



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
SUPERMERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS
IMBABUREÑAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE
IMBABURA”**

**PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA. C.P.A**

**AUTORA: Narcisa Edilma Chugá Sotelo
ASESOR: Dr. Fausto Lima Soto**

Ibarra, Julio 2012

Resumen Ejecutivo

El presente estudio estuvo orientado a probar la factibilidad técnica, operativa y económica para la implantación de un supermercado de comercialización de artesanías imbabureñas en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, para lo cual se estructuró un diagnóstico situacional donde se analizó el entorno externo desde las perspectivas sociales y productivas principalmente. Seguidamente se realizó las consultas bibliográficas sobre la empresa, los supermercados y las artesanías aspectos que sustentan el informe desde el aspecto teórico – científico. Posteriormente se realizó el estudio de mercado, donde se determinó la oferta de artesanías que producen 77 microempresas en la provincia, la demanda se calculó a través de un cuestionario aplicado a la muestra de compradores y los precios de cada artesanía se obtuvo mediante observación directa. Adjunto a esto, se realizó el estudio técnico, en donde se identifica la macrolocalización del supermercado en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra y la micolocalización en la Av. Cristóbal de Troya y Jaime Rivadeneira, además se detalla las inversiones fijas que están constituidas por la compra de un local comercial, equipos, muebles y enseres, la inversiones diferidas incluyen los gastos de investigación y constitución, hasta establecer el capital de trabajo en 37.917,49 dólares. Continuando con el estudio, se desarrolló la parte financiera donde se determinó una inversión necesaria de 60.823,49 dólares, en donde el costo beneficio es de 1,20. Consecutivamente se diseñó la estructura orgánica de la empresa, en donde contempla un organigrama, el perfil del trabajador, así como las respectivas funciones de cada uno. Finalmente se presentan los respectivos impactos que pudiera causar el proyecto con su plena aplicación, esto se analizó desde las aristas social, económica, educativa – cultural, comercial, y empresarial, siendo el impacto económico el más importante porque de alguna manera se contribuirá a la reactivación económica de los productores de artesanías.

Executive Summary

The present study was designed to test the technical feasibility, operational and economic for the implantation of a supermarket in commercialization of Imbaburian crafts at the city of Ibarra, province of Imbabura. In which we structured a situational diagnosis where we discussed the external environment from the perspectives of social and productive mainly. Then bibliographic consultations were executed about the company, the supermarkets and the crafts, aspects underpinning the report from the theoretical aspect - scientific. Followed we did the study of the market, where we determined the supply of crafts which produce 77 micro-enterprises in the province, the demand was calculated through a questionnaire applied to the sample of buyers and the prices of each craft was obtained through direct observation. Attached to this, the technical study was conducted where identifies the macrolocalization from the supermarket in the province of Imbabura, Canton Ibarra and the micolocalization in the Av. Cristóbal de Troy and Jaime Rivadeneira. In addition fixed investments were detailed that are constituted by the purchase of a commercial premises, equipment, furniture and belongings, the deferred investments include the costs of research and Constitution, to establish working capital in \$37.917,49. Continuing with the study, we developed the financial part where an investment of \$60.823,49 was necessary, where the cost benefit is 1,20. Consecutively we designed the organic structural of the company, where we will contemplate the profile's worker, also everyone's functions. Finally the respective impacts that could cause the project to its full implementation were presented, and all this was analyzed from the edges social, economic, educational - cultural, commercial, and business, being the most important economic impact because somehow it will contribute to the economic revival of crafts producers.

Autoría

Yo, Narcisa Edilma Chugá Sotelo, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firma

Narcisa Chugá Sotelo

C.C. 040148589-1

Informe del Director del Trabajo de Grado

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Narcisa Edilma Chugá Sotelo, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, C.P.A cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SUPERMERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS IMBABUREÑAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 23 días del mes de julio del año 2012

Dr. Fausto Lima Soto
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Cesión de Derechos de Autor del Trabajo de Grado a Favor de la
Universidad Técnica del Norte

Yo, **Narcisa Edilma Chugá Sotelo**, con cédula de ciudadanía N°. **040148589-1**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SUPERMERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS IMBABUREÑAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada.

En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Atentamente,

Narcisa Edilma Chugá Sotelo

C.C: 040148589-1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

Autorización de Uso y Publicación a Favor de la Universidad Técnica del Norte

1.- IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en forma digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040148589-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Chugá Sotelo Narcisa Edilma		
DIRECCIÓN:	Ibarra, Av. 17 de Julio		
EMAIL:	narcy_acuario@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:	062362712	TELÉFONO MÓVIL:	094355972

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SUPERMERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS IMBABUREÑAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR (ES):	Chugá Sotelo Narcisa Edilma
FECHA:	2012-julio-23
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA:	(<input checked="" type="checkbox"/>) Pregrado () Posgrado
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA
ASESOR/DIRECTOR	Dr. Fausto Lima Soto

2.- AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Narcisa Edilma Chugá Sotelo**, con cédula de identidad N°. **040148589-1**, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respetivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital de la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3.- CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 27 días del mes de julio de 2012

LA AUTORA:

ACEPTACIÓN:

Firma.....

Firma.....

Narcisa Edilma Chugá Sotelo.

Ing. Betty Chávez

C.C: 040148589-1

JEFA DE BIBLIOTECA

DEDICATORIA

A Dios todo poderoso, por permitirme la oportunidad de superación y por todas las cosas que me ha concedido,

A mi tía Janeth Sotelo, quien ha estado siempre a mi lado, brindándome su apoyo incondicional para seguir luchando día a día por el logro de este sueño.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte, en especial a mis profesores de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, quienes me brindaron sus conocimientos para mi formación profesional.

A los artesanos de la provincia de Imbabura por su excelente colaboración en el desarrollo investigativo del presente trabajo

Al Doc. Fausto Lima por su valiosa ayuda para la culminación del proyecto.

A todas aquellas personas que de una u otra forma contribuyeron al logro de esta meta.

A todos GRACIAS.

Presentación

El presente trabajo de investigación se encuentra estructurado en siete capítulos, cada uno de ellos representa un tema específico del estudio de factibilidad.

En el Capítulo I, se realizó un diagnóstico situacional externo del sector microempresarial de la provincia de Imbabura, el cual permitió conocer el entorno para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para implantar un supermercado de comercialización de artesanías imbabureñas.

En el Capítulo II, se detallan las bases teóricas y científicas que apoyan el presente proyecto, información recopilada de trabajos previos, libros, folletos e internet, fuentes que permitieron presentar la investigación conceptual, estructurada en cuatro temas: el proceso administrativo, la empresa, los supermercados y las artesanías.

En el Capítulo III, se describe las técnicas utilizadas para la recolección y análisis de información, que permitió determinar la factibilidad del proyecto y como se logró determinar la cantidad de artesanías que se van a comercializar en función de cuatro variables importantes como: la oferta, demanda, precio, y tipo de artesanía.

En el Capítulo IV, contiene el estudio técnico e ingeniería del proyecto, en donde se detalla el tamaño, localización, e ingeniería del proyecto (infraestructura física, procesos de comercialización, tecnología, equipos, inversiones, talento humano).

El Capítulo V, muestra el análisis económico - financiero de ventas, costo de mercaderías, financiamiento, inversión, mano de obra, valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), beneficio/costo (B/C).

En el Capítulo VI, se detalla la estructura legal y organizativa del nuevo supermercado, organización que determina la propuesta administrativa (los objetivos empresariales, misión, visión, políticas, organigrama estructural, manual de funciones) y la propuesta operativa (diagramas de procesos, flujograma operacional, estrategias).

El Capítulo VII, contiene las proyecciones de los posibles impactos que tendrá el proyecto en el caso de llegar a ejecutarse, tratados desde la perspectiva social, económica, educativa y cultural, en la comercialización, y en el ámbito empresarial.

Seguidamente se presentan las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado luego de la investigación, finalmente se encuentra la bibliografía consultada y los anexos.

Índice General

Portada.....	i
Resumen Ejecutivo.....	ii
Executive Summary.....	iii
Autoría.....	iv
Informe del Director del Trabajo de Grado.....	v
Cesión de Derechos de Autor del Trabajo de Grado a Favor de la Universidad Técnica del Norte.....	vi
Autorización de Uso y Publicación a Favor de la Universidad Técnica del Norte.....	vii
Dedicatoria.....	ix
Agradecimiento.....	x
Presentación.....	xi
Índice General.....	xiii
Índice de Cuadros.....	xviii
Índice de Gráficos.....	xx
Índice de Fórmulas.....	xxi
Índice de Figuras.....	xxii
Índice de Anexos.....	xxii
Introducción.....	23
Antecedentes del Proyecto.....	23
Justificación.....	23
Objetivo General.....	24
Objetivos Específicos.....	24
CAPÍTULO I.....	25
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	25
Antecedentes Diagnósticos.....	25
Objetivos Diagnósticos.....	26
Objetivo General.....	26
Objetivos Específicos.....	26
Variables.....	26

Indicadores	27
Matriz de Relación	28
Mecánica Operativa.....	28
Determinación de la Población	28
Determinación de la Muestra	31
Diseño de Instrumentos de Investigación	32
Información Primaria.....	32
Información Secundaria	44
Construcción de la Matriz A O O R	56
Identificación delaOportunidadDiagnóstica	57
CAPÍTULO II.....	59
MARCO TEÓRICO	59
El Proceso Administrativo	59
La Empresa	60
Elementos que Forman la Empresa.....	61
La Unidad Empresarial y sus Distintos Aspectos	63
Los Fines de la Empresa	64
La Creación de una Empresa	65
Los Supermercados.....	66
Origen de los Supermercados	67
Sistema de Aprovisionamiento de los Supermercado	68
Ventajas del Sistema	68
Clasificación de los Supermercados	69
Los Supermercados del Arte	69
Las Artesanías.....	72
El Artesano.....	72
Concepto de Artesanía	73
Tipos de Artesanías.....	74
Las Artesanías en la Provincia de Imbabura.....	78
CAPÍTULO III.....	89

ESTUDIO DE MERCADO.....	89
Antecedentes.....	89
Objetivos del Estudio de Mercado	90
Objetivo General.....	90
Objetivos Específicos	90
Variables	90
Indicadores	91
Matriz de Relación.....	91
El Producto	92
Tejidos.....	92
Bordados.....	93
Manualidades	94
Bisutería.....	95
Artículos de Cuero	96
Muebles.....	97
Esculturas.....	98
Segmento de Mercado	99
Segmentación Geográfica	99
Segmentación Demográfica.....	100
Mercado Meta.....	100
Análisis de la Oferta.....	100
Análisis de la Demanda	102
Demanda Potencial Insatisfecha.....	105
Determinación del Precio del Producto	106
Estrategias de Mercado	107
Conclusiones del Estudio.....	108
CAPÍTULO IV	109
ESTUDIO TÉCNICO.....	109
Capacidad de Comercialización.....	109
Localización del Proyecto	110
Macrolocalización	110

Microlocalización	111
Ingeniería del Proyecto	112
Proceso de Comercialización	112
Descripción de Procesos	113
Inversiones	114
Activos Fijos	114
Activos Diferidos	116
Detalle de la Inversión	117
Financiamiento	117
Talento Humano	118
Capital de Trabajo	118
CAPÍTULO V	119
ESTUDIO FINANCIERO	119
Estructura de la Inversión	119
Cálculo del Coste de Oportunidad y Tasa de Redescuento	119
Determinación de Ingresos Proyectados	120
Determinación de Egresos Proyectados	121
Costo de Ventas	121
Gastos Administrativos	122
Depreciaciones	122
Gastos de Amortización	123
Gastos Financieros	124
Gastos de Ventas	126
Otros Gastos	126
Balance Inicial	127
Estado de Resultados Proyectado	127
Flujo de Efectivo Financiero	128
Evaluación Financiera	129
Cálculo del VAN	129
Cálculo de la TIR	130
Índice de Beneficio Costo	131

Recuperación de Dinero en el Tiempo.....	132
Punto de Equilibrio.....	132
CAPÍTULO VI	137
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	137
Razón Social de la Empresa.....	137
Logotipo y Denominación del Supermercado.....	137
Misión... ..	138
Visión... ..	138
Principios.....	138
Valores.	139
Políticas.....	139
Estructura Organizacional.....	141
Gerencia..... ..	141
Departamento de Contabilidad	141
Departamento de Comercialización	141
Organigrama Estructural.....	142
Niveles Administrativos.....	142
Manual de Funciones	143
Constitución Legal	146
Constitución como Compañía de Responsabilidad Limitada.....	147
Registros Legales	148
Estrategias Empresariales	149
Estrategias de Diferenciación	149
Estrategia de Innovación y Capacidad para Satisfacer al Cliente	149
Estrategias Comerciales y Promocionales	150
CAPÍTULO VII	151
ANÁLISIS DE IMPACTOS	151
Introducción	151
Matrices de Impactos.....	151
Matriz Impacto Social	152

