 930,43 |
| Décimo Cuarto Sueldo | 528,00 | 550,70 | 574,38 | 599,08 | 624,84 | 651,71 |
| TOTAL | 8.682,31 | 9.563,68 | 11.225,56 | 12.371,74 | 13.637,23 | 15.034,30 |

Elaborado por: La Autora

Aquí están considerados los salarios básicos, adicionalmente el aporte patronal (12,15%), fondos de reserva, décimo tercer y cuarto sueldo de manera anual.

Cuadro 44

Energía Eléctrica

| RUBRO | AÑOS | | | | | |
|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | AÑO BASE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Cantidad (Kwh). | 1.200 | 1.200 | 1.200 | 1.200 | 1.200 | 1.200 |
| Precio | 0,0900 | 0,0939 | 0,0979 | 0,1021 | 0,1065 | 0,1111 |
| Total | 108,00 | 112,64 | 117,49 | 122,54 | 127,81 | 133,30 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro 45

Servicio Telefónico

| RUBRO | AÑOS | | | | | |
|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | AÑO BASE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Cantidad (Min.) | 15.000 | 15.000 | 15.000 | 15.000 | 15.000 | 15.000 |
| Precio | 0,01 | 0,010 | 0,011 | 0,011 | 0,012 | 0,012 |
| Total | 150,00 | 156,45 | 163,18 | 170,19 | 177,51 | 185,15 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro 46

Agua Potable

| RUBRO | AÑOS | | | | | |
|-------------------------|----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | AÑO BASE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Cantidad m ³ | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 |
| TOTAL | 168,00 | 175,22 | 182,76 | 190,62 | 198,81 | 207,36 |

Gastos de Ventas

Cuadro 47

Publicidad Diarios

| RUBRO | AÑOS | | | | | |
|----------|----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | AÑO BASE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Cantidad | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 |
| Precio | 30,00 | 31,29 | 32,64 | 34,04 | 35,50 | 37,03 |
| Total | 720,00 | 750,96 | 783,25 | 816,93 | 852,06 | 888,70 |

Elaborado por: La Autora

Los gastos administrativos y de ventas han sido proyectados en base a una inflación estimada, la misma que se calculó en promedio del porcentaje de la inflación de los últimos 6 años.

Gastos Financieros

A continuación se presenta la tabla de amortización para la parte financiada del proyecto, cuya cantidad es \$ 50.600,00; se prevé adquirir un crédito en la Corporación Financiera Nacional.

TABLA DE AMORTIZACIÓN

INSTIT. FINANCIERA

MONTO

50.600,00

TASA DE INTERES

9,0000%

T. EFECTIVA

9,3807%

PLAZO

10 años

GRACIA

0 años

FECHA DE INICIO

09-may-2011

MONEDA

DOLARES

AMORTIZACIÓN CADA

30 días

Número de períodos

120 para amortizar capital

| No. | VENCIMIENTO | SALDO | INTERES | PRINCIPAL | DIVIDENDO |
|-----|-------------|-----------|---------|-----------|-----------|
| 0 | | 50.600,00 | | | |
| 1 | 08-jun-2011 | 50.338,52 | 379,50 | 261,48 | 640,98 |
| 2 | 08-jul-2011 | 50.075,08 | 377,54 | 263,44 | 640,98 |
| 3 | 07-ago-2011 | 49.809,66 | 375,56 | 265,42 | 640,98 |
| 4 | 06-sep-2011 | 49.542,26 | 373,57 | 267,41 | 640,98 |
| 5 | 06-oct-2011 | 49.272,84 | 371,57 | 269,41 | 640,98 |
| 6 | 05-nov-2011 | 49.001,41 | 369,55 | 271,43 | 640,98 |
| 7 | 05-dic-2011 | 48.727,94 | 367,51 | 273,47 | 640,98 |
| 8 | 04-ene-2012 | 48.452,42 | 365,46 | 275,52 | 640,98 |
| 9 | 03-feb-2012 | 48.174,84 | 363,39 | 277,59 | 640,98 |
| 10 | 04-mar-2012 | 47.895,17 | 361,31 | 279,67 | 640,98 |
| 11 | 03-abr-2012 | 47.613,40 | 359,21 | 281,77 | 640,98 |
| 12 | 03-may-2012 | 47.329,52 | 357,10 | 283,88 | 640,98 |
| 13 | 02-jun-2012 | 47.043,52 | 354,97 | 286,01 | 640,98 |
| 14 | 02-jul-2012 | 46.755,36 | 352,83 | 288,15 | 640,98 |
| 15 | 01-ago-2012 | 46.465,05 | 350,67 | 290,31 | 640,98 |
| 16 | 31-ago-2012 | 46.172,56 | 348,49 | 292,49 | 640,98 |
| 17 | 30-sep-2012 | 45.877,87 | 346,29 | 294,69 | 640,98 |
| 18 | 30-oct-2012 | 45.580,98 | 344,08 | 296,90 | 640,98 |
| 19 | 29-nov-2012 | 45.281,85 | 341,86 | 299,12 | 640,98 |
| 20 | 29-dic-2012 | 44.980,49 | 339,61 | 301,37 | 640,98 |
| 21 | 28-ene-2013 | 44.676,86 | 337,35 | 303,63 | 640,98 |
| 22 | 27-feb-2013 | 44.370,96 | 335,08 | 305,90 | 640,98 |
| 23 | 29-mar-2013 | 44.062,76 | 332,78 | 308,20 | 640,98 |
| 24 | 28-abr-2013 | 43.752,25 | 330,47 | 310,51 | 640,98 |
| 25 | 28-may-2013 | 43.439,42 | 328,14 | 312,84 | 640,98 |
| 26 | 27-jun-2013 | 43.124,23 | 325,80 | 315,18 | 640,98 |
| 27 | 27-jul-2013 | 42.806,69 | 323,43 | 317,55 | 640,98 |
| 28 | 26-ago-2013 | 42.486,76 | 321,05 | 319,93 | 640,98 |
| 29 | 25-sep-2013 | 42.164,43 | 318,65 | 322,33 | 640,98 |
| 30 | 25-oct-2013 | 41.839,68 | 316,23 | 324,75 | 640,98 |
| 31 | 24-nov-2013 | 41.512,50 | 313,80 | 327,18 | 640,98 |
| 32 | 24-dic-2013 | 41.182,86 | 311,34 | 329,64 | 640,98 |
| 33 | 23-ene-2014 | 40.850,76 | 308,87 | 332,11 | 640,98 |
| 34 | 22-feb-2014 | 40.516,16 | 306,38 | 334,60 | 640,98 |
| 35 | 24-mar-2014 | 40.179,05 | 303,87 | 337,11 | 640,98 |
| 36 | 23-abr-2014 | 39.839,41 | 301,34 | 339,64 | 640,98 |
| 37 | 23-may-2014 | 39.497,23 | 298,80 | 342,18 | 640,98 |
| 38 | 22-jun-2014 | 39.152,48 | 296,23 | 344,75 | 640,98 |
| 39 | 22-jul-2014 | 38.805,14 | 293,64 | 347,34 | 640,98 |
| 40 | 21-ago-2014 | 38.455,20 | 291,04 | 349,94 | 640,98 |
| 41 | 20-sep-2014 | 38.102,64 | 288,41 | 352,57 | 640,98 |

| | | | | | |
|----|-------------|-----------|--------|--------|--------|
| 42 | 20-oct-2014 | 37.747,43 | 285,77 | 355,21 | 640,98 |
| 43 | 19-nov-2014 | 37.389,55 | 283,11 | 357,87 | 640,98 |
| 44 | 19-dic-2014 | 37.028,99 | 280,42 | 360,56 | 640,98 |
| 45 | 18-ene-2015 | 36.665,73 | 277,72 | 363,26 | 640,98 |
| 46 | 17-feb-2015 | 36.299,75 | 274,99 | 365,99 | 640,98 |
| 47 | 19-mar-2015 | 35.931,01 | 272,25 | 368,73 | 640,98 |
| 48 | 18-abr-2015 | 35.559,52 | 269,48 | 371,50 | 640,98 |
| 49 | 18-may-2015 | 35.185,24 | 266,70 | 374,28 | 640,98 |
| 50 | 17-jun-2015 | 34.808,14 | 263,89 | 377,09 | 640,98 |
| 51 | 17-jul-2015 | 34.428,23 | 261,06 | 379,92 | 640,98 |
| 52 | 16-ago-2015 | 34.045,46 | 258,21 | 382,77 | 640,98 |
| 53 | 15-sep-2015 | 33.659,82 | 255,34 | 385,64 | 640,98 |
| 54 | 15-oct-2015 | 33.271,29 | 252,45 | 388,53 | 640,98 |
| 55 | 14-nov-2015 | 32.879,84 | 249,53 | 391,44 | 640,98 |
| 56 | 14-dic-2015 | 32.485,46 | 246,60 | 394,38 | 640,98 |
| 57 | 13-ene-2016 | 32.088,13 | 243,64 | 397,34 | 640,98 |
| 58 | 12-feb-2016 | 31.687,81 | 240,66 | 400,32 | 640,98 |
| 59 | 13-mar-2016 | 31.284,49 | 237,66 | 403,32 | 640,98 |
| 60 | 12-abr-2016 | 30.878,14 | 234,63 | 406,35 | 640,98 |
| 61 | 12-may-2016 | 30.468,75 | 231,59 | 409,39 | 640,98 |
| 62 | 11-jun-2016 | 30.056,28 | 228,52 | 412,46 | 640,98 |
| 63 | 11-jul-2016 | 29.640,73 | 225,42 | 415,56 | 640,98 |
| 64 | 10-ago-2016 | 29.222,05 | 222,31 | 418,67 | 640,98 |
| 65 | 09-sep-2016 | 28.800,24 | 219,17 | 421,81 | 640,98 |
| 66 | 09-oct-2016 | 28.375,26 | 216,00 | 424,98 | 640,98 |
| 67 | 08-nov-2016 | 27.947,10 | 212,81 | 428,16 | 640,98 |
| 68 | 08-dic-2016 | 27.515,72 | 209,60 | 431,38 | 640,98 |
| 69 | 07-ene-2017 | 27.081,11 | 206,37 | 434,61 | 640,98 |
| 70 | 06-feb-2017 | 26.643,24 | 203,11 | 437,87 | 640,98 |
| 71 | 08-mar-2017 | 26.202,08 | 199,82 | 441,16 | 640,98 |
| 72 | 07-abr-2017 | 25.757,62 | 196,52 | 444,46 | 640,98 |
| 73 | 07-may-2017 | 25.309,82 | 193,18 | 447,80 | 640,98 |
| 74 | 06-jun-2017 | 24.858,66 | 189,82 | 451,16 | 640,98 |
| 75 | 06-jul-2017 | 24.404,13 | 186,44 | 454,54 | 640,98 |
| 76 | 05-ago-2017 | 23.946,18 | 183,03 | 457,95 | 640,98 |
| 77 | 04-sep-2017 | 23.484,79 | 179,60 | 461,38 | 640,98 |
| 78 | 04-oct-2017 | 23.019,95 | 176,14 | 464,84 | 640,98 |
| 79 | 03-nov-2017 | 22.551,62 | 172,65 | 468,33 | 640,98 |
| 80 | 03-dic-2017 | 22.079,78 | 169,14 | 471,84 | 640,98 |
| 81 | 02-ene-2018 | 21.604,40 | 165,60 | 475,38 | 640,98 |
| 82 | 01-feb-2018 | 21.125,45 | 162,03 | 478,95 | 640,98 |
| 83 | 03-mar-2018 | 20.642,91 | 158,44 | 482,54 | 640,98 |
| 84 | 02-abr-2018 | 20.156,75 | 154,82 | 486,16 | 640,98 |
| 85 | 02-may-2018 | | 151,18 | 489,80 | 640,98 |
| 86 | 01-jun-2018 | | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 87 | 01-jul-2018 | | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 88 | 31-jul-2018 | | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 89 | 30-ago-2018 | | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 90 | 29-sep-2018 | | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 91 | 29-oct-2018 | | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 92 | 28-nov-2018 | | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 93 | 28-dic-2018 | | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 94 | 27-ene-2019 | | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 95 | 26-feb-2019 | | 0,00 | 640,98 | 640,98 |

| | | | | |
|-----|-------------|------|--------|--------|
| 96 | 28-mar-2019 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 97 | 27-abr-2019 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 98 | 27-may-2019 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 99 | 26-jun-2019 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 100 | 26-jul-2019 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 101 | 25-ago-2019 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 102 | 24-sep-2019 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 103 | 24-oct-2019 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 104 | 23-nov-2019 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 105 | 23-dic-2019 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 106 | 22-ene-2020 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 107 | 21-feb-2020 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 108 | 22-mar-2020 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 109 | 21-abr-2020 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 110 | 21-may-2020 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 111 | 20-jun-2020 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 112 | 20-jul-2020 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 113 | 19-ago-2020 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 114 | 18-sep-2020 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 115 | 18-oct-2020 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 116 | 17-nov-2020 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 117 | 17-dic-2020 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 118 | 16-ene-2021 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 119 | 15-feb-2021 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |
| 120 | 17-mar-2021 | 0,00 | 640,98 | 640,98 |

Cuadro 48

Depreciaciones

| RUBRO | TIEMPO | % | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------|---------|--------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Edificio | 20 años | 5% | 2.221,33 | 2.221,33 | 2.221,33 | 2.221,33 | 2.221,33 |
| Equipos de Computación | 3 años | 33,33% | 378,32 | 378,32 | 378,32 | 600,00 | 600,00 |
| Muebles | 10 años | 10% | 139,33 | 139,33 | 139,33 | 139,33 | 139,33 |
| TOTAL | | | 2.738,98 | 2.738,98 | 2.738,98 | 2.960,66 | 2.960,66 |

Elaborado por: La Autora

En el cuarto año se realiza una reinversión por concepto de la compra de Equipos de Computación, equivalente a \$ 1.800,00, considerando que la vida útil es de 3 años, el cuarto y quinto año tienen una depreciación de \$ 600,00.

Cuadro 49

Resumen de Gastos

| RUBRO | AÑOS | | | | | |
|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | AÑO BASE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | | | | | |
| Sueldos y Salarios | 8.682,31 | 9.563,68 | 11.225,56 | 12.371,74 | 13.637,23 | 15.034,30 |
| Energía Eléctrica | 108,00 | 112,64 | 117,49 | 122,54 | 127,81 | 133,30 |
| Agua Potable | 168,00 | 175,22 | 182,76 | 190,62 | 198,81 | 207,36 |
| Servicio Telefónico | 150,00 | 156,45 | 163,18 | 170,19 | 177,51 | 185,15 |
| Útiles de oficina | 100,00 | 104,30 | 108,78 | 113,46 | 118,34 | 123,43 |
| TOTAL | 9.208,31 | 10.112,29 | 11.797,77 | 12.968,55 | 14.259,71 | 15.683,54 |
| GASTOS DE VENTAS | | | | | | |
| Publicidad | 720,00 | 750,96 | 783,25 | 816,93 | 852,06 | 888,70 |
| TOTAL | 720,00 | 750,96 | 783,25 | 816,93 | 852,06 | 888,70 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | | | | |
| Interés | 2.614,80 | 4.585,28 | 3.894,13 | 3.537,88 | 3.148,22 | 2.722,01 |
| TOTAL | 2.614,80 | 4.585,28 | 3.894,13 | 3.537,88 | 3.148,22 | 2.722,01 |
| TOTAL GASTOS | 12.543,11 | 15.448,53 | 16.475,15 | 17.323,37 | 18.259,99 | 19.294,25 |
| DEPRECIACIONES | | | | | | |
| Edificio | | 2.221,33 | 2.221,33 | 2.221,33 | 2.221,33 | 2.221,33 |
| Equipos de Computación | | 378,32 | 378,32 | 378,32 | 600,00 | 600,00 |
| Muebles | | 139,33 | 139,33 | 139,33 | 139,33 | 139,33 |
| TOTAL | | 2.738,98 | 2.738,98 | 2.738,98 | 2.960,66 | 2.960,66 |

Elaborado por: La Autora

Este resumen de gastos servirá de referencia para la elaboración del Estado de Resultados del Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías elaboradas con totora.