Matriz Impacto Económico.....	153
Matriz Impacto Educativo y Cultural.....	154
Matriz Impacto Comercial.....	155
Matriz Impacto Empresarial.....	156
Matriz General de Impactos.....	157
CONCLUSIONES.....	158
RECOMENDACIONES.....	159
BIBLIOGRAFÍA Y LINGÜOGRAFÍA.....	160
ANEXOS.....	164

Índice de Cuadros

CUADRO N° 1.- Población por Grupos de Edad del Año 2010 de la provincia de Imbabura.....	29
CUADRO N° 2.-Proyección Poblacional de 15 a 64 Años de la provincia de Imbabura.....	29
CUADRO N° 3. Población de Microempresas Artesanales de la provincia de Imbabura.....	30
CUADRO N° 4.- Población Estadística de Turistas que Visitaron la Provincia.....	30
CUADRO N° 5.- Proyección de Turistas que Visitan Imbabura.....	30
CUADRO N° 6. Población Total de Análisis.....	31
CUADRO N° 7. Cálculo de Muestra Poblacional de Compradores por Estratos.....	32
CUADRO N° 8.- Documentos de Funciones.....	33
CUADRO N° 9.- Tecnología Utilizada.....	34
CUADRO N° 10.- Supervisión en la Producción.....	35
CUADRO N° 11.-Planificación de Actividades.....	36
CUADRO N° 12.- Control de Materias Primas y Productos Terminados..	37
CUADRO N° 13.-Tipo de Financiamiento.....	38
CUADRO N° 14.- Desarrollo del Proceso Productivo.....	39
CUADRO N° 15.-Práctica de Valores de los Empleados.....	40
CUADRO N° 16.- Estructura de la Población de Imbabura.....	45

CUADRO N° 17: Estadística del Salario Mínimo en Ecuador.....	50
CUADRO N° 18.- Construcción de la Matriz A O O R	56
CUADRO N° 19.-Oferta de Artesanías	100
CUADRO N° 20.-Proyección de la Oferta	102
CUADRO N° 21.-Demanda de artesanías	103
CUADRO N° 22.-Proyección de la Demanda.....	104
CUADRO N° 23.-Demanda Potencial Insatisfecha	105
CUADRO N° 24.-Proyección de la Demanda Insatisfecha en Unidades	106
CUADRO N° 25.-Precio de Venta de Artesanías	106
CUADRO N° 26.-Proyección de Precios.....	107
CUADRO N° 27.- Volumen de Ventas en Unidades	109
CUADRO N° 28.- Características del Local Comercial.....	115
CUADRO N° 29.- Equipos, Muebles y Enseres	116
CUADRO N° 30.- Resumen de Activos Fijos	116
CUADRO N° 31.- Activos Diferidos.....	116
CUADRO N° 32.- Estructura de la Inversión	117
CUADRO N° 33.-Fuentes de la Inversión	117
CUADRO N° 34.- Talento Humano	118
CUADRO N° 35.- Capital de Trabajo	118
CUADRO N° 36.- Estructura de la Inversión	119
CUADRO N° 37.- Coste de Oportunidad	119
CUADRO N° 38.-Ingresos Proyectados.....	120
CUADRO N° 39.- Costo de Ventas	121
CUADRO N° 40.-Detalle de Beneficios de Ley 1 ^{er} Año	122
CUADRO N° 41.-Detalle de Beneficios de Ley 2 ^{do} Año	122
CUADRO N° 42.-Proyección de Sueldos Administrativos	122
CUADRO N° 43.- Detalle de Depreciaciones	123
CUADRO N° 44.-Proyección Gasto Depreciación.....	123
CUADRO N° 45.-Amortización Activo Diferido	123
CUADRO N° 46.-Amortización del Préstamo	124
CUADRO N° 47.-Resumen de Interés y Amortización del Préstamo	126
CUADRO N° 48.- Estado de Resultados Proyectado.....	128

CUADRO N° 49.- Flujo de Efectivo Proyectado	128
CUADRO N° 50.-Cálculo del VAN	129
CUADRO N° 51.- VAN con Tasa Inferior	130
CUADRO N° 52.- VAN con Tasa Superior	130
CUADRO N° 53.-Periodo de Recuperación de la Inversión	132
CUADRO N° 54.- Gastos Fijos	133
CUADRO N° 55.- Costos y Gastos Variables	133
CUADRO N° 56.- Datos para Determinar el Margen de Contribución	134
CUADRO N° 57.- Cálculo del Punto de Equilibrio	135
CUADRO N° 58.- Comprobación del Margen de Contribución para Cubrir los Gastos Fijos	136
CUADRO N° 59.- Matriz de Impacto Social	152
CUADRO N° 60.- Matriz de Impacto Económico.....	153
CUADRO N° 61.-Matriz de Impacto Educativo y Cultural.....	154
CUADRO N° 62.- Matriz de Impacto Comercial	155
CUADRO N° 63.- Matriz de Impacto Empresarial	156
CUADRO N° 64.- Matriz General de Impactos.....	157
CUADRO N° 65.- Compra de Artesanías Típicas	177
CUADRO N° 66.- Preferencia de Compra.....	178
CUADRO N° 67.- Frecuencia de Compra	179
CUADRO N° 68.- Percepción de Precios de las Artesanías	180
CUADRO N° 69.-Presupuesto Destinado para la Compra de Artesanías	181
CUADRO N° 70.- Opinión de la Población sobre la Creación de un Supermercado de Artesanías	182
CUADRO N° 71.- Atención al Cliente.....	183

Índice de Gráficos

GRÁFICO N° 1.-Documentos de Funciones	33
GRÁFICO N° 2. Tecnología Utilizada	34
GRÁFICO N° 3.-Supervisión en la Producción	35
GRÁFICO N° 4.- Planificación de Actividades	36
GRÁFICO N° 5.- Control de Materias Primas y Productos Terminados ...	37

GRÁFICO N° 6.- Tipo de Financiamiento.....	38
GRÁFICO N° 7.- Desarrollo del Proceso Productivo.....	39
GRÁFICO N° 8.-Práctica de Valores de los Empleados.....	40
GRÁFICO N° 9.- Natalidad y Mortalidad Provincia de Imbabura.....	44
GRÁFICO N° 10.- Pirámide Poblacional de Imbabura	45
GRÁFICO N° 11.- Crecimiento Poblacional de Imbabura	46
GRÁFICO N° 12.-Participación en la Producción de Imbabura.....	48
GRÁFICO N° 13.- Demanda de Mano de Obra Industria Manufacturera .51	
GRÁFICO N° 14.-Producción Bruta Provincial por Industria	51
GRÁFICO N° 15.-Consumo Intermedio Provincial por Industria.....	52
GRÁFICO N° 16. Planeación y Control.....	60
GRÁFICO N° 17.- Macrolocalización	111
GRÁFICO N° 18.-Microlocalización	112
GRÁFICO N° 19.- Proceso de Comercialización de Artesanías.....	113
GRÁFICO N° 20.- Distribución de Espacios del Supermercado.....	115
GRÁFICO N° 21.- Logotipo del Supermercado	137
GRÁFICO N° 22.- Compra de Artesanías Típicas.....	177
GRÁFICO N° 23.- Preferencia de Compra.....	178
GRÁFICO N° 24.- Frecuencia de Compra	179
GRÁFICO N° 25.- Percepción de Precios de las Artesanías.....	180
GRÁFICO N° 26.- Presupuesto para la Compra de Artesanías	181
GRÁFICO N° 27 Opinión de la Población sobre la Creación de un Supermercado de Artesanías	182
GRÁFICO N° 28.- Atención al Cliente.....	183

Índice de Fórmulas

FÓRMULA N° 1.Cálculo Muestra.....	31
FÓRMULA N° 2: Proyección de la Oferta	101
FÓRMULA N° 3.-Proyección de la Demanda.....	103
FÓRMULA N° 4.- Cálculo de Tasa de Redescuento.....	119
FÓRMULA N° 5.- Calculo de la Amortización	124
FÓRMULA N° 6.- Cálculo del VAN	129
FÓRMULA N° 7.- Cálculo de la TIR	131

FÓRMULA N° 8.- Cálculo del Beneficio/Costo	131
FÓRMULA N° 9.- Punto de Equilibrio en Dólares	132
FÓRMULA N° 10.- Punto de Equilibrio en Unidades.....	133
FÓRMULA N° 11.- Valoración de Impactos	152

Índice de Figuras

FIGURA N° 1: Artículos de Lana.....	93
FIGURA N° 2: Tipos de Bordados	94
FIGURA N° 3: Muñecas Otavaleñas	95
FIGURA N° 4: Bisutería	96
FIGURA N° 5: Artículos de Cuero	97
FIGURA N° 6: Muebles.....	98
FIGURA N° 7: Esculturas e Imágenes Religiosas	99

Índice de Anexos

ANEXO N° 1. Microempresas de Artesanías de Imbabura	164
ANEXO N° 2. Entrada de Extranjeros y Salida de Ecuatorianos	167
ANEXO N° 3.-Formato de Censo Aplicado a Microempresarios	168
ANEXO N° 4. Formato de Entrevista	170
ANEXO N° 5. Formato de Encuesta a Compradores de Artesanías	172
ANEXO N° 6. Producción de Artesanías.....	174
ANEXO N° 7. Ficha de Observación.....	176
ANEXO N° 8.- Resultados de la Encuesta aplicada a los Compradores de Artesanías	177

INTRODUCCIÓN

Antecedentes del Proyecto

Imbabura la “Provincia de los Lagos” es rica en manifestaciones culturales, una de ellas es la artesanía, presente en cada cantón, desde Otavalo hasta Pimampiro se aprecia finas muestras artesanales, además es un lugar turístico muy importante del Ecuador, porque en ella existen poblados artesanales que realizan el trabajo artesanal desde hace muchos siglos atrás.

Es importante resaltar que la producción de artesanías juega un papel importante para atraer al turismo, porque generalmente cada visitante compra algún recuerdo de la visita a la provincia, y sería trascendental para la ciudad de Ibarra crear un lugar que tenga a la venta todo tipo de artesanías, brindando mayor comodidad para apreciar la cultura y arte de los pueblos imbabureños, sin olvidar que este se convertiría en una característica especial de la ciudad para ser visitada.

De esta concepción nace la idea de realizar un estudio de factibilidad para crear el primer supermercado de artesanías imbabureñas en la ciudad de Ibarra, el cual pretenderá atraer principalmente al turista nacional y extranjero

Justificación

El presente proyecto de investigación es importante porque contribuye de alguna manera al progreso económico de los artesanos al requerir de sus productos para abastecer de mercadería al supermercado. Además la tendencia de esta empresa ofrece a los compradores un lugar diferente, donde tengan la libertad de recorrer las instalaciones, observar, manipular, escoger lo que más les agrade para finalmente cancelar en

caja, cambiando lo típico de los almacenes, donde el comprador se limita únicamente a vendedor.

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un supermercado para la comercialización de artesanías imbabureñas en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Objetivos Específicos

- Elaborar un diagnóstico externo del sector microempresarial de la provincia de Imbabura, para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de un supermercado de venta de artesanías imbabureñas.
- Realizar el Marco Teórico sobre el presente proyecto, mediante la recolección de información secundaria de libros, revistas, folletos e internet.
- Realizar un estudio de mercado, para identificar la tendencia de la oferta y demanda de artesanías, y poder construir el pronóstico de ventas.
- Determinar la macro localización y micro localización del proyecto, para evaluar el lugar específico de implantación.
- Determinar los ingresos y gastos operacionales necesarios para la ejecución del proyecto.
- Elaborar la estructura legal, organizativa y funcional del nuevo supermercado.
- Establecer los principales impactos que tendrá el presente proyecto al ejecutarse, en los ámbitos social, económico, educativo y cultural, comercial y empresarial.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

El presente diagnóstico permitió establecer la naturaleza y magnitud de las necesidades y problemas que afectan a la comunidad objeto de estudio, asimismo el conocimiento de factores favorables y desfavorables para la consecución de los objetivos propuestos.

1.1. Antecedentes Diagnósticos

Este estudio se basó en un análisis general de las actividades productivas de la provincia de Imbabura, en donde se pudo identificarlos aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que afectarán de manera directa e indirecta a la microempresa en el momento de su ejecución.

Para el desarrollo del diagnóstico se tomó como población de análisis a los artesanos, ya que poseen conocimientos sobre la situación productiva y comercial de artesanías, la investigación se realizó en los cantones Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Ibarra, Pimampiro y San Miguel de Urcuquí, desde el 03 de enero hasta el 05 de febrero del año 2011.

La información primaria se obtuvo mediante la aplicación de un censo y una entrevista a los microempresarios de artesanías y la información secundaria se obtuvo de fuentes como el INEC, BCE, SIC, IMI, MAGAP, SRI, MRL.

Uno de los principales inconvenientes para la realización del diagnóstico fue la magnitud de la población de artesanos, algunos de ellos no tuvieron

predisposición de colaborar con las preguntas, porque creían que era una investigación del SRI o de la competencia.