Estado de Situación Inicial.

| | |
|-------------------|--------------|
| Activos | |
| Caja-Bancos | \$ 2.482,08 |
| Inversión | \$ 69.410,06 |
| TOTAL ACTIVOS | \$ 71.892,14 |
| | |
| Pasivos | |
| Cuentas por pagar | \$ 50.600,00 |
| TOTAL PASIVOS | \$ 50.600,00 |
| | |
| Patrimonio | |
| Capital | \$ 21.292,14 |
| TOTAL PATRIMONIO | \$ 21.292,14 |

Cuadro 50

Estado de Resultados Proyectado

| RUBRO | AÑOS | | | | |
|------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ingresos | | | | | |
| Arriendo de locales | 32.541,60 | 33.940,80 | 35.400,00 | 36.921,60 | 38.510,40 |
| (-)Gastos | | | | | |
| Gastos Administrativos | 10.112,29 | 11.797,77 | 12.968,55 | 14.259,71 | 15.683,54 |
| Gastos de ventas | 750,96 | 783,25 | 816,93 | 852,06 | 888,70 |
| Gastos Financieros | 4.585,28 | 3.894,13 | 3.537,88 | 3.148,22 | 2.722,01 |
| Depreciaciones | 2.738,98 | 2.738,98 | 2.738,98 | 2.960,66 | 2.960,66 |
| Utilidad Operacionales | 14.354,09 | 14.726,67 | 15.337,66 | 15.700,96 | 16.255,50 |
| (-) 15% Partic. Trabajadores | 2.153,11 | 2.209,00 | 2.300,65 | 2.355,14 | 2.438,32 |
| Utilidad Antes Impuestos | 12.200,98 | 12.517,67 | 13.037,01 | 13.345,81 | 13.817,17 |
| (-) Impuesto a la Renta | 173,10 | 152,07 | 149,50 | 134,19 | 78,61 |
| Utilidad | 12.027,88 | 12.365,60 | 12.887,51 | 13.211,62 | 13.738,56 |

Cuadro 51

Flujo de Caja.

| RUBROS | AÑOS | | | | | |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | AÑO BASE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inversión | 71.892,14 | | | | | |
| Utilidad operacional | | 14.354,09 | 14.726,67 | 15.337,66 | 15.700,96 | 16.255,50 |
| + Depreciación | | 2.738,98 | 2.738,98 | 2.738,98 | 2.960,66 | 2.960,66 |
| (-) Reinversión | | | | | 1.800,00 | |
| (-) 15% Partic. Trabaj. | | 2.153,11 | 2.209,01 | 2.300,70 | 2.355,29 | 2.438,30 |
| (-) Impuesto a la Renta | | 173,10 | 152,07 | 149,50 | 134,19 | 78,61 |
| + Venta de Activos | | | | | | 65.500,00 |
| Flujo Neto | 71.892,14 | 14.766,85 | 15.104,56 | 15.626,43 | 14.372,13 | 82.199,24 |

| ACTIVOS | VALOR ACTUAL | VENTA DE ACTIVOS |
|------------------------|--------------|------------------|
| Terreno | 20.000,00 | 29.000,00 |
| Edificio | 44.426,54 | 35.500,00 |
| Equipos de Computación | 1.134,96 | 500,00 |
| Muebles | 1.393,28 | 500,00 |
| | 66.954,78 | 65.500,00 |

Evaluación Financiera

| CAPITAL | | | |
|---------|------|----|-------|
| Crédito | 70% | 9% | 6,30% |
| Propio | 30% | 5% | 1,50% |
| Total | 100% | | 7,80% |

Más tasa de inflación 4,30%

TASA DE REDESCUENTO 12,10%

ACTUALIZACIÓN DE FLUJOS NETOS

$$\frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} + \frac{FN3}{(1+i)^3} + \frac{FN4}{(1+i)^4} + \frac{FN5}{(1+i)^5}$$

$$=13.172,93 + 12.019,79 + 11.092,85 + 9.101,20 + 46.434,39$$

$$=91.821,16$$

VAN

$$VAN = \sum FNACT - INVERSION$$

$$VAN = 91.821,16 - 71.892,14$$

$$\mathbf{VAN = 19.929,02}$$

| AÑOS | FLUJOS NETOS | FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS |
|-------|--------------|---------------------------|
| 1 | 14.766,85 | 13.172,93 |
| 2 | 15.104,56 | 12.019,79 |
| 3 | 15.626,43 | 11.092,85 |
| 4 | 14.372,13 | 9.101,20 |
| 5 | 82.199,24 | 46.434,39 |
| TOTAL | 142.069,23 | 91.821,16 |

TIR = 19,96%

COSTO BENEFICIO = 1,28

Análisis

En la parte financiera inicialmente está considerada la determinación de Ingresos y Egresos del Proyecto, tomando el 2011 como año base y proyectando a futuro cinco años; esta proyección se la realiza en función del inflación promedio desde el año 2005 al 2010.

Los principales gastos del proyecto son: los Administrativos en los cuales encontramos Sueldos y Salarios, Energía Eléctrica, Agua Potable, Servicio Telefónico. Útiles de oficina; los gastos de ventas donde se encuentra publicidad y los gastos financieros conformado básicamente por los intereses que genera el monto financiado del proyecto que es \$ 50.600,00, a diez años y cuyo interés es de 9% de acuerdo a la Corporación Financiera Nacional.

Los ingresos provendrán básicamente del arriendo de los 20 locales o stands a un valor de \$130,00 mensual en el primer año y para los siguientes se ha considerado la inflación promedio de los últimos 6 años.

Se realizó el Estado de Resultados y Flujo de Caja, donde se proyectó para cinco años, partiendo del año base (año 2011), por medio de Estado de Pérdidas y Ganancias se determinó que existe utilidad.

Para la Evaluación Financiera se han considerado tres criterios: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Costo Beneficio.

1.- Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto es de \$ 19.929,02 como es un valor positivo se puede manifestar que el proyecto es viable y factible de ejecutarse.

Este resultado nos determina que el proyecto obtendrá un beneficio superior al que se lograría si se invierte al porcentaje del costo de oportunidad.

2.- Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es de 19,96%, porcentaje superior al Costo de Oportunidad, esto significa que el Proyecto de Creación de un Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totorá, es aceptable.

3.- Costo Beneficio

Nos determina que por cada dólar invertido el proyecto tendrá la utilidad de 1,28 centavos.

Tipo de Empresa

El Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de totora a ubicarse en Yahuarcocha se prevé que sea una empresa pequeña que generará empleo y estará dirigida por su propietario, es decir, una persona natural; y cumplirá con todos los requisitos para su funcionamiento, principalmente contará con el RUC Registro Único de Contribuyentes y cumplirá con todos los trámites requeridos por el S.R.I.

Organización de la Empresa

Misión

El Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de totora ubicado en Yahuarcocha facilitará a los productores de artesanías de totora de Yahuarcocha y San Rafael, un sitio donde puedan expender sus productos aprovechando el turismo que visita la laguna de Yahuarcocha y sus alrededores.

Visión

En el 2011, llegar a constituirse en un Centro de Exposición y Comercialización de artesanías de totora de gran acogida en la provincia y en una gran alternativa de distracción para los turistas locales, regionales y nacionales que visita a Yahuarcocha.

Valores

El Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de totora buscará conservar en alto los valores que le permitan lograr y mantener un servicio de calidad.

Trabajo:

Un trabajo donde el producto final sea de calidad, es decir los atractivos productos de artesanías de totora.

Constancia:

Mediante la dedicación y el deseo de buscar capacitación para elaborar nuevos productos.

Respeto:

Generar un ambiente de absoluto respeto por parte de los productores y personal administrativo a los clientes y visitantes del Centro de Exposición de artesanías.

Servicio:

Brindar un servicio adecuado y oportuno que de cómo resultado la satisfacción al cliente, de esta manera asegurar que se convierta en un efecto multiplicador.

Políticas

Entre las principales políticas que se considerarán en este Centro de Exposición y Comercialización de artesanías de Totora se encuentran:

- La atención será los fines de semana y feriados.

- En el Centro se Expondrá y Comercializará únicamente Artesanías de Totorá.
- Receptar mensualmente los pagos por concepto de alquiler de los stands o locales de venta.

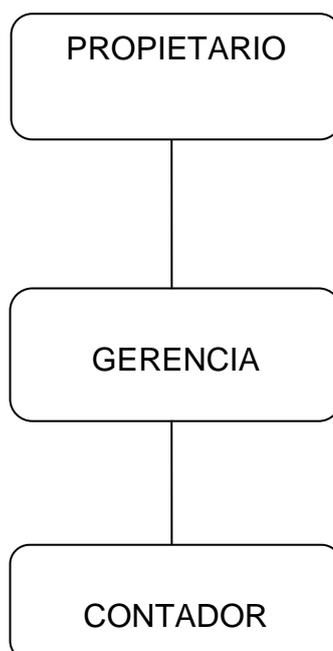
Estrategias

Para el cumplimiento de las actividades del Centro se ha establecido las siguientes estrategias:

- Brindar un servicio adecuado.
- Ofrecer a los clientes un sitio agradable y con buena presentación
- Aprovechar la presencia de turistas que visita Yahuarcocha para ofrecer las artesanías.

Orgánico Estructural

CENTRO DE EXPOSICIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE TOTORÁ



Elaborado por: La Autora

El Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totorá, organizacionalmente estará conformado por el propietario, un Gerente y un Contador que realizarán las diferentes tareas administrativas y financieras del mismo.

Orgánico Funcional

Propietario

El propietario del Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totorá a ubicarse en Yahuarcocha, será el responsable de la dirección del manejo administrativo y financiero.:

Funciones

- Fijar las políticas del Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de totora.
- Revisar oportunamente el manejo financiero del Centro de Exposición y Comercialización de artesanías de totora.
- Establecer y velar por el cumplimiento de los objetivos del Centro.
- Propender a que la parte administrativa del Centro de Exposición y Comercialización del Centro sea adecuada.

Gerente

El Gerente General será encargado de la parte administrativa y financiera del Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías, es decir será el Representante legal y tendrá a su cargo la realización de las siguientes funciones:

Funciones

- Gestionar los contactos con los productores de artesanías de Yahuarcocha y San Rafael en Otavalo para que renten un stand en el Centro.
- Buscar mejoras constantes para la comercialización de productos del centro propendiendo siempre al buen servicio.
- Mantener la constante difusión del Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totorá mediante una acertada promoción y publicidad.
- Preparar informes de la gestión realizada y presentarlos periódicamente.
- Revisar oportunamente el manejo financiero del Centro de Exposición y Comercialización de artesanías de totora.
- Participar directamente en la organización de actividades y eventos a desarrollarse en el Centro de Exposiciones.
- Propender a la buena imagen del Centro en cuanto a su presentación y aseo.

Contador

El Centro de Exposición y Comercialización de artesanías de totora, tendrá en su estructura un contador que será la persona encargada del manejo financiero contable del mismo.

Funciones:

- En coordinación con el propietario y el gerente elaborar los presupuestos para cada ejercicio económico.
- Mantener la información contable financiera de manera oportuna y adecuada.
- Preparar mensualmente el Estado de Resultados y el Estado de Situación Financiera.
- Revisar mensualmente los ingresos generados por el arrendamiento de los stands y distribuir sus gastos.
- Cumplir con los pagos relacionados con el Servicio de Rentas Internas, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- Realizar oportunamente los pagos de sueldos, gastos financieros, servicios básicos, entre otros.
- Organizar y archivar la documentación enviada y recibida.

Contrastación de las Preguntas de Investigación con la Validación de la propuesta

El planteamiento de la propuesta en comparación con las preguntas de Investigación nos determina el siguiente análisis:

El segundo objetivo de este proyecto planteado en base a la propuesta dice:

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Exposición y Comercialización de artesanías de totora en Yahuarcocha para

favorecer a los productores de estas artesanías tanto de San Rafael y Yahuarcocha así como al desarrollo turístico de la zona.

Preguntas de Investigación

¿Con un estudio de mercado se determinará la oferta, la demanda, precios, comercialización y publicidad del Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totora a ubicarse en Yahuarcocha?

Definitivamente un Estudio de Mercado es la base primordial para determinar la necesidad de colocar un Centro de Artesanías en Yahuarcocha donde se determine que existe ofertantes de Artesanías elaboradas con totora y a su vez clientes y potenciales clientes que requieren objetos y utensillos elaborados con esta materia prima.

¿Un estudio técnico permitirá determinar espacios físicos, áreas de exposición, Inversión, Talento Humano, requeridos para la puesta en marcha de la Creación del Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totora en Yahuarcocha?

Un Estudio técnico ayuda en la determinación del tamaño el mismo que es de 14m. x 22,10m. = 309,40 m², la localización que será en Yahuarcocha, los procesos productivos del Centro de Exposición y Comercialización; la Obra Civil; la Inversión requerida, entre otros detalles para iniciar con el funcionamiento del mismo.

¿Mediante un estudio Financiero se determinará la viabilidad o no de crear esta Unidad Productiva?

La determinación de Ingresos y Egresos relacionados con el funcionamiento del Centro, permitirán la elaboración de un Estado de Pérdidas y Ganancias, Flujo de Caja y Evaluación Financiera, para de esta manera, establecer la rentabilidad o no que generará la creación de un Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías.

¿Cuál será la Estructura Organizacional para un Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totora?

Este proyecto contará con una Estructura Organizacional conformada por un Gerente que puede ser el propietario del Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de totora y a su vez el encargado de las funciones de representación del Centro, adicionalmente se prevé la contratación de un Contador el mismo que contará con sus respectivas funciones relacionadas con pagos, contabilización de ingresos y gastos, elaboración de balances contables oportunamente.

En esta sección se determina la misión, visión, valores con que contará el Centro, considerando que son aspectos importantes que una Estructura Organizacional debe definir para obtener los resultados esperados y lograr lo más importante que es la permanencia en el mercado.

¿Cuál es el tipo de impactos que generará la Creación de un Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de totora en Yahuarcocha.

Los impactos que generará este Centro son: Económico ya que dará lugar a la exposición y por ende aumento en la comercialización de artesanías elaboradas con totora; Social, ya que propenderá al mejoramiento en el nivel de vida de los productores y Ambiental donde se buscará el respeto por el medio ambiente mediante el cumplimiento de algunas consideraciones.

Validación de la Propuesta

Concluída esta propuesta “Elaboración de un Estudio de factibilidad para la Creación de Exposición y Comercialización de artesanías de totora en Yahuarcocha, para favorecer a los productores de estas artesanías tanto de San Rafael y Yahuarcocha, así como también al desarrollo turístico de la zona”; se procedió a validar la misma.

Para el proceso de validación se procedió a solicitar la colaboración a dos profesionales; el Economista Diego Taboada y al Ingeniero Benito Villarruel, quienes revisaron minuciosamente dicha propuesta, la analizaron y procedieron a emitir su opinión al respecto.

*Anexo 6 Validaciones de la propuesta.

Impactos

Económico

El proyecto generará un beneficio económico para quienes expongan sus productos en el Centro, así como también para el propietario del mismo.

Los productores de estas artesanías darán a conocer sus productos y ofertarlos a los clientes y potenciales clientes. Convirtiéndose el Centro en un medio acertado de comercialización de sus atractivos productos.

Cuadro 52

Impacto Económico

| No. | INDICADOR | NEGATIVO | | | 0 | POSITIVO | | | TOTAL |
|-------|--------------------------|----------|----|----|---|----------|---|---|-------|
| | | -3 | -2 | -1 | | 1 | 2 | 3 | |
| 1 | Precios Adecuados | | | | | | | ✓ | 3 |
| 2 | Generación de Ingresos | | | | | | | ✓ | 3 |
| 3 | Pago oportuno de gastos. | | | | | | | ✓ | 3 |
| TOTAL | | | | | | | | | 9 |

Elaborado por: La Autora

| CALIFICACIÓN | V. DEL IMPACTO |
|----------------|----------------|
| Alto positivo | 9 |
| Medio positivo | 0 |
| Bajo positivo | 0 |
| Indiferente | 0 |
| Bajo negativo | 0 |
| Medio negativo | 0 |
| Alto negativo | 0 |

Total / Número de indicadores $9/3 = 3$

Social

Dentro del Impacto Social este proyecto buscará beneficiar a los productores de artesanías, mediante el mejoramiento del nivel de vida que permitirá obtener mayor rentabilidad, dando lugar a que las necesidades sean mayormente satisfechas, en procura de ofrecer a este sector un notable impulso en el que paulatinamente se observen los resultados.

Se fortalecerá el sector turístico, con un nuevo sitio de distracción para visitantes locales, provinciales, nacionales y extranjeros, que buscan espacios de variado esparcimiento.

Este proyecto generará también fuentes de empleo para quienes estarán en los cargos de gerente y contador

Cuadro 53

Impacto Social

| No. | INDICADOR | NEGATIVO | | | 0 | POSITIVO | | | TOTAL |
|-------|--------------------------------------|----------|----|----|---|----------|---|---|-------|
| | | -3 | -2 | -1 | | 1 | 2 | 3 | |
| 1 | Fortalecimiento del sector turístico | | | | | | | ✓ | 3 |
| 2 | Generación de Empleo. | | | | | | | ✓ | 3 |
| 3 | Mejoramiento del nivel de vida. | | | | | | | ✓ | 3 |
| TOTAL | | | | | | | | | 9 |

Elaborado por: La Autora

| CALIFICACIÓN | V. DEL IMPACTO |
|----------------|----------------|
| Alto positivo | 9 |
| Medio positivo | 0 |
| Bajo positivo | 0 |
| Indiferente | 0 |
| Bajo negativo | 0 |
| Medio negativo | 0 |
| Alto negativo | 0 |

Total / Número de indicadores $9 / 3 = 3$

Ambiental

En la actualidad a nivel mundial el tema ambiental se lo considera de gran importancia, por tal motivo se promueve el respeto a la naturaleza, a los recursos naturales, siendo responsabilidad de todos aportar con un granito de arena para evitar un deterioro mayor.