Otro inconveniente fue el tiempo que demandó realizar el censo y el hecho de trasladarse a los diferentes cantones de la provincia. Algunas personas solicitaban alguna identificación, para colaborar con la información.

1.2. Objetivos Diagnósticos

1.2.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional externo del sector microempresarial de la provincia de Imbabura, que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de un supermercado para la comercialización de artesanías imbabureñas.

1.2.2. Objetivos Específicos

- a) Analizar la situación socioeconómica en el área de influencia del proyecto a implantarse.
- b) Determinar la situación actual de la actividad artesanal en los diferentes cantones de la provincia de Imbabura
- c) Determinar la normativa legal vigente para la constitución y operación de microempresas.

1.3. Variables

- Socioeconómica
- Actividad Artesanal
- Normativa Legal

1.4. Indicadores

a) Socioeconómica

- Natalidad y Mortalidad
- Estructura de la Población
- Crecimiento de la Población
- Actividades Productivas
- Sueldos y Salarios
- Demanda de Mano de Obra
- Producción Provincial
- Consumo Provincial

b) Actividad Artesanal

- Tecnología
- Proceso Productivo
- Tipo de Financiamiento
- Práctica de Valores
- Proceso Administrativo

c) Normativa Legal

- Ley de Compañías
- Patente Municipal
- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE)

1.5. Matriz de Relación

Objetivos	Variables	Indicadores	Tipo de información	Técnica	Fuentes de información
Analizar la situación socioeconómica de en el área de influencia del proyecto a implantarse.	Socioeconómica	Natalidad y mortalidad Estructura de la población Crecimiento de la población Actividades productivas Sueldos y salarios Capacidad de compra Demanda de mano de obra	Secundaria	Documental	INEC MIPRO INEC MAGAP MRL
Determinar la situación actual de la actividad artesanal en los diferentes cantones de la provincia de Imbabura	Actividad artesanal	Tecnología Proceso productivo Tipo de financiamiento Práctica de valores Proceso administrativo	Primaria	Censo Entrevista	Microempresarios
Determinar la normativa legal vigente para la constitución y operación de las empresas.	Normativa legal	Ley de compañías Patente municipal RUC RISE	Secundaria	Documental	IMI SRI SIC SRI

Fuente: INEC, BCE, SIC, IMI, MAGAP, SRI, MRL, Microempresarios

Elaborado por: La autora

1.6. Mecánica Operativa

1.6.1. Determinación de la Población

Se consideró las personas comprendidas en edades de 15 a 64 del área urbana de los cantones de la provincia de Imbabura, los turistas y los microempresarios artesanales de diferentes actividades. Ver **Cuadro# 16** (Estructura de la población de Imbabura)

**CUADRO Nº 1.-Población por Grupos de Edad del Año 2010 de la
provincia de Imbabura**

EDADES	POBLACIÓN
15 a 19	39.840
20 a 24	34.518
25 a 29	30.720
30 a 34	26.659
35 a 39	24.305
40 a 44	21.832
45 a 49	19.891
50 a 54	15.478
55 a 59	13.777
60 a 64	12.029
TOTAL	239.049

Fuente: INEC

Elaborado por: La autora

**CUADRO Nº 2.-Proyección Poblacional de 15 a 64 Años de la provincia
de Imbabura**

AÑO	POBLACIÓN	T.C.P
2010	239.049	1,63%
2011	242.945	

Fuente: INEC

Elaborado por: La autora

La población proyectada al 2011 de la provincia se multiplicó por 53% porcentaje de habitantes de la zona urbana, dato obtenido del INEC para efectos de cálculo de la muestra, obteniendo como resultado **128.761** personas.

La población de artesanos se determinó mediante registros históricos del Gobierno Provincial de Imbabura. Ver **Anexo # 1**

CUADRO N° 3. Población de Microempresas Artesanales de la provincia de Imbabura

CANTÓN	POBLACIÓN
Ibarra	35
Otavalo	24
Antonio Ante	5
Cotacachi	8
San Miguel de Urcuquí	3
Pimampiro	2
TOTAL	77

Fuente: Gobierno Provincial de Imbabura, 2011

Elaborado por: La autora

La población de turistas se estableció, mediante información recopilada de los Anuarios de Migración Internacional - INEC (2007-2010). Ver **Anexo # 2**

CUADRO N° 4.- Población Estadística de Turistas que Visitaron la Provincia

AÑO	CANTIDAD
2007	13.253
2008	10.296
2009	11.120
2010	12.120

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: La autora

CUADRO N° 5.- Proyección de Turistas que Visitan Imbabura

AÑO	POBLACIÓN	TASA
2010	12.120	10,5%
2011	13.577	

Fuente: Cuadro estadístico N° 4

Elaborado por: La autora

CUADRO N° 6. Población Total de Análisis

ÍTEM	CANTIDAD
Habitantes	128.761
Microempresas	77
Turistas	13.577
TOTAL	142.416

Fuente: Cuadros N°2,3y5

Elaborado por: La autora

1.6.2. Determinación de la Muestra

La muestra se estableció mediante la suma de las poblaciones de habitantes y turistas porque constituyen los compradores de artesanías. Se utilizó el método de muestreo probabilístico y se distribuyó por estratos en forma proporcional por cada cantón.

Debido a que la población de análisis fue mayor a 50 unidades, se aplicó la técnica de muestreo y se manejó la siguiente fórmula:

FÓRMULA N° 1. Cálculo Muestra

$$n = \frac{N \times \sigma^2 \times Z^2}{E^2(N - 1) + Z^2 \times \sigma^2}$$

Nomenclatura:

n = Muestra

N = Población

Z^2 = Nivel de confianza; 1.88

E^2 = Error; 6%

σ^2 = Desviación; constante = 0.25

$$n = \frac{142.339 \times (0,25) \times (1,88)^2}{(0,06)^2 (142.339-1) + (1,88)^2 \times (0,25)}$$

n = 245

CUADRO N° 7. Cálculo de Muestra Poblacional de Compradores por Estratos

CANTÓN	COMPRADORES	PORCENTAJE	MUESTRA
Ibarra	64.764	45,5%	111
Otavalo	37.435	26,3%	64
Antonio Ante	15.515	10,9%	27
Cotacachi	14.376	10,1%	25
San Miguel de Urcuquí	5.551	3,9%	10
Pimampiro	4.697	3,3%	8
TOTAL	142.339	100%	245

Fuente: Cuadro N° 6

Elaborado por: La autora

1.7. Diseño de Instrumentos de Investigación

Para la recopilación de información, se utilizaron fuentes primarias y secundarias.

1.7.1. Información Primaria

Para la recopilación de la información se empleó la técnica de la encuesta, entrevista, censo. Por consiguiente se aplicó un cuestionario a los artesanos para el diagnóstico y otro a los compradores de artesanías para realizar el estudio de mercado. Ver **Anexos (3, 4,5)**.

1.7.1.1. Recopilación de Información

Una vez aplicados el censo, entrevista y fichas de observación, se procedió a tabular, graficar y analizar la información. A continuación se presenta la tabulación del censo y entrevista aplicados a los microempresarios de artesanías de la provincia de Imbabura.

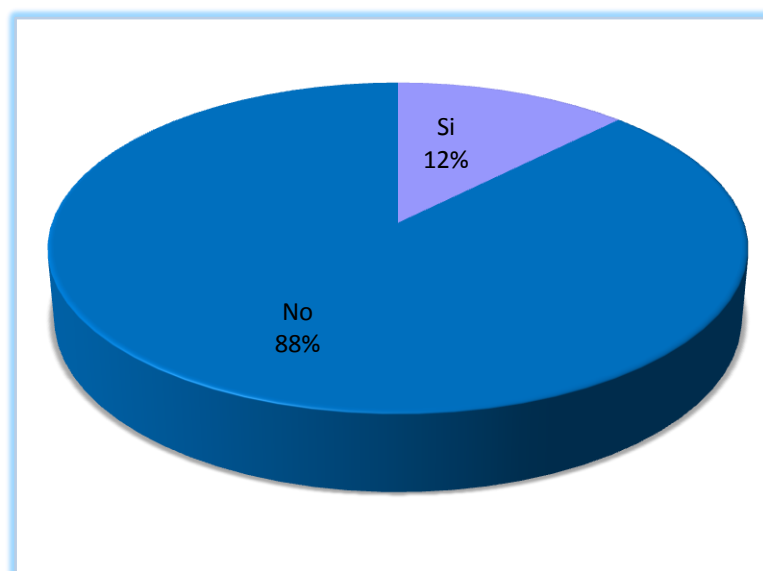
a) CENSO APLICADO A LOS MICROEMPRESARIOS ARTESANALES DE LA PROVINCIA DE IMBABURA

1. ¿Posee un documento, que indique las funciones de las personas que trabajan en su empresa?

CUADRO Nº 8.-Documentos de Funciones

DESCRIPCIÓN	F	PORCENTAJE
Si	9	13%
No	68	88%
TOTAL	77	100%

GRÁFICO Nº 1.-Documentos de Funciones



FUENTE: Microempresarios de la provincia de Imbabura
ELABORADO POR: La autora

ANÁLISIS:

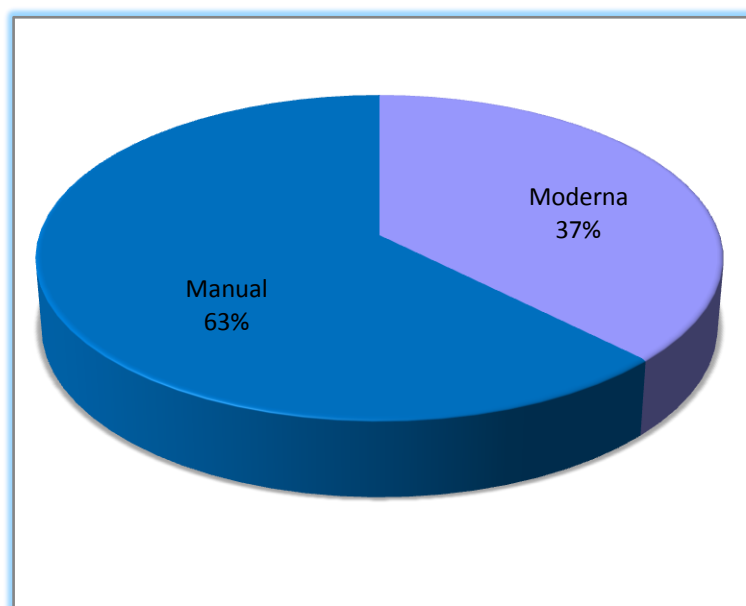
La mayoría de Microempresarios no disponen de un documento que indique las funciones de los empleados, debido a que son pequeños productores que operan con pocos trabajadores. Por ello consideran que no es necesario disponer de dichos manuales.

2. Qué tipo de tecnología utiliza para la fabricación de artesanías

CUADRO N° 9.-Tecnología Utilizada

DESCRIPCIÓN	F	PORCENTAJE
Moderna	28	38%
Manual	49	63%
TOTAL	77	100%

GRÁFICO N° 2. Tecnología Utilizada



FUENTE: Microempresarios de la provincia de Imbabura
ELABORADO POR: La autora

ANÁLISIS:

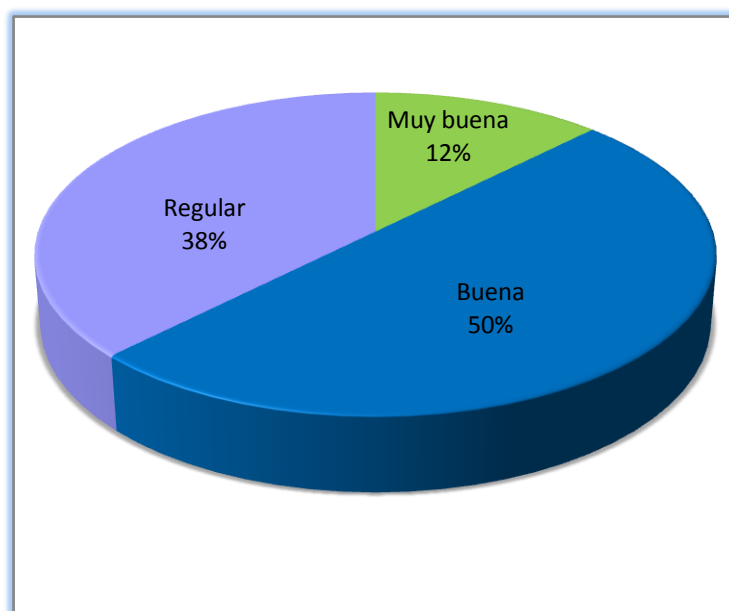
La tecnología que predomina en los procesos productivos de las microempresas artesanales es la manual sobre la utilización de las máquinas; ya que esta es la característica principal del artesano, diferenciándolo así del trabajo en serie o industrial.

3. ¿Cómo califica la supervisión que se realiza en los procesos productivos?

CUADRO Nº 10.-Supervisión en la Producción

DESCRIPCIÓN	F	PORCENTAJE
Muy buena	10	13%
Buena	39	50%
Regular	29	38%
Mala	0	0%
TOTAL	77	100%

GRÁFICO Nº 3.-Supervisión en la Producción



FUENTE: Microempresarios de la provincia de Imbabura
ELABORADO POR: La autora

ANÁLISIS:

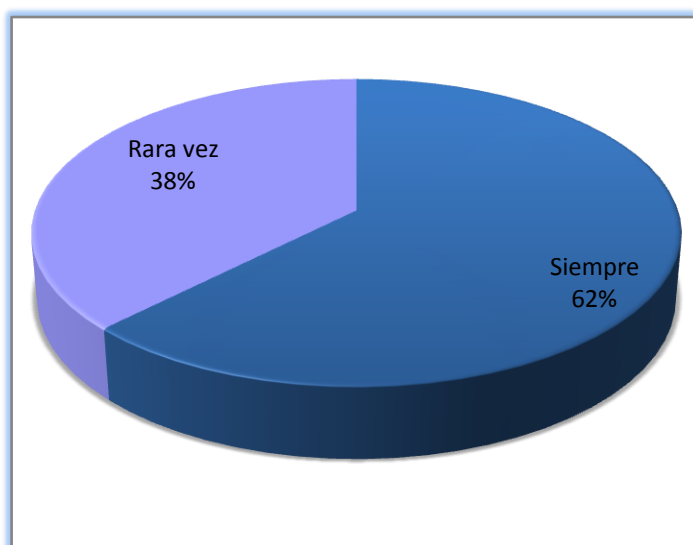
La supervisión que realizan los Microempresarios a la producción de artesanías es buena, a pesar que la mayoría lo hace en forma empírica, mantienen la organización en la producción. Otros en cambio regularmente supervisan la fabricación ya que todo depende de la habilidad de los trabajadores y la complejidad del trabajo.

4. ¿Realiza una planificación de actividades para la elaboración de los productos?

CUADRO N° 11.-Planificación de Actividades

DESCRIPCIÓN	F	PORCENTAJE
Siempre	48	63%
Rara vez	29	38%
Nunca	0	0%
TOTAL	77	100%

GRÁFICO N° 4.-Planificación de Actividades



FUENTE: Microempresarios de la provincia de Imbabura
ELABORADO POR: El autora

ANÁLISIS:

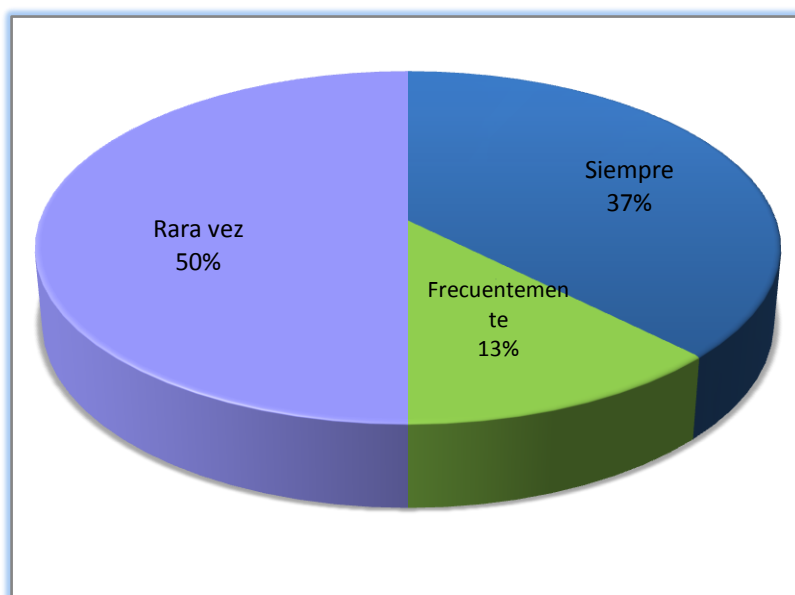
La mayoría de Microempresarios realizan una planificación diaria de actividades diarias, porque tienen compromisos adquiridos con sus clientes, estos poseen mayor conocimiento sobre la administración de sus negocios. Sin embargo existe un cierto grupo que desconoce la correcta administración, lo que no les ha permitido ser competitivos.

5. ¿Lleva un registro para el control de materias primas y productos terminados?

CUADRO Nº 12.-Control de Materias Primas y Productos Terminados

DESCRIPCIÓN	F	PORCENTAJE
Siempre	28	38%
Frecuentemente	10	13%
Rara vez	39	50%
Nunca	0	00%
TOTAL	77	100%

GRÁFICO Nº 5.-Control de Materias Primas y Productos Terminados



FUENTE: Microempresarios de la provincia de Imbabura
ELABORADO POR: La autora

ANÁLISIS:

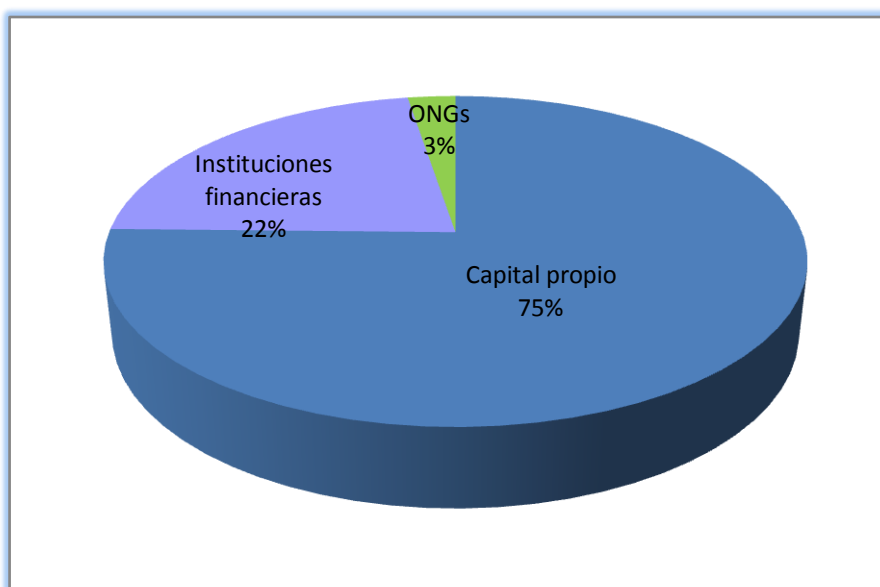
Llevar un registro de materias primas es un tanto complejo, ya que la mayoría de Microempresarios no tienen conocimientos necesarios para desarrollar sistemas de control de costos en la producción. Por otra parte existen propietarios de negocios que han contratado personal especializado para realizar un adecuado control.

6. ¿Qué tipo de financiamiento utiliza para la operación de su negocio?

CUADRO N° 13.-Tipo de Financiamiento

DESCRIPCIÓN	F	PORCENTAJE
Capital propio	58	75%
Instituciones financieras	17	22%
ONGs	2	3%
TOTAL	77	100%

GRÁFICO N° 6.-Tipo de Financiamiento



FUENTE: Microempresarios de la provincia de Imbabura
ELABORADO POR: La autora

ANÁLISIS:

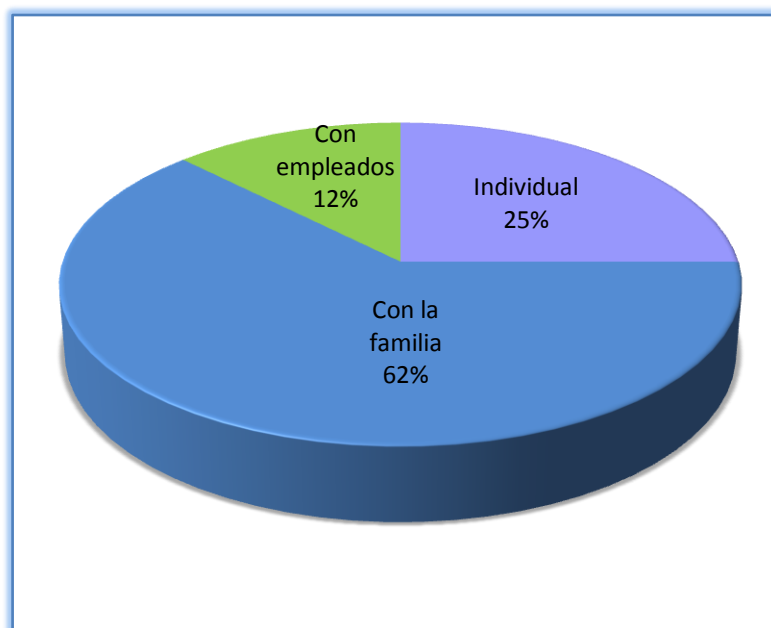
La mayoría de Microempresarios manifiestan que disponen de capital propio para la operación de sus negocios, pero en cantidades mínimas; Otros recurren a instituciones financieras para solicitar préstamos, pero les es casi imposible acceder a estos, porque les exigen muchos requisitos, uno de ellos es poseer un capital fluyente en sus cuentas.

7. ¿Cómo se desarrolla el proceso productivo en las microempresas?

CUADRO N° 14.-Desarrollo del Proceso Productivo

DESCRIPCIÓN	F	PORCENTAJE
Individual	19	25%
Con la familia	48	63%
Con empleados	10	12%
TOTAL	77	100%

GRÁFICO N° 7.-Desarrollo del Proceso Productivo



FUENTE: Microempresarios de la provincia de Imbabura
ELABORADO POR: La autora

ANÁLISIS:

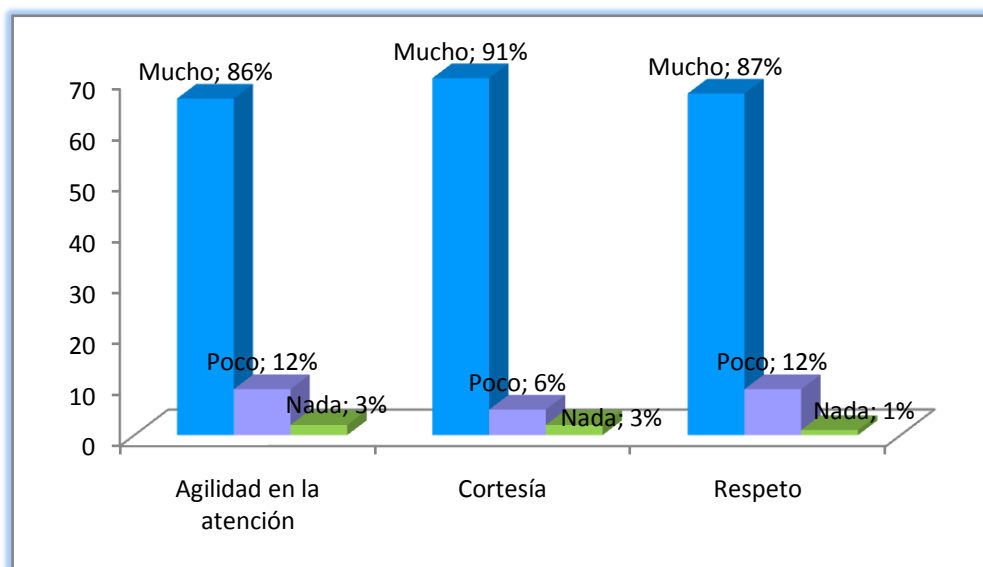
La mayoría de Microempresarios producen los artículos con la colaboración de su familia, ya que son negocios pequeños de subsistencia y no disponen de recursos suficientes para contratar personal. Otros elaboran sus productos en forma individual y algunos lo hacen con ayuda de empleados.

8. ¿En qué medida considera que practican sus empleados los siguientes valores?

CUADRO N° 15.-Práctica de Valores de los Empleados

	Agilidad en la atención		Cortesía		Respeto	
	f	%	f	%	f	%
MUCHO	66	86%	70	91%	67	87%
POCO	9	12%	5	6%	9	12%
NADA	2	3%	2	3%	1	1%
TOTAL	77	100%	77	100%	77	100%

GRÁFICO N° 8.-Práctica de Valores de los Empleados



FUENTE: Microempresarios de la provincia de Imbabura
 ELABORADO POR: La autora

ANÁLISIS:

La mayoría de microempresarios afirman que sus empleados atienden con agilidad, cortesía y respeto a los clientes, esta práctica ha permitido que la provincia de Imbabura sea reconocida por la calidez de su gente, atrayendo así al turista nacional y extranjero.

b) ENTREVISTA APLICADA A ARTESANOS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.

1. ¿Cómo considera que se encuentra la actividad productiva de los artesanos?

La actividad artesanal se ha visto afectada por factores políticos y económicos, no existe el suficiente apoyo del gobierno hacia este sector. Por otra parte la banca es estática, no permite el acceso a préstamos bancarios al pequeño artesano debido a su inestabilidad económica, estas instituciones solo conceden créditos a personas que tienen grandes negocios.