El proyecto de Creación de un Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de totora en Yahuarcocha, desde el punto de vista ambiental tomará en cuenta las siguientes consideraciones; siempre en procura de no perjudicar al medio en el cual se desarrollará.

- Los productos a expendirse en el Centro serán elaborados con totora, materia prima que se encuentra en las orillas de lagos y lagunas, la misma que no requiere de químicos ni de plaguicidas para su crecimiento.
- En el Centro se prevé que no existirá contaminación auditiva, ya que no contará con ruidos exagerados ni nocivos.
- No existirá emanación de gases.
- No generará residuos químicos.
- Se utilizará iluminación adecuada.

- El Centro no propenderá al daño del suelo.
- Se solicitará que la basura sea ubicada correctamente.

Cuadro 54

Impacto Ambiental

| No. | INDICADOR | NEGATIVO | | | 0 | POSITIVO | | | TOTAL |
|-------|---|----------|----|----|---|----------|---|---|-------|
| | | -3 | -2 | -1 | | 1 | 2 | 3 | |
| 1 | No existirá contaminación auditiva. | | | | | | | ✓ | 3 |
| 2 | No existirá emanación de gases. | | | | | | | ✓ | 3 |
| 3 | Se utilizará iluminación adecuada | | | | | | | ✓ | 3 |
| 4 | Se solicitará que la basura sea ubicada correctamente | | | | | | | ✓ | 3 |
| TOTAL | | | | | | | | | 12 |

Elaborado por: La Autora

| CALIFICACIÓN | V. DEL IMPACTO |
|----------------|----------------|
| Alto positivo | 12 |
| Medio positivo | 0 |
| Bajo positivo | 0 |
| Indiferente | 0 |
| Bajo negativo | 0 |
| Medio negativo | 0 |
| Alto negativo | 0 |

Total / Número de indicadores $12 / 4 = 3$

Cuadro 55

Impacto Total

| No. | INDICADOR | NEGATIVO | | | 0 | POSITIVO | | | TOTAL |
|-------|--------------|----------|----|----|---|----------|---|---|-------|
| | | -3 | -2 | -1 | | 1 | 2 | 3 | |
| 1 | I. Económico | | | | | | | ✓ | 3 |
| 2 | I. Social | | | | | | | ✓ | 3 |
| 3 | I. Ambiental | | | | | | | ✓ | 3 |
| TOTAL | | | | | | | | | 9 |

Elaborado por: La Autora

| CALIFICACIÓN | V. DEL IMPACTO |
|----------------|----------------|
| Alto positivo | 9 |
| Medio positivo | 0 |
| Bajo positivo | 0 |
| Indiferente | 0 |
| Bajo negativo | 0 |
| Medio negativo | 0 |
| Alto negativo | 0 |

Total / Número de indicadores $9 / 3 = 3$

Se concluye que la puesta en marcha de este proyecto no afectará al medio ambiente, contribuirá a tomar medidas para evitar la contaminación (visual, auditiva y ambiental), En la parte social y en la parte económica estará direccionado hacia el beneficio de los actores del proyecto, ya que la calificación total es de 3 Alto Positivo

En caso de presentarse la aparición de resultados negativos se tomará en consideración rápidamente para lograr el control de los mismos.

Conclusiones:

- La totora es una materia prima que no requiere de químicos de ningún tipo para su crecimiento, por lo tanto los productos artesanales no hacen daño al ambiente.
- La situación económica que viven las familias de nuestra provincia es cada vez más difícil y frente a esta realidad, día a día se busca alternativas de solución, la elaboración de artesanías con totora son un camino hacia la consecución de ingresos.
- Mediante el Estudio financiero se concluye que el proyecto de Creación de un Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totora es factible de llevarlo a cabo.
- La Laguna de Yahuarcocha es un atractivo turístico, que ha ido ganando gran número de visitantes locales, nacionales y extranjeros por sus hermosos paisajes, por su gastronomía y por ser un lugar donde se realizan diversidad de deportes. Es por ello que el turismo beneficiará la existencia del Centro de Exposición y Comercialización de Artesanías de Totora.
- El estudio técnico nos demostró los aspectos importantes que se debe considerar para que el Centro cuente con las instalaciones, equipos, muebles adecuados, así como su tamaño que es el conveniente para este tipo de proyecto.

Recomendaciones:

- La elaboración de atractivas artesanías de totora han ido ganando un gran espacio a nivel de la provincia, se recomienda que esta actividad se siga promoviendo, para que alcance mayor impulso.
- Con dedicación e iniciativa los negocios pueden salir adelante, con mayor razón este tipo de artesanías que tienen acogida por su valor cultural, el mismo que se ha ido trasladando de generación en generación y prevalecen sus usos en la actualidad.
- Es importante tomar en cuenta la determinación de Ingresos y Gastos del Estudio Financiero con sus respectivas proyecciones para que exista la rentabilidad prevista.
- Se debe aprovechar del turismo que visita este interesante lugar para la puesta en marcha de una nueva opción de distracción en este caso el Centro de Exposición y Comercialización de artesanías de totora en Yahuarcocha.
- Es recomendable tomar en cuenta los aspectos y consideraciones del Estudio Técnico para que el Centro se desarrolle apropiadamente en cuanto a sus instalaciones y procesos productivos de exposición y comercialización de artesanías.

BIBLIOGRAFÍA.

1. Amaru Antonio Cesar. 2009. Fundamentos de ADMINISTRACIÓN Teoría general y proceso administrativo. Primera Edición: México.
2. Arboleda Vélez Germán. 2001, Proyectos Formulación, Evaluación y Control: Colombia.
3. Aquí Ecuador, GUIA TURISTICA. 1993, Comité Editorial Biblioteca Ecuatoriana de la Familia, Casa de la Cultura Ecuatoriana
4. Baca Urbina Gabriel. 2006. Evaluación de Proyectos: México.
5. Bravo Valdivieso Mercedes, Ubidia Tapia Carmita. 2007. *Contabilidad de Costos*: Quito Ecuador.
6. Diario El Universo.- Lunes 14 de enero de 2008, Guayaquil Ecuador
7. Fischer Laura, Espejo Jorge. Mercadotecnia, Tercera Edición.
8. Graham Friend y Stefan Zehle. 2008. Como diseñar un plan de Negocios: Buenos Aires.
9. Kourdi, Jeremy. “Estrategia” – 1ª ed.- Cuatro Media, Buenos Aires, 2008.
10. Larroulet Cristián, Mochón Francisco. 1995. Economía.
11. Miranda Miranda Juan José. 2005. Gestión de Proyectos Evaluación Financiera Económica Social Ambiental: Bogotá.
12. Owen D y Griffiths R. “Cómo analizar el Mercado”- , 1ª ed.- Cuatro Media, Buenos Aires, 2008.

13. Pacek N, Thorniley D. "Oportunidades en los Mercados Emergentes" – 1ª ed - Cuatro Media, Buenos Aires, 2008
14. Ralph S. Polimeni, Frank J. Fabozzi, Arthur H. Adelberg. 2003. Contabilidad de Costos Conceptos y Aplicaciones para la Toma de Decisiones Gerenciales: Colombia
15. Revista de Imbabura, tomo XXXVIII, Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo de Imbabura, Editorial Casa de la Cultura Ecuatoriana, 1992.
16. Revista de Imbabura, Tomo XXXIX, Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo de Imbabura, Editorial Casa de la Cultura Ecuatoriana.
17. Revista Vistazo.- Octubre de 2006
18. Shirreff, David. "Cómo lidiar con el riesgo Financiero"- 1ª ed.- Cuatro Media, Buenos Aires, 2008.
19. Sociedad Amigos de Ibarra "Monografía de Ibarra – Volumen VI – 2006.
20. Tennent J, Friend G. "Cómo delinear un modelo de negocios" - 1ª ed. - Cuatro Media, Buenos Aires, 2008.