2. ¿Qué inconvenientes se han presentado en la comercialización de artesanías?

La falta de ayuda gobierno para impulsar la exportación de artesanías y la incipiente innovación de diseños no ha permitido atraer al cliente ni abrir nuevos mercados. La falta de recursos impide implementar estrategias de promoción y publicidad para aumentar las ventas. Muchos artesanos no poseen un lugar propio donde poner a la venta sus productos lo hacen en sus talleres sin las condiciones adecuadas, también existe mucha competencia.

3. ¿Según su opinión, cuales son las características que debería tener un artesano próspero?

El artesano próspero posee un pensamiento orientado al crecimiento, decidido a ser creativo e innovador al momento de elaborar sus obras, se capacita constantemente en su oficio y sobre todo en aspectos administrativos y comerciales.

4. Para lograr el éxito empresarial ¿Cómo cree que se deberían administrar las microempresas de artesanías?

Se debe administrar con eficiencia, eficacia y efectividad, se deben capacitar a los artesanos para lograr producir más en menor tiempo y sobre todo con calidad.

5. Cuándo tiene necesidad de capital de trabajo. ¿A quién recurre? a bancos, cooperativas, ONG o chulco

Las necesidades son tan urgentes en la producción q es indispensable contar con capital inmediato caso contrario se para la producción, esto ha obligado al artesano a recurrir al chulco, a pesar de los altos intereses, la ventaja del chulco es que los prestamos son inmediatos lo que no ocurre con los bancos, los cuales solicitan muchos documentos para que en muchas ocasiones no les concedan un crédito.

6. ¿Cómo realiza el control de ingresos y gastos de su actividad artesanal?

Se lo realiza mediante una contabilidad básica, debido a que no hay mayor actividad, en caso de haberlo se implementaran más funciones de administración mediante la implantación de sistemas contables y de costos

7. ¿Qué se podría realizar en la provincia para el mejoramiento de la producción y comercialización de artesanías?

Tener un lugar adecuado en infraestructura para exponer adecuadamente las artesanías, mejorar la cultura de la gente al momento de atender al cliente, poseer una variedad de productos con diseños innovadores y

creativos, realizar ferias, con publicidad estratégica para atraer al comprador

8. ¿Estaría de acuerdo en convertirse en proveedor de un gran supermercado de artesanías en la ciudad de Ibarra?

Si estaría de acuerdo ya que el problema no está en la producción si no en la comercialización, los más beneficiados serán los pequeños artesanos ya que ellos tendrían un lugar fijo donde vender sus artesanías, además permitiría aumentar los ingresos mediante la comercialización en grandes cantidades.

1.7.2. Información Secundaria

La información secundaria se obtuvo de las siguientes instituciones: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), Banco Central del Ecuador (BCE) Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), Ilustre Municipio de Ibarra (IMI), Servicio de Rentas Internas (SRI), Superintendencia de Compañías (SIC), Ministerio de Relaciones Laborales.

1.7.2.1 Factor Socioeconómico

a) Natalidad y Mortalidad

En el siguiente gráfico se puede observar que Imbabura presenta una tasa de natalidad del 14,8% la cual es mayor en relación a la tasa de mortalidad que es 4,7%.

Este indicador es significativamente afectado por la distribución por edades. A medida que existe una disminución en la tasa de fecundidad resultará un envejecimiento de la población.

GRÁFICO Nº 9.- Natalidad y Mortalidad Provincia de Imbabura

REGIONES Y PROVINCIAS	POBLACIÓN AVI 1/	NATALIDAD		MORTALIDAD GENERAL	
		NÚMERO	TASA 2/	NÚMERO	TASA 2/
TOTAL REPÚBLICA:	14.204.900	219.162	15,4	61.681	4,3
REGIÓN SIERRA:	6.384.594	96.420	15,1	28.155	4,4
Azuay	714.341	10.074	14,1	3.104	4,3
Bolívar	185.049	2.842	15,4	995	5,4
Cañar	234.467	3.376	14,4	1.139	4,9
Carchi	171.943	2.101	12,2	745	4,3
Cotopaxi	423.336	6.346	15,0	2.019	4,8
Chimborazo	461.268	8.159	17,7	2.527	5,5
Imbabura	421.930	6.265	14,8	1.978	4,7
Loja	446.809	6.560	14,7	2.080	4,7
Pichincha	2.461.126	37.521	15,2	9.618	3,9
Tungurahua	528.613	7.816	14,8	2.641	5,0
Santo Domingo de los Tsáchilas	335.712	5.360	16,0	1.309	3,9

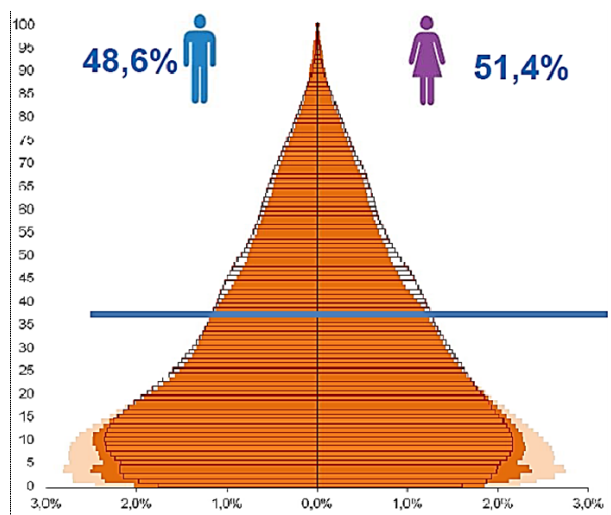
FUENTE: Instituto Nacional de Estadística y Censos

ELABORADO POR: La autora

b) Estructura de la Población

Esta variable proporciona la distribución de la población de Imbabura según la edad. Se incluye información por sexo y grupo de edad (0-14 años, 15-64 años, 65 años y más). A continuación se representa en el siguiente gráfico

GRÁFICO N° 10.- Pirámide Poblacional de Imbabura



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística y Censos
ELABORADO POR: La autora

CUADRO N° 16.- Estructura de la Población de Imbabura

% 2001	Grupo quinquenal	ABSOLUTO			% 2010
		Hombre	Mujeres	Total	
7,8%	95 a 99	117	191	308	8,1%
	90 a 94	327	522	849	
	85 a 89	951	1.207	2.158	
	80 a 84	1.896	2.284	4.180	
	75 a 79	2.824	3.233	6.057	
	70 a 74	3.765	4.344	8.109	
	65 a 69	4.924	5.642	10.566	
57,5%	60 a 64	5.691	6.338	12.029	60,0%
	55 a 59	6.489	7.288	13.777	
	50 a 54	7.345	8.133	15.478	
	45 a 49	9.279	10.612	19.891	
	40 a 44	10.255	11.577	21.832	
	35 a 39	11.288	13.017	24.305	
	30 a 34	12.516	14.143	26.659	
	25 a 29	14.633	16.087	30.720	
	20 a 24	16.878	17.640	34.518	
15 a 19	20.191	19.649	39.840		
34,8%	10 a 14	22.506	21.820	44.326	31,9%
	5 a 9	21.961	21.685	43.646	
	0 a 4	19.828	19.168	38.996	
	Total	193.664	204.580	398.244	

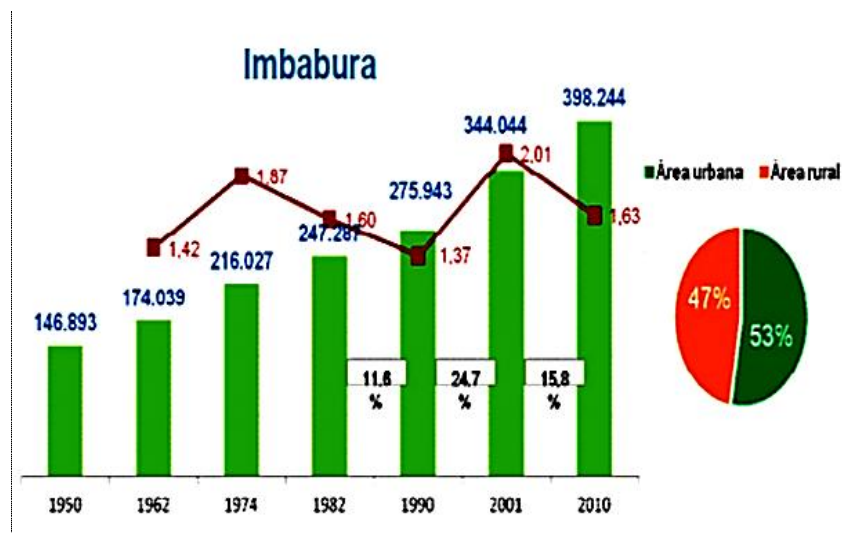
FUENTE: Instituto Nacional de Estadística y Censos
ELABORADO POR: La autora

La estructura de edad de una población afecta los problemas socioeconómicos claves de una nación. Los países con poblaciones jóvenes (alto porcentaje menores de 15 años) tienen que invertir más en escuelas. Mientras que los países con poblaciones de edad avanzada (alto porcentaje de 65 años de edad o más) tienen que invertir más en el sector de la salud.

c) Crecimiento Poblacional

Tasa de crecimiento al año 2010 según (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011), es de 1.63% para la provincia de Imbabura. Es el promedio porcentual anual del cambio en el número de habitantes, como resultado de un superávit o déficit de nacimientos y muertes, y el balance de los migrantes que entran y salen de un país. El porcentaje puede ser positivo o negativo.

GRÁFICO Nº 11.- Crecimiento Poblacional de Imbabura



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística y Censos
ELABORADO POR: La autora

La tasa de crecimiento es un factor que determina la magnitud de las demandas que un país debe satisfacer por la evolución de las necesidades de su pueblo en cuestión de infraestructura (escuelas,

hospitales, vivienda, carreteras), recursos (alimentos, agua, electricidad), y empleo.

d) Actividades Productivas

➤ La Agricultura

Esta actividad concentra el 39% del total de la población económicamente activa de la provincia de Imbabura. El área destinada a cultivos alcanza unas 20 mil hectáreas y la destinada a pastos supera las 110 mil.

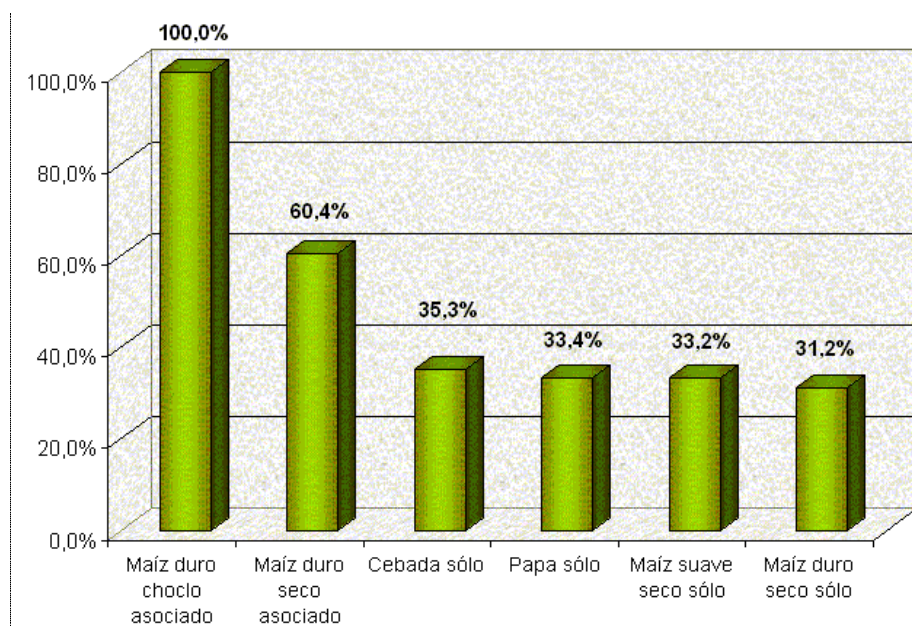
Según el (Ministerio de Agricultura, 2008). Imbabura es una de las primeras provincias en la producción de fréjol seco (se cultivan aproximadamente unas 7.000 has.) y la primera en la producción de maíz suave seco con una superficie cultivada de cerca de 35.000 has

Está en primer lugar también, la producción de maíz suave, choclo es la tercera en la sierra en la producción de caña de azúcar con más de 100 mil toneladas métricas. Otros cultivos importantes de la provincia son trigo, cebada y maíz duro seco.

En frutales, son importantes los cultivos de aguacate y tomate riñón en valles como el Chota, Ibarra, Pimampiro y Ambuquí. Es muy alta la producción de cabuya cuyo centro de mercado es Otavalo.

Según (Páez, 2010), a continuación se presenta el gráfico de aportación de Imbabura en la producción de siete productos principales

GRÁFICO Nº 12.-Aportación de Imbabura en la Producción de Siete Productos Principales



Fuente: III Censo Nacional Agropecuario
Elaborado por: Cámara de Agricultura de la Primera Zona

➤ La Ganadería

La provincia tiene lugares muy aptos para la ganadería. Hatos importantes son los de Zuleta y la Magdalena. La población de ganado vacuno supera las 115 mil cabezas. La construcción del canal de riego que se abrió en el valle de Salinas sirvió mucho para la agricultura, el cultivo de alfalfa y para la ganadería. (Ministerio de Agricultura, 2008).

➤ La Industria

Si se compara con otras provincias, el desarrollo industrial de Imbabura es bajo. Sin embargo, el número de personas ocupadas en la industria manufacturera es más alto que en otras provincias. Las principales ramas manufactureras son: textiles, confección de prendas de vestir, artículos de cuero, la industria de productos alimenticios y bebidas.

➤ **El Turismo**

“El turismo ofrece alternativas de reactivación económica y de generación de empleo; de igual manera, incentiva tanto a la inversión local como extranjera para la creación de infraestructura en lo referente a hospedaje, alimentación, diversión, etc.” (Ministerio de Turismo, 2010)

Un recurso importante de Imbabura es el turismo, cerca de 3.000 personas están ocupadas en este sector en el cual se han invertido importantes cifras especialmente en el ramo hotelero. Es creciente el ingreso de turistas extranjeros, gracias a la apertura de mercados varios países.

Los emprendedores del sector turístico tienen beneficio de contribuir socialmente a través de la propagación de la cultura ecuatoriana, estableciendo una mayor integración humana, propiciando la integración de los pueblos, afianzando la importancia de las culturas autóctonas, contribuyendo a la educación, fomentando la importancia de la sostenibilidad ambiental, creando una estructura socioeconómica sólida y, en general, generando enriquecimiento cultural.

La feria artesanal de Otavalo es uno de los atractivos más importantes de la provincia, pues atrae a muchos turistas por la gran variedad de artesanías que se venden como: ponchos, chales, tejidos de lana, fajas, cobijas (ropa en general) además tapices, adornos, instrumentos musicales, etc.

e) Sueldos y Salarios

El salario mínimo es la remuneración establecida legalmente, para cada periodo laboral (hora, día o mes), que los empleadores deben pagar a sus trabajadores por sus labores. En Ecuador el salario mínimo lo fija el

(Ministerio de Relaciones Laborales, 2010), este salario comprende 40 horas semanales, el cual rige para el sector privado incluyendo a los siguientes grupos: campesinos, trabajadores de la pequeña y mediana industria, trabajadoras del servicio doméstico, artesanos, sector agrícola y del sector de las maquilas.

Además del pago mensual existe algunos sobresueldos como: El décimo cuarto sueldo se paga en septiembre para compensar las necesidades de gastos por ingresos a clase de las escuelas y colegios. Corresponde un salario mínimo unificado, es decir \$264.00 (2011). Pago de utilidades se paga en abril, corresponde al 15% de las utilidades netas de la empresa. El 10% es pagado por completo a cada trabajador, el 5% distribuidos entre las cargas familiares del trabajador.

CUADRO Nº 17: Estadística del Salario Mínimo en Ecuador

Año	2007	2008	2.009	2010	2011	2012
Sueldo Mensual	170	202	218	240	264	292

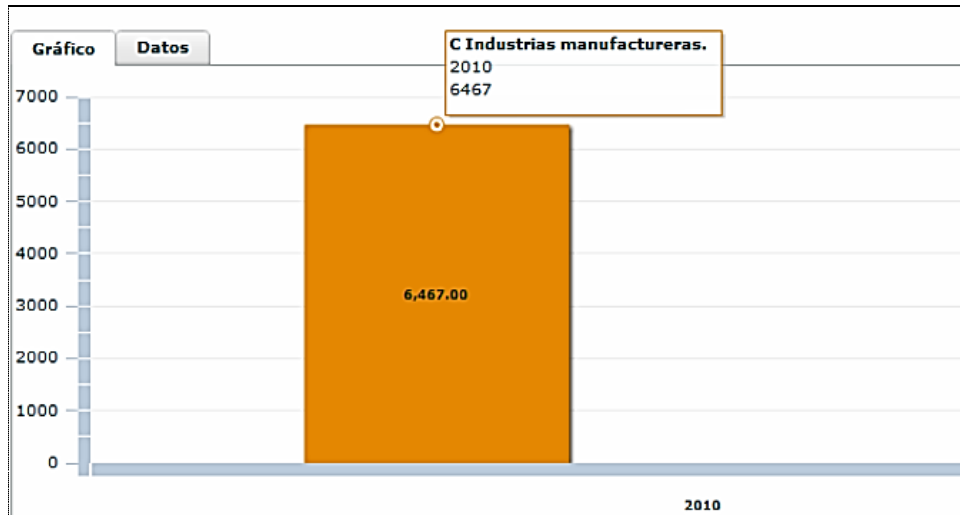
FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales, 11 de enero de 2012

ELABORADO POR: La autora

f) Demanda de Mano de Obra

La demanda de Mano de Obra en la Industria Manufacturera de Imbabura al año 2010, está constituida por 6.467 personas. Es un resultado positivo frente a otras provincias como Carchi y Pichincha.

GRÁFICO N° 13.- Demanda de Mano de Obra Industria Manufacturera



FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales 2011
ELABORADO POR: La autora

g) Producción Bruta Provincial por Industria

Según información obtenida del(Banco Central del Ecuador) la producción por industria en Imbabura, aporta con 645.461dólares a la economía nacional, la industria manufacturera comprende un valor de 119.189 dólares.

GRÁFICO N° 14.-Producción Bruta Provincial por Industria

INDUSTRIAS PROVINCIAS	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M+N+O	P	ECONOMÍA TOTAL	
	Agricultura, ganadería, caza	Pesca	Explotación de minas y canteras	Industrias manufactureras (excluye productos de la	Fabricación de productos de la	Suministro de electricidad y agua	Construcción	Comercio por mayor y menor	Hoteles y restaurantes	Transporte, almacenamiento y comunicación	Intermediación financiera	Actividades inmobiliarias empresariales	Administración pública y defensa; planes de	Enseñanza, servicios sociales, de salud y otras		Hogares privados con servicio
1 AZUAY	130.527	2.519	6.560	458.067	-	277.237	353.723	267.155	42.492	272.705	69.015	87.047	67.798	67.648	1.940	2.104.432
2 BOLIVAR	63.497	192	584	7.613	-	674	25.216	46.162	1.534	19.475	1.506	14.618	19.923	19.198	323	220.514
3 CAÑAR	81.603	357	1.847	104.058	-	6.670	83.761	42.864	7.070	56.620	10.167	19.667	21.981	23.948	309	460.921
4 IMBABURA	68.252	101	2.298	119.189	-	3.602	84.782	127.343	22.851	83.617	16.139	38.891	39.106	38.401	888	645.461
5 LOJA	106.901	441	1.303	45.232	-	3.673	175.236	90.617	15.216	75.094	18.050	40.982	50.521	42.655	870	666.793
6 LOS RIOS	464.230	5.111	157	149.352	-	3.504	78.209	186.651	7.626	121.699	10.618	79.728	68.942	72.031	1.042	1.248.899

FUENTE: Banco Central del Ecuador 2008
ELABORADO POR: La autora

h) Consumo Intermedio Provincial por Industria

Este rubro corresponde a la utilización de bienes y servicios por parte de la población, Imbabura aporta con 261.199 dólares a la economía nacional.

GRÁFICO Nº 15.-Consumo Intermedio Provincial por Industria

INDUSTRIAS PROVINCIAS	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M+N+O	ECONOMÍA TOTAL	
	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	Pesca	Explotación de minas y canteras	Industrias manufactureras (excluye producción de electricidad y agua)	Fabricación de electricidad y agua	Suministro de electricidad y agua	Construcción	Comercio al por mayor y al por menor	Hoteles y restaurantes	Transporte, almacenamiento y comunicación	Intermediación financiera	Actividades inmobiliarias, empresariales	Administración pública y defensa; planes de salud y otras		Enseñanza, servicios sociales, de salud y otras
1/AZUAY	63.863	1.771	1.469	324.979	-	221.880	170.857	81.578	25.651	105.894	38.257	20.503	21.663	16.830	1.095.197
2/BOLIVAR	30.070	72	131	5.020	-	540	12.180	14.096	926	7.699	835	3.157	6.366	4.776	85.867
3/CAÑAR	40.183	134	414	49.551	-	5.338	40.459	13.089	4.268	22.105	5.636	4.248	7.024	5.958	198.406
10/IMBABURA	25.528	38	515	67.249	-	2.883	40.952	38.885	13.794	32.513	8.947	7.846	12.495	9.554	261.199
11/LOJA	52.718	198	292	29.008	-	2.940	84.643	27.671	9.186	29.224	10.006	8.527	16.143	10.612	281.166
12/LOS RIOS	183.075	1.914	35	106.918	-	2.804	37.777	56.995	4.603	47.556	5.886	14.828	22.029	17.921	502.343

FUENTE: Banco Central del Ecuador 2008

ELABORADO POR: La autora

1.7.2.2 Normativa Legal

a) Ley de Compañías

Art. 2.- Contrato de compañía - Es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.(Superintendencia de Compañías, 2011)

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- 1.-La compañía en nombre colectivo;
- 2.-La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- 3.-La compañía de responsabilidad limitada;
- 4.-La compañía anónima;

5.-La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Art. 3.- Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma. Si las compañías tuvieran sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

Art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año: a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley; b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y, c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los

literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

- **Patente Municipal**

(Mediavilla, 2011), afirma que: “Desde el mes de enero del 2012 la inscripción del RUC tiene un nuevo requisito: la Patente Municipal, que la solicita la Administración Tributaria de acuerdo al artículo 551 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización que señala: El Servicio de Rentas Internas, previo a otorgar el Registro Único de Contribuyentes (RUC), exigirá el pago del impuesto de patentes municipales”.

En la ciudad de Ibarra previo un estudio, el Municipio determinó variar la tabla que regula el cobro de las patentes municipales para el año 2012, según la Dirección Financiera de los 11.717 contribuyentes que tiene el cantón, cerca de 900 sentirán el impacto económico, específicamente los obligados a llevar contabilidad, lo que se explicó de la nueva tabla. 10.598 personas naturales, 465 naturales obligadas a llevar contabilidad y 654 sociedades existen al momento en el cantón Ibarra. La tabla de ahora es progresiva, antes era regresiva, por lo tanto el que más tiene, más paga.

- **Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente. (Servicio de Rentas Internas, 2011)

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras. Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIIU (Clasificador Internacional Industrial Único).

- Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE)

“El RISE es un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país”. (Servicio de Rentas Internas, 2011)

Condiciones y requisitos que debe cumplir una persona para acogerse al RISE:

Ser persona natural, no tener ingresos mayores a 60,000 USD en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año, para el año 2011 equivale a 9.210 USD, no dedicarse a alguna de las actividades restringidas, no haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

Beneficios Ofrece el RISE

- No necesita hacer declaraciones, por lo tanto se evita los costos por compra de formularios y por la contratación de terceras personas, como tramitadores, para el llenado de los mismos
- Se evita que le hagan retenciones de impuestos

- Entregar comprobantes de venta simplificados en los cuales solo se llenará fecha y monto de venta
- No tendrá obligación de llevar contabilidad
- Por cada nuevo trabajador que incorpore a su nómina y que sea afiliado en el IESS, se podrá solicitar un descuento del 5% de su cuota, hasta llegar a un máximo del 50% de descuento.

1.8. Construcción de la Matriz A O O R

CUADRO Nº 18.-Construcción de la Matriz A O O R

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de artesanías • Productos artesanales novedosos y de calidad. • Mayor afluencia de turistas • Capital propio • Excelente práctica de valores 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas de artesanías posicionadas. • Restricciones técnicas para el desarrollo y presentación de proyectos productivos. • Las garantías para la obtención de préstamos constituyen un limitante para los emprendedores. • No poseer la calificación artesanal • Débil organización y control en las microempresas.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Asociación con gremios artesanales. • Mayor segmentación de mercado. • Aprovechar la promoción que realiza el Ministerio de Turismo para fomentar el turismo en Imbabura. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad política y social. • Desequilibrio económico y financiero del sector artesanal • Dificultad de negociación con los proveedores, porque

<ul style="list-style-type: none"> •Exportación de artesanías. •Incentivo del Ministerio de la Producción a la productividad y fomento de empleo. •Convenios de comercialización bilateral del Ecuador con otros países. 	<p>desean que los turistas compren directamente al productor.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Normativa legal e impuestos •Limitada cultura de compra de artesanías de la población.
---	--

Fuente: Diagnóstico 2011

Elaborado por: La autora

1.9. Identificación de la Oportunidad Diagnóstica

La situación socioeconómica de la provincia de Imbabura es estable a pesar de los inconvenientes económicos que enfrentan actualmente las microempresas, por la falta de capital de trabajo, debido a que las instituciones financieras han puesto como limitante las garantías para la obtención de préstamos. Por otra parte el sector turístico posee una tendencia favorable por que cada año se promociona la visita de turistas a la provincia, hay que tomar en cuenta estos son los que mueven la economía de hoteles, restaurantes y comercios de artesanías.