LINKOGRAFIA

1. www.monografías.com
2. Wikipedia, la Enciclopedia Libre
3. www.totorasisa.blogspot.com

Anexo 1.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
PROGRAMA MAESTRIA EN ADMINISTRACION
DE NEGOCIOS - SEGUNDA PROMOCION



FORMATO DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Sírvase leer cada uno de los ítems y las correspondientes respuestas del instrumento que encontrará a continuación. Deseamos que, por favor, nos dé a conocer su criterio sobre la utilidad del mismo para propósitos investigativos. Utilice este formato para evaluar cada pregunta con los indicadores de las tres columnas de la derecha. Registre su criterio poniendo una señal en el casillero SI en caso de que su evaluación sea positiva y con una señal en el casillero NO si no está de acuerdo con algún elemento del ítem,

| NÚMERO DE PREGUNTA | CLARIDAD | | COHERENCIA | | PERTINENCIA | |
|--------------------|----------|----|------------|----|-------------|----|
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO |
| 1 | | | | | | |
| 2 | | | | | | |
| 3 | | | | | | |
| 4 | | | | | | |
| 5 | | | | | | |
| 6 | | | | | | |
| 7 | | | | | | |
| 8 | | | | | | |
| 9 | | | | | | |
| 10 | | | | | | |
| 11 | | | | | | |
| 12 | | | | | | |
| 13 | | | | | | |
| 14 | | | | | | |
| 15 | | | | | | |
| 16 | | | | | | |
| 17 | | | | | | |
| 18 | | | | | | |
| 19 | | | | | | |
| 20 | | | | | | |

Observaciones

.....

.....

.....

.....

Nombre del evaluador.....

Ocupación.....

Cargo que desempeña.....

Dirección.....

Teléfono.....

.....

FIRMA.

Anexo 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



INSTITUTO DE POSTGRADO

**PROGRAMA DE MAESTRÍA
EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES DE ARTESANÍAS DE TOTORA DE
YAHUARCOCHA Y SAN RAFAEL**

OBJETIVO

Recolectar información relacionada con la producción y comercialización de artesanías de totora para la realización de un trabajo de estudio científico, como cumplimiento a un programa de maestría, el mismo que aportará nuevas ideas en el área artesanal.

INSTRUCCIONES:

Esta encuesta la conforman 12 preguntas, de selección múltiple, donde usted deberá escoger una sola respuesta y marcar al lado derecho con una (X). Por su colaboración anticipo mi agradecimiento.

1.- ¿Cuál es su nivel de instrucción?

- a) Primaria (.....)
- b) Secundaria (.....)
- c) Superior (.....)
- d) Ninguna (.....)

2.- ¿Cuál es su género?

- a) Femenino (.....)
- b) Masculino (.....)

3.- ¿Cuál es su edad?

- a) De 15 a 25 años (.....)
- b) De 26 a 35 años (.....)
- c) De 36 a 45 años (.....)
- d) De 46 en adelante (.....)

4.- ¿Con qué frecuencia compra artesanías de totora?

- a) Nunca (.....)
- b) Rara Vez (.....)
- c) Frecuentemente (.....)

5.- Considera usted que los precios a los cuales se venden las artesanías de totora son:

- a) Poco adecuados (.....)
- b) Algo adecuados (.....)
- c) Muy adecuados (.....)
- d) Totalmente adecuados (.....)

6.- Si existiera mayor promoción de los productos elaborados con totora considera usted que tendrían mayor acogida?

- a) Nada (.....)
- b) Poco (.....)
- c) Algo (.....)
- d) Mucho (.....)

7.- Visita Ferias o Centros de exposición de productos artesanales?

- a) Nunca (.....)
- b) Rara vez (.....)
- c) A veces (.....)
- d) Frecuentemente (.....)

8.- Usted estaría dispuesto a comprar artesanías de totora a un Centro de Exposición a ubicarse en Yahuarcocha?

- a) Nada (.....)
- b) Poco (.....)
- c) Algo (.....)
- d) Mucho (.....)

9.- Que tipo de producto de artesanías de totora ha comprado?

- a) Esteras (.....)
- b) Aventadores (.....)
- c) Canastas (.....)
- d) Muebles (.....)
- e) Otros (.....)

10.- Considera usted que la promoción de productos elaborados con totora contribuyen a un rescate cultural?

- a) Nada (.....)
- b) Poco (.....)
- c) Algo (.....)
- d) Mucho (.....)

11.- Al momento de adquirir artesanías es importante la calidad?

- a) Si (.....)
- b) No (.....)

12.- ¿Cuándo adquiere artesanías que presentación del producto prefiere?

- a) De Regalo (.....)
- b) Souvenirs (.....)
- c) Otra (.....)

Anexo 3

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE****INSTITUTO DE POSTGRADO****PROGRAMA DE MAESTRÍA
EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS****ENCUESTA DIRIGIDA PRODUCTORES DE ARTESANIAS DE TOTORA DE YAHUARCOCHA Y SAN RAFAEL****OBJETIVO**

Recolectar información relacionada con la producción y comercialización de artesanías de totora para la realización de un trabajo de estudio científico, como cumplimiento a un programa de maestría, el mismo que aportará nuevas ideas en el área artesanal

INSTRUCCIONES:

Esta encuesta la conforman 17 preguntas, de selección múltiple, donde usted deberá escoger una sola respuesta y marcar al lado derecho con una (X)
Por su colaboración anticipo mi agradecimiento

1.- ¿Cuál es su nivel de instrucción?

- e) Primaria (.....)
- f) Secundaria (.....)
- g) Universidad (.....)
- d) Ninguna (.....)

2.- ¿Cuál es su edad?

- a) De 20 a 30 años (.....)
- b) De 31 a 40 años (.....)
- c) De 41 a 50 años (.....)
- d) De 51 en adelante (.....)

3.- ¿Cuál es su género?

- a) Femenino (.....)
- b) Masculino (.....)

4.- ¿Usted como productor, considera que las artesanías de totora de Yahuarcocha y San Rafael en Otavalo tienen acogida en el mercado local y regional?

- d) Nada (.....)
- e) Poco (.....)
- f) Algo (.....)
- g) Mucho (.....)

5.- ¿De dónde proviene la materia prima – totora para la actividad artesanal?

- a) Laguna de Yahuarcocha (.....)
- b) Lago de San Pablo (.....)
- c) Otro lugar

6.- El procedimiento de elaboración de artesanías de totora es:

- a) Manual (.....)
- b) Tecnológico (.....)
- c) Mixto (.....)

7.- Los productos artesanales de totora se realizan de acuerdo a las preferencias de los consumidores:

- a) Si (.....)
- b) No (.....)
- c) A veces (.....)

8.- La estructura de su capital para realizar actividades de artesanías de totora es:

- a) Propio (.....)
- b) Financiado (.....)
- c) Mixto (.....)
- d) Donación (.....)

9.- Considera usted que los precios de artesanías de totora son?

- a) Poco adecuados (.....)
- b) Algo adecuados (.....)
- c) Muy adecuados (.....)
- d) Totalmente adecuados (.....)

10.- Existe capacitación sobre nuevos productos de artesanías de totoras?

- a) Nada (.....)
- b) Poco (.....)
- c) Algo (.....)
- d) Mucho (.....)

11.- Considera Usted que a futuro las artesanías de totora, pueden ser exportadas?

- a) Nada (.....)
- b) Poco (.....)
- c) Algo (.....)
- d) Mucho (.....)
- e) Totalmente (.....)

12.- La rentabilidad que percibe de la actividad de comercializar artesanías de totora es?

- a) Poco adecuada (.....)
- b) Algo adecuada (.....)
- c) Muy adecuada (.....)
- d) Totalmente adecuada (.....)

13.- Los procesos productivos de la actividad de artesanías de totora es?

- a) Empíricos (.....)
- b) Trasladados de generación en generación (.....)
- c) Mediante estudios (.....)

14.- Cómo productor de artesanías de totora vende su producto a intermediarios?

- a) Nada (.....)
- b) Poco (.....)
- c) Algo (.....)
- d) Mucho (.....)
- e) Totalmente (.....)

15.- Usted estaría dispuesto a vender el producto a un Centro de Exposición a ubicarse en Yahuarcocha:

- a) Si (.....)
- b) No (.....)