En cuanto a la calidad de servicio que presta el sector microempresarial a la provincia es bueno, a pesar de las pequeñas desavenencias entre compradores y vendedores, según la información recolectada Imbabura se caracteriza por tener gente amable y educada, convirtiéndose en una provincia muy visitada por turistas nacionales y extranjeros.

La normativa legal vigente para la constitución y operación de microempresas en Imbabura es sencilla sin mayores restricciones, tan solo se debe cumplir con los requisitos establecidos en la Ley de Compañías, SRI, Ilustre Municipio de Imbabura.

Con lo mencionado anteriormente, se cree que es favorable la creación de un supermercado para la comercialización de artesanías imbabureñas, en la ciudad de Ibarra.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. El Proceso Administrativo

Según (Zapata, 2008, pág. 9). El proceso administrativo cuenta con cuatro elementos muy importantes estos son: planeación, organización, dirección y control.

Planificación.-Es la parte fundamental del proceso administrativo, ya que en ella la empresa predetermina las actividades a realizarse y los resultados que se deben obtener en las operaciones planificadas. La planificación debidamente estructurada permite disminuir el riesgo, asegurando el éxito de la empresa en el futuro, administrando eficientemente los recursos de la empresa...

Organización.-Es la estructuración de todas las áreas de una empresa para organizar los recursos y actividades necesarias para el cumplimiento de metas y objetivos...

Dirección.-La dirección de actividades se basa en los procesos de planeación y organización que son los datos de entrada para poder tener resultados positivos. Por tanto la dirección es influir en cada una de las áreas para que contribuyan en el cumplimiento de objetivos empresariales.

Control.-Es el elemento más importante del proceso administrativo ya que nos permite estar pendientes e informados de todos los pasos que se dieron, se está dando o se van a dar dentro de la estructura de la empresa. En otras palabras el control facilita el cumplimiento de los planes.

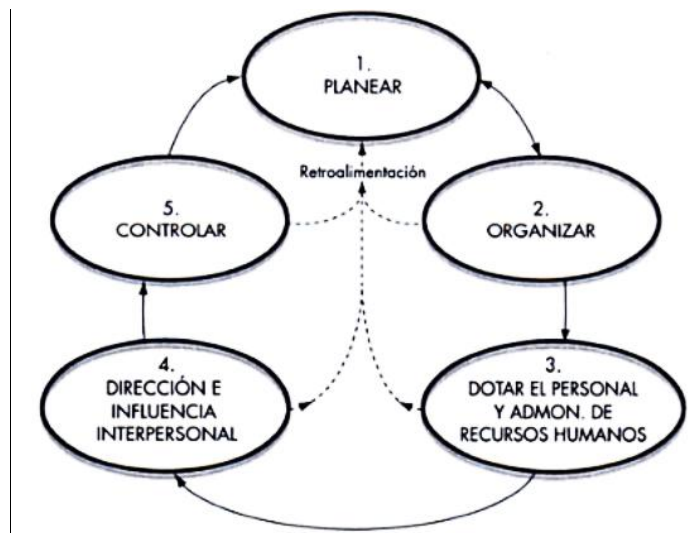
La teoría de la planificación y control cumple un papel proactivo que determina el éxito o el fracaso de la organización, mediante la eficiente gestión de los administradores los cuales pueden manipular variables que están bajo su control.

La planificación para (Welsch, 2006, pág. 6), es: “Tener discreción en la toma de decisiones en el rango de alternativas entre las que se pueda escoger, aun cuando existan restricciones impuestas por el mercado. La

administración busca ampliar el área de libertad para tomar iniciativas, o fortalecer la decisión que haya sido tomada”.

A continuación se muestra el gráfico de la planeación y control según (Welsch, 2006, pág. 5)

GRÁFICO N° 16. Planeación y Control



Fuente: Libro “Presupuestos, Planificación y Control”.
Elaborado por: La Autora

2.2. La Empresa

(Scott Doyle & Fryer, pág. 26). Define a la empresa como “una organización jurídica y social que dirige la mayor parte de la actividad económica. Reúne los recursos productivos (capital, materias primas, equipo, materiales, trabajadores), bajo la dirección, responsabilidad y control de uno o más empresarios para producir e intercambiar bienes y servicios”

(Méndez, 2007, pág. 19). Afirma: “La empresa es la unidad básica de producción, es decir un conjunto sistemático de recursos humanos, financieros, técnicos y de información que le permiten participar activamente en el proceso económico de la sociedad”.

Las empresas son sociedades, entidades jurídicas, que realizan actividades económicas gracias a las aportaciones de capital de los accionistas, su actividad y estructura legal se regulan mediante el Derecho mercantil, que establece los requisitos contables, las obligaciones de los gestores o administradores y los derechos de los accionistas.

2.2.1. Elementos que Forman la Empresa

Son muchos los componentes que necesita una empresa para realizar cualquier actividad económica. A continuación se describen los más importantes:

2.2.1.1. Bienes Materiales

(Reyes, 2004, pág. 72), “En los bienes materiales tenemos los edificios, materias primas y dinero...”

- a) Para realizar la labor productiva de una empresa se necesitan los edificios o instalaciones, lugar donde se encuentran el talento humano, maquinarias, herramientas, equipos necesarios para multiplicar la producción.
- b) Las materias primas son aquellas que posteriormente se transformaran en productos terminados y las materias primas que no forman parte directa del producto pero son necesarias para la producción.
- c) El dinero es un factor muy necesario ya que sirve para realizar el pago de salarios, compra de materia prima, compra de equipos, herramientas, etc. Constituye el capital con el que cuenta la empresa para llevar adelante sus actividades.

2.2.1.2. Hombres

“Los hombres son el elemento eminentemente activo en la empresa y desde luego, el de máxima dignidad...”.(Reyes, 2004, pág. 73). En toda empresa existe el Talento Humano, un factor predominante para llevar a cabo la producción, estos aportan con sus conocimientos y mano de obra a la entidad, la empresa es un medio de sustento y desarrollo personal y para sus familias.

Los obreros su trabajo es manual, y pueden ser calificados y no calificados según los requerimientos de la organización. Los empleados son aquellos que su trabajo es más intelectual, realizan labores administrativas y de servicio. Los altos directivos fijan los objetivos y las políticas de la empresa, aprueban planes y revisan resultados finales.

2.2.1.3. Sistemas

“Son las relaciones estables en que deben coordinarse las diversas cosas, las diversas personas, o estas con aquellas...”(Reyes, 2004, pág. 73).

Un sistema se lo puede definir como el conjunto de elementos que se relacionan entre sí para llevar a cabo un determinado fin u objetivo. Como sistemas de una organización se considera al sistema de producción que contiene procesos, fórmulas, patentes, etc.

Los sistemas de ventas (autoservicio, la venta a domicilio o a crédito). Entre otros tenemos al sistema de organización, explica la forma como debe estar estructurada una empresa en niveles jerárquicos, la centralización y descentralización.

2.2.2. La Unidad Empresarial y sus Distintos Aspectos

2.2.2.1. Aspecto Económico

En este sentido, la empresa es considerada como una unidad de producción de bienes y servicios para satisfacer un mercado. (Reyes, 2004, pág. 74). Destaca de este concepto que: “Todas las maquinas, sistemas y personas tienen un fin común, que hace que se coordinen: producir determinados bienes, o servicios que, por ser más intangibles, resulta a veces difícil apreciar, tales como información turística, publicidad, etc...”

Cualquier tipo de empresa sea de productos o servicios tiene un fin común satisfacer las necesidades de la sociedad, brindando calidad y excelente atención y con la venta de bienes obtener una ganancia para los fundadores. También las empresas constituyen el motor de desarrollo de un país porque generan fuentes de empleo, productividad y desarrollo económico.

2.2.2.2. Aspecto Jurídico

En el Aspecto Jurídico de una empresa según, (Reyes, 2004, pág. 75), afirma que: “El fundamento de los aspectos jurídicos en la empresa, está formado ante todo por las disposiciones constitucionales que garantizan el derecho de propiedad y reglamenten su uso y limitaciones...Pero más en concreto, debe tomarse en cuenta la escritura social constitutiva...ya que es esa escritura la que determina las características particulares de la empresa...”

Es fundamental que al constituir una nueva unidad productiva, se tenga que cumplir con aspectos legales para su puesta en marcha, y algunos requisitos importantes es la constitución legal mediante escritura pública

indicando su razón social, el tipo de actividad a la que se dedicará, descritos en los estatutos.

Aparte de estos aspectos se tiene que aplicar y cumplir con las leyes que regulan a la empresa, algunas de ellas son: la Ley de Compañías, Ley de Régimen Tributario Interno, Código de Comercio, Código de Trabajo, entre otras.

2.2.2.3. Aspecto Administrativo

Según(Reyes, 2004, pág. 76), el Aspecto Administrativo lo define como: “La esencia de lo administrativo la coordinación, que se realiza por medio del mando, la unidad administrativa es la que resulta de la gestión común: o sea el mando, concentrado en último término, sea en una persona o en una asamblea o grupo de personas...”

Podemos decir que desde el punto de vista administrativo la empresa está representada por las decisiones finales de los jefes o junta directiva, estos a su vez coordinan las diferentes actividades de la organización, logrando así la buena marcha de todo lo propuesto. Un instrumento fundamental de lo administrativo es el mando y este se encuentra en la estructura de la organización, en los niveles jerárquicos, aquí se indica las facultades del puesto de trabajo.

2.2.3. Los Fines de la Empresa

Existen dos fines propios de cualquier empresa, estos son:

Fin inmediato: es la producción de bienes y servicios para un mercado. En efecto no hay ninguna empresa que no se establezca para lograr este fin directo, independientemente de los fines que se pretendan llenar con esa producción. **Fin mediato:** supone esto, analizar que se busca con esa producción de bienes y servicios... La empresa privada busca la obtención de un beneficio económico mediante la satisfacción de alguna necesidad de orden general o social...La empresa pública tiene como fin satisfacer una necesidad de carácter general o social,

pudiendo o no obtener un beneficio económico...(Florez Andrade, 2007, pág. 20)

Los fines de una empresa siempre estarán orientados a ofrecer bienes y servicios a la sociedad para satisfacer sus necesidades y con ello obtener rentas o ganancias para los propietarios.

2.2.4. La Creación de una Empresa

Para la creación de una empresa se puede tomar tres caminos diferentes; tomando en cuenta la innovación, que no es otra cosa que el cambio al tradicionalismo de la actividad empresarial.

2.2.4.1. Innovaciones en el Campo Técnico y Tecnológico

(Florez Andrade, 2007, pág. 96) “Los nuevos inventos o tecnologías son el fundamento más claro para la creación de empresas....Un producto o servicio nuevo, original e incluso tecnológicamente avanzado, es fácil de comercializar, puesto que en principio prescinde de la competencia. En estos casos se debe planificar correctamente el desarrollo de la empresa y actuar con cierta rapidez...”

Al crear empresas nuevas tanto en productos o servicios es fundamental la innovación tecnológica ya que otorga una ventaja competitiva, por que utiliza nuevos y mejores materiales, nuevos componentes, crea nuevas actitudes en el mercado, siempre pone en práctica la protección del medio ambiente, brinda seguridad. Es importante el asegurar la protección de patentes de nuevos productos.

2.2.4.2. Innovaciones en el Campo Comercial

“En este sentido, las posibilidades son incalculables: nuevo diseño de un producto, de promoción y publicidad, en las aplicaciones y servicios

del mismo, en el precio y forma de pago. Actividades tradicionales con un nuevo planteamiento comercial más cercano a las necesidades del consumidor...” (Florez Andrade, 2007, pág. 96).

En la actualidad la mayoría de empresas o negocios son comerciales y por tanto el crear nuevas y mejores formas de comercialización es muy importante, porque se logra ofrecer mejores servicios y comodidad para el consumidor mediante promociones, ofertas, descuentos, bonos, etc.

2.2.4.3. Innovaciones en el Campo Organizacional

(Florez Andrade, 2007, pág. 97). “La innovación en la organización toma en cuenta algunos factores relevantes entre estos está en la gestión empresarial efectiva en la comercialización y en el incentivo a los mejores empleados, tener una visión de futuro de éxito, tener una dirección joven más preparada y actualizada para enfrentar nuevos retos”.

El papel de los empresarios en realizar innovaciones es vital en el futuro del capitalismo. Ellos deben estimular la inversión y la innovación, porque si no lo hacen el capitalismo se desintegraría como consecuencia de su propio abandono.

2.3. Los Supermercados

(Miquel & Parra, 2006, pág. 13). Afirman: “El supermercado es un establecimiento comercial basado en un sistema de libre servicio; el cliente elige lo que requiere. El producto lleva el precio marcado y esto le permite al cliente vigilar más fácilmente las oscilaciones. Es más fácil controlar la calidad y el peso”.