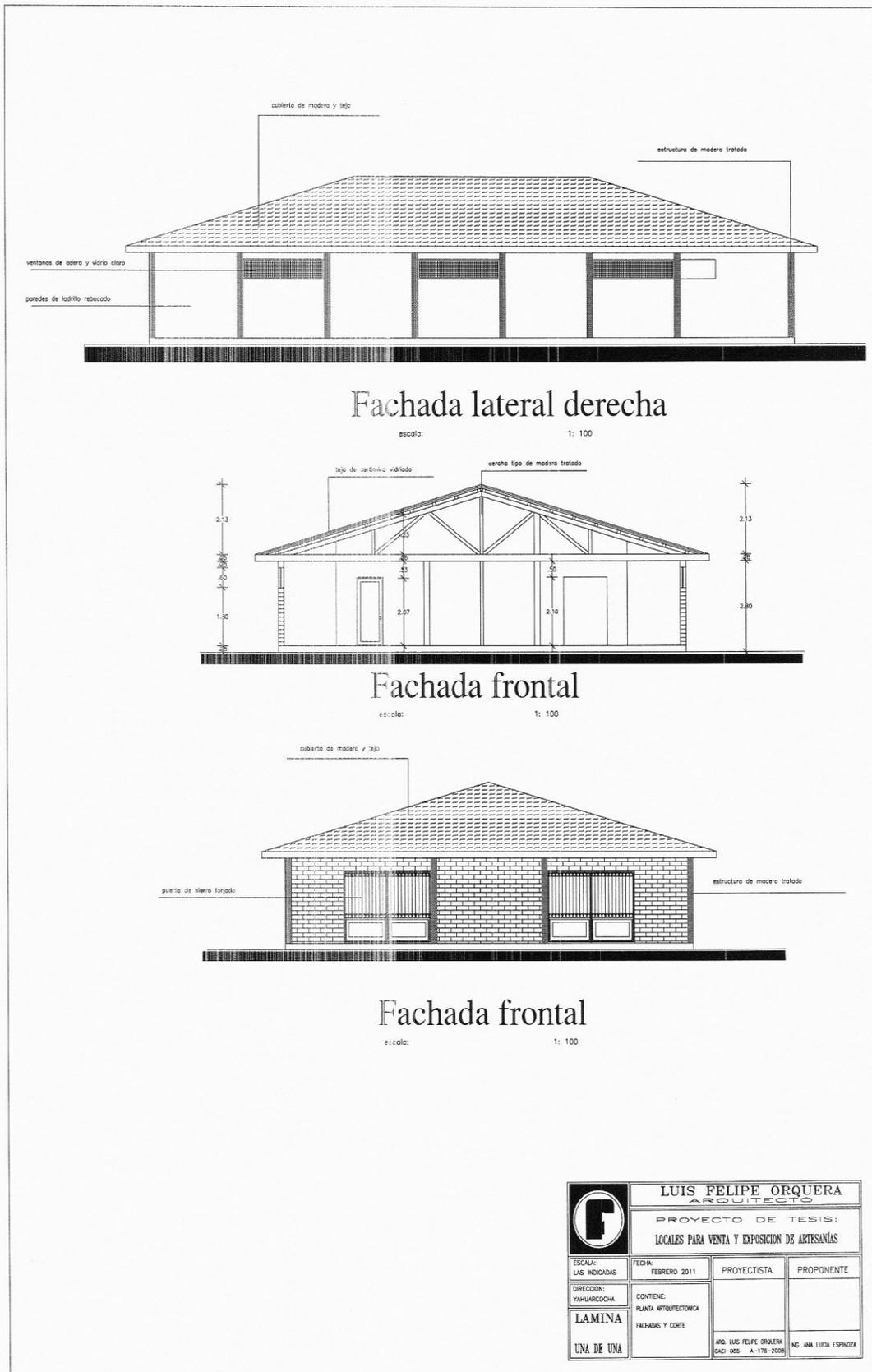
16.- A qué precios vende los siguientes productos:

| | | | |
|-----------|-------|-------------|-------|
| Esteras | | Aventadores | |
| Canastas | | Muebles | |
| Souvenirs | | | |

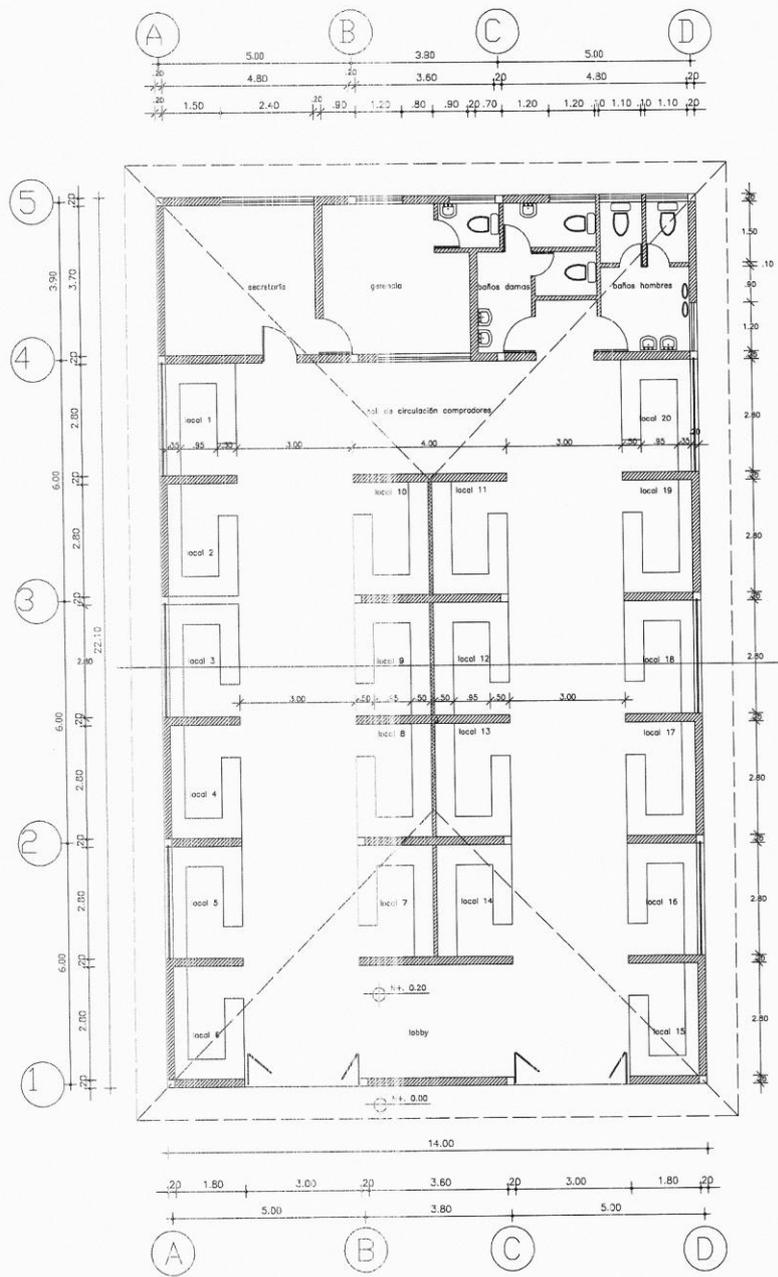
17.- ¿Qué cantidad vende semanalmente los siguientes productos?

| | | | |
|-----------|-------|-------------|-------|
| Esteras | | Aventadores | |
| Canastas | | Muebles | |
| Souvenirs | | | |

Anexo 4. Planta Arquitectónica



| | | | |
|---------------------------|---|-------------------------|------------|
| F | LUIS FELIPE ORQUERA ARQUITECTO | | |
| | PROYECTO DE TESIS: LOCALES PARA VENTA Y EXPOSICION DE ARTESANIAS | | |
| ESCALA: LAS INDICADAS | FECHA: FEBRERO 2011 | PROYECTISTA | PROPONENTE |
| DIRECCION: YAHUARCOCHA | CONTIENE: PLANTA ARQUITECTONICA FACHADAS Y CORTE | | |
| LAMINA UNA DE UNA | ARG. LUIS FELIPE ORQUERA (CIE-085 A-1718-2008) | ING. ANA LUCIA ESPINOSA | |



Planta Arquitectónica

escala:

1: 100

Anexo 5.

PRESUPUESTO REFERENCIAL PARA CONSTRUCCION DEL CENTRO DE ARTESANIAS

| ITEM | DESCRIPCION RUBRO | UNID | CANT | P/UNIT | P/TOTAL |
|--|--|------|--------|----------|----------|
| PRELIMINARES | | | | | |
| 1 | REPLANTEO DEL PROYECTO | M2 | 309,4 | 0,60 | 186,63 |
| 2 | EXACAVACION EN SUELO NORMAL PLINTOS | M3 | 20,0 | 4,20 | 84,00 |
| 3 | EXACAVACION EN SUELO NORMAL CIMIENTOS | M3 | 20,5 | 4,76 | 97,50 |
| | | | | SUBTOTAL | 368,13 |
| CIMENTACION Y ESTRUCTURA | | | | | |
| 4 | REPLANTILLO | M3 | 1,4 | 43,34 | 60,67 |
| 5 | HORMIGON SIMPLE EN PLINTOS FC=180 Kg/ m2 | M3 | 6,0 | 75,70 | 454,21 |
| 6 | HORMIGON CICLOPEO CIMIENTOS FC=180 Kg/ m2 | M3 | 32,00 | 75,70 | 2422,07 |
| 7 | HORMIGON SIMPLE FC=210 Kg/ m2 EN CADENAS INFERIORES + ENCOFRADO. | M3 | 6,16 | 127,72 | 786,73 |
| 8 | HORMIGON SIMPLE FC=210 Kg/ m2 EN COLUMNAS+ ENCOFRADO. | M3 | 2,08 | 127,72 | 265,66 |
| 9 | ACERO DE REFUERZO EN CIMENTACION | KG | 1156,0 | 1,88 | 2173,28 |
| 10 | CONTRAPISO HS 180 Kg/Cm2 | M2 | 309,4 | 8,25 | 2552,55 |
| 11 | MASILLADO Y ALISADO DE PISOS INTERIORES | M2 | 309,4 | 2,20 | 680,68 |
| 12 | ACERAS EXTERIORES DE HORMIGON PALETEADO | M2 | 43,2 | 8,90 | 384,48 |
| | | | | SUBTOTAL | 9780,33 |
| MAMPOSTERIA | | | | | |
| 13 | MAMPOSTERIA DE LADRILLO 20 cm | M2 | 235,04 | 16,78 | 3943,97 |
| 14 | REVOQUE EN LADRILLO VISTO | M2 | 235 | 3,50 | 822,50 |
| 15 | MAMPOSTERIA DE LADRILLO 10 cm | M2 | 32,5 | 14,56 | 473,20 |
| 16 | ENLUCIDO VERTICAL EN BAÑOS | M2 | 65 | 5,48 | 356,20 |
| | | | | SUBTOTAL | 5595,87 |
| ESTRUCTURA METALICA Y CARPINTERIA | | | | | |
| 17 | CUBIERTA DE MADERA Y TEJA CERAMICA | M2 | 383,94 | 24,00 | 9214,56 |
| 18 | CERCHAS DE HIERRO ESTRUCTURAL | KG | 890 | 2,50 | 2225 |
| 19 | VENTANAS DE MADERA Y VIDRIO | M2 | 20,4 | 33,00 | 673,20 |
| 20 | PUERTAS METALICAS EXTERIORES | M2 | 6,6 | 55,00 | 363,00 |
| 21 | PUERTAS DE MADERA 90 CM | U | 4 | 125,00 | 500,00 |
| 22 | PUERTAS EN BAÑOS | U | 4 | 110,00 | 440,00 |
| 23 | ESTANTERIAS DE METAL Y MADERA | M2 | 114 | 60,00 | 6840,00 |
| | | | | SUBTOTAL | 20255,76 |
| PIEZAS SANITARIAS | | | | | |
| 24 | INODORO TANQUE BAJO BLANCO | U | 5 | 115,00 | 575,00 |
| 25 | LAVABO BLANCO | U | 6 | 105,00 | 630,00 |
| 26 | URINARIOS EDESA | U | 2 | 98,00 | 196,00 |
| 27 | CAJAS DE REVISION HORMIGÓN SIMPLE | U | 3 | 35,00 | 105,00 |
| | | | | SUBTOTAL | 1506,00 |
| CERAMICA Y PISO FLOTANTE | | | | | |
| 28 | CERAMICA EN PISOS | M2 | 300 | 15,90 | 4770,00 |
| 29 | CERAMICA EN PAREDES DE BAÑO | M2 | 32 | 12,00 | 384,00 |
| | | | | SUBTOTAL | 5154,00 |
| INSTALACIONES ELECTRICAS Y OTRAS | | | | | |
| 30 | PUNTO TOMACORRIENTE DOBLES | U | 20 | 22,12 | 442,40 |

| | | | | | |
|----|---|-----|----|----------|---------|
| 31 | PUNTO ELECTRICO | U | 20 | 12,51 | 250,20 |
| 32 | TOMAS ESPECIALES TV, TELEFONO Y PORTERO | U | 4 | 22,12 | 88,48 |
| 33 | CAJA TERMICA DE 8 BRAKERS | U | 2 | 78,85 | 157,70 |
| 34 | TUBERIA DE AGUA | ML | 24 | 8,56 | 205,44 |
| 35 | PUNTO DE AGUA FRIA | PTO | 13 | 19,39 | 252,07 |
| 36 | PUNTO DE DESAGUE | PTO | 20 | 16,93 | 338,60 |
| 37 | BAJANTES DE DESAGUE | ML | 4 | 7,89 | 31,56 |
| | | | | SUBTOTAL | 1766,45 |

| | |
|--------------|------------------|
| TOTAL | 44.426,54 |
|--------------|------------------|

Elaborado por

Arq. Luis Felipe Orquera
CAE-I 085

| | | | | |
|-----------------------|----|--------|------|--------|
| ELABORACION DE PLANOS | M2 | 238,87 | 4,00 | 955,48 |
|-----------------------|----|--------|------|--------|

Anexo 6

Ibarra, 11 de Agosto de 2011

VALIDACION DE PROPUESTA

Yo Magister Benito Villarruel, he procedido a revisar la Tesis de la ingeniera Ana Lucía Espinosa cuyo tema es:

“Elaboración de un Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Exposición y Comercialización de artesanías de totora en Yahuarcocha, para favorecer a los productores de estas artesanías tanto de San Rafael y Yahuarcocha, así como también al desarrollo turístico de la zona”.

Por lo que me permito emitir el siguiente informe:

- Por tratarse de un proyecto de la construcción de la Infraestructura física de un CENTRO DE EXPOSICION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS DE TOTORA, no se hace énfasis en los productos a ofrecer; ya que lo que se oferta es locales o stands a los productores de estas artesanías.
- El Estudio de Mercado sustenta la Creación de este Centro, ya que beneficiará a los productores que actualmente no cuentan con un local en una zona turística como es Yahuarcocha; en este lugar podrán los artesanos ofrecer sus productos a precios competitivos; los precios de los stands son adecuados y accesibles.
- En lo relacionado a la Estructura Organizativa considero que es la adecuada, sobretodo en cuanto al personal, ya que la parte administrativa y contable del Centro no amerita mayor recurso humano.
- De acuerdo al estudio financiero se observa una evaluación razonable que permite cumplir con los objetivos del Proyecto.
- En cuanto a evaluación de impactos considero que será beneficioso, ya que este atractivo sitio Turístico Yahuarcocha, actualmente no tiene no un Centro de Exposición de ninguna índole y menos de tipo artesanal.

Realizado este informe, considero que la propuesta anteriormente citada cumple con todos los pasos que requiere un Estudio de Factibilidad y por tal motivo, concluyo indicando que Valido de manera positiva la Propuesta de la Ingeniera Ana Lucía Espinosa y auguro que ha futuro se haga realidad este proyecto, ya que Yahuarcocha requiere de opciones donde el turismo pueda encontrar distracción.


Ing. Benito Villarruel, Mgs.

Ibarra, 08 de agosto de 2011

Validación de Propuesta

A petición de la Ingeniera Ana Lucía Espinosa Torres, quien realiza su trabajo de tesis "Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Exposición y Comercialización de artesanías de totora, en Yahuarcocha, para beneficiar a los productores de estas artesanías de San Rafael y Yahuarcocha" me permito opinar que se ha cumplido con las fases para determinar la factibilidad como se detalla a continuación:

- ❖ Se ha realizado el Estudio de Mercado donde se detalla: precios, oferta, demanda, demanda insatisfecha, comercialización y publicidad.
- ❖ El Estudio Técnico describe de manera minuciosa el Tamaño del Proyecto, la Localización y la Ingeniería del mismo, en función de la demanda insatisfecha.
- ❖ En el Estudio Financiero se detalla la Determinación de Ingresos así también como la Determinación de Egresos para la puesta en marcha del Proyecto, con el respectivo Estado de Pérdidas y Ganancias, Flujo de Caja; contiene también el correspondiente análisis financiero utilizando el TIR, VAN y Costo Beneficio, determinándose la viabilidad del proyecto.
- ❖ El proyecto cuenta también la parte organizacional de la Empresa con su respectiva Misión, Visión, Valores, Organigrama Estructural y Funcional.
- ❖ Finalmente la propuesta presenta un análisis de Impactos: Económico, Social y Ambiental.

Una vez analizado lo anteriormente expuesto considero que la propuesta está validada favorablemente; ya que, el proyecto es factible de ser ejecutado.



Econ. Diego Taboada

Validador de la Propuesta