(Montagut & Vivas, 2007, pág. 33). Manifiestan: “Un supermercado, es un establecimiento comercial urbano que vende bienes de consumo en

sistema de autoservicio entre los que se encuentran alimentos, ropa, artículos de higiene, perfumería y limpieza...Los supermercados intentan contrarrestar el bajo margen de ganancias con un alto volumen de ventas”.

La función principal de los supermercados es ofrecer una gran variedad de productos a precios bastante accesibles. Ofrecen un sinfín de productos y están estratégicamente distribuidos por secciones por ejemplo: verduras, carnes, bebidas, lácteos, artículos de aseo, entre otros. El cliente realiza el pago en cajas que se encuentran situadas en la salida del establecimiento.

2.3.1. Origen de los Supermercados

El hombre ha comerciado desde los orígenes de la humanidad. Nadie conoce cuando comienza la actividad comercial, pero todos concuerdan que el inicio es el trueque de mercaderías, (el cambio de una cosa por otra).

Según(Pereira, 2008). Los orígenes de las tiendas deben remontarse a Babilonia y Egipto. Ocho mil o más años de comercio vienen a cambiar por 1852, en Francia, con la aparición de los "Almacenes Bon Marché", creados por Aristide Boucicaut. Los productos colocados antes detrás del vendedor, dan el gran salto, para aparecer expuestos en mostradores, al alcance de la mano de los compradores. El siguiente salto hacia el moderno concepto de venta en tiendas son los "almacenes populares", aparecidos por 1928 en los Estados Unidos derivados de los grandes almacenes, en los cuales existe libre circulación, precios bajos, existencias reducidas, cobro simplificado. El papel del vendedor se reduce a la función de reposición de mercaderías, y atención esporádica del cliente. Al simplificar el proceso, el producto es colocado directamente por el comprador en el carrito o cesta de compra. El vendedor ha desaparecido totalmente de la transacción comercial. Luego de la segunda guerra mundial, el concepto de supermercado se expande rápidamente por todo el planeta.

En los tiempos más remotos, mucho antes de la existencia de las tiendas, los vendedores y compradores se encontraban en un lugar predeterminado, y colocaban sus mercaderías en el suelo, en "mercados"

al aire libre, posterior a esa etapa, deben haber comenzado a aparecer la tienda, como aún puede verse en París, Santiago de Chile o Panamá.

2.3.2. Sistema de Aprovisionamiento de los Supermercado

El sistema de aprovisionamiento según (Miquel & Parra, 2006). “Se utiliza un sistema centralizado de aprovisionamiento, manteniendo bodegas principales. La centralización significa obtener una calidad y variedad uniforme de productos en todas las tiendas, invertir en la mecanización de los procesos, bajar el costo de almacenamiento ya que el costo por metro cuadrado de bodega es mucho menor que el de las tiendas”.

Los proveedores también son beneficiados al tener que entregar su producto en un sólo lugar y no en diferentes tiendas en todo el país. Todos estos logros se los ha obtenido por varios años gracias a la centralización

2.3.3. Ventajas del Sistema

Según (Miquel & Parra, 2006), señalan las siguientes ventajas:

- Mayor rapidez en la operación de compraventa
- Limpieza e higiene
- Menores costos de explotación por unidad de venta
- Mayor número de clientes por unidad de local y tiempo
- Mayores beneficios por inversión
- Márgenes comerciales menores y, por tanto precios más bajos al público
- Mayor capacidad de compra frente al proveedor y, por consiguiente mejores condiciones, mayor intensidad de competencia entre marcas

de productos porque es el propio público el que selecciona por calidad y precios.

Al poder realizar los pedidos en cuantía superior y al contar con mayor garantía ante los proveedores, sobre todo si se trata de un supermercado de gran prestigio o de una gran cadena, los proveedores con tal de aumentar sus ventas conceden descuentos por volumen de compra, conceden un plazo más largo para el cobro de esas compras, en resumen es más fácil conseguir crédito con los proveedores.

2.3.4. Clasificación de los Supermercados

(Montagut & Vivas, 2007), Plantean la siguiente clasificación:

- *De proximidad.*- Son de tamaño reducido y muy vinculado a las características de la clientela de la zona.
- *Especializado.*- Se trata de supermercados que conceden especial importancia a la alimentación, son especialistas en verduras, frutas, carnicería, panadería. Estos establecimientos son de alto nivel y juegan con elementos de calidad y servicio
- *De segunda generación.*- en el proceso de modernización el supermercado se va adaptando a los cambios demográficos, a los crecientes niveles de educación e información del consumidor, a la preocupación por los problemas de salud, la dietética, la nutrición, la búsqueda de calidad y servicio.

2.3.5. Los Supermercados del Arte

(Val, 2009). ***El Supermercado del Arte*** es una plataforma concebida con un doble objetivo: por un lado, hacer accesible la obra de artistas reconocidos que una vez al año participan en esta iniciativa y que acceden a ajustar los precios de sus obras para llegar al gran público; y a la vez, ser plataforma de nuevos valores que encuentran en el Súper una forma de darse a conocer, ofreciendo la posibilidad de invertir y apostar por una serie de artistas jóvenes que probablemente van a convertirse, en un futuro, en grandes firmas del arte contemporáneo.

Un supermercado de arte realiza la función de una gran vitrina de productos artesanales, ofreciendo un servicio informativo y divulgativo de las obras de numerosos artistas y artesanos así como de sus talleres, la técnica artesanal o artística utilizada, materiales empleados en su elaboración, horas de trabajo, así como de las empresas comerciales o tiendas que las distribuyen, de esta forma las obras de los participantes en "el supermercado del arte" disfrutan de una creciente difusión y una más eficaz comercialización.

Un Supermercado de Arte es una iniciativa que atrae a un gran número de personas, que habitualmente no frecuenta almacenes de artesanías. Es una fórmula diferente de vender arte, misma que nació en Barcelona - España y que ha modificado los esquemas comerciales del arte contemporáneo.

2.3.5.1. Origen de los Supermercados de Arte

El padre de esta innovadora idea fue el marchante (persona que comercia especialmente con cuadros u obras de arte) francés Jean-Pierre Guillemot. Él pensó que si existe un mercado de arte, tenía que existir también un supermercado donde se pudieran exhibir, comprar y vender obras pictóricas en un marco original.

Esa idea que ahora resulta tan innovadora, hoy en día ya no lo es tanto, y es que son ya varias empresas la que venden arte como si se estuviera en el súper. Una buena ocasión para hacerse con obras únicas, sin series, para ampliar su colección personal o presumir de tener un cuadro exclusivo en sus paredes.

Desde entonces en las principales ciudades españolas como Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao, La Coruña proliferan interesantes supermercados de arte.

2.3.5.2. Principales Características

Algunos de los elementos significativos que caracterizan a los supermercados de arte según (Val, 2009), son:

- ✓ Uso de los carritos de compra
- ✓ Amplios espacios donde aparecen las obras de un gran número de artistas contemporáneos expuestos de forma simultánea.
- ✓ Servicios de enmarcado y embalaje
- ✓ Una caja a la salida para efectuar el cobro
- ✓ Precios bastante factibles de tal forma que cualquier persona puede adquirir la obra del artista que más le asombre.

2.3.5.3. Objetivos del Supermercado de Arte

Según(Val, 2009) “Uno de los objetivos más sustanciales es acercar el arte a todas las personas y más si la mayoría no entra a una galería de arte, pero si todas las personas entran a un supermercado ofreciendo un entorno relajado artículos novedosos a precios realmente accesibles...”

Otros objetivos importantes son los siguientes:

- Fomentar el coleccionismo porque muchas personas comienzan su colección a través de almacenes de artesanías.
- También funcionar como plataforma para nuevos artistas con una sólida trayectoria y de reconocimiento nacional.
- Ofertar directamente los productos de los artesanos sin intermediarios.
- Conseguir nuevos contactos comerciales y nichos de mercado nacional e internacional.
- Posicionar el producto en los mercados nacionales.
- El impulsar y difundir el conocimiento del arte y cultura de los pueblos

2.3.5.4. Criterios para Invertir en el Mercado de Arte

Se toma en cuenta la garantía de revalorización (subida de precios) de una obra de arte, y por tanto resulta una buena inversión la capacidad de seleccionar a los artistas al principio de su ciclo de vida artística o cuando su éxito se encuentra en la cima, escogiéndolos no tanto por su originalidad intrínseca sino por la potencial originalidad respecto a una tendencia o escuela.

El mercado refleja en gran medida el valor efectivo de un artista, al menos según la valoración de los expertos en arte. Es por ello que las cotizaciones de las obras de arte tienen una relación directa con el valor artístico efectivo. Siendo los pintores, escultores, cuyas obras alcanzan las cotizaciones más elevadas, los más apreciados en los ambientes artísticos.

A largo plazo, los mejores resultados financieros son los obtenidos por los coleccionistas más apasionados, mejor informados y en definitiva los amantes del arte que buscan con fervor la obra maestra y no el negocio fácil y especulativo.

2.4. Las Artesanías

2.4.1. El Artesano

La definición de artesano según(Villalba, 2006, pág. 77). “Termino que antaño designaba a un artista y que hoy se aplica al trabajador manual, que a fin de traducir su pensamiento, ejecuta el programa por el mismo dictado (alfarero, fundidor, etc.)”

Según (Tovar, 2009) “Artesano se le denomina a la persona que se dedica a la actividad de la artesanía que comprende, básicamente, obras

y trabajos realizados manualmente y con poca o nula intervención de maquinaria, habitualmente son objetos decorativos de uso común...”

El artesano es la persona que realiza un arte u oficio meramente mecánico, por lo general lo hace por cuenta propia, crea objetos de uso doméstico, adornos, accesorios, vestimenta, etc., imprimiéndoles un sello personal, así se diferencia del obrero de las grandes fábricas en donde más se utilizan las máquinas y tecnología para producir en grandes volúmenes.

El trabajo del artesano es muy laborioso y se necesita mucha habilidad, ya que cada artesanía es una creación única, de ahí el costo elevado que estas poseen.

2.4.2. Concepto de Artesanía

Según (Castro, 2008)“El término artesanía se refiere al trabajo realizado de forma manual por una persona en el que cada pieza es distinta a las demás, diferenciándolo del trabajo en serie o industrial...”

Con el objeto de definir a la artesanía y distinguirla de la industria, (Tovar, 2010), afirma que: "La artesanía es toda técnica manual creativa, para producir individualmente, bienes y servicios" y por lo tanto ha definido industria como "toda técnica mecánica aplicada para producir socialmente bienes y servicios"

Para muchas personas, la artesanía es un término medio entre el diseño y el arte, para otros es una continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética, la creatividad y la habilidad tienen un papel destacado. También quedan algunos artesanos que se dedican a los llamados (oficios tradicionales), pero cada vez son menos, porque sus creaciones ya no son compradas y no les produce una rentabilidad estable.

Se puede sintetizar que la artesanía es todo trabajo manual, que es trabajado por el ser humano, en donde se plasman rasgos costumbristas y culturales de las personas.

2.4.3. Tipos de Artesanías

2.4.3.1. Escultura

Según(Pino, Las Artes Plásticas, 2006, pág. 130), “la escultura pertenece a las artes plásticas y se expresa en un arte que, sirviéndose de materia corpórea, da vida a sus creaciones. Si bien la obra escultórica, ocupa un lugar en el espacio real, no es copia fidedigna de la realidad, aunque se inspira en ella. Ni aún el retrato más fiel y de profunda semejanza con el modelo puede prescindir del elemento creador que lo anima y lo distingue de otros...”

El artista al crear una escultura interpreta la realidad a través del material con que elabora su obra, trasmite con su trabajo un nuevo sentimiento de orden y de armonía

El concepto de escultura según (Tovar, 2010) “Se llama escultura al arte de moldear el barro, tallar en piedra, madera u otros materiales. Es una de las Bellas Artes en la cual el escultor se expresa creando volúmenes y conformando espacios. En la escultura se incluyen todas las artes de talla y cincel, junto con las de fundición y moldeado y a veces el arte de la alfarería...”

Desde los tiempos más remotos, el hombre ha tenido la necesidad y la oportunidad de esculpir. Al principio lo hacía con los materiales más simples y que estaban a la mano como el barro y la madera, después fueron empleándose la piedra y los metales.

a) Esculturas de Madera

La madera más utilizada por los artesanos según (Pino, Las Artes Plásticas, 2006), “es el nogal, por ser muy durable y no se deforma, además trabajan en naranjillo, cedro y laurel. A las maderas duras se las pone en reposo para depurarles y darles forma”.

Este oficio lo realizan hombres y mujeres que empiezan desde niños como aprendices, algunos desde los 5 años de edad. El proceso comienza con el trazo de bocetos en papel de la obra que se va a tallar, luego se calcan sobre la madera y empieza el trabajo de tallado, inmediatamente el lijado, pulido y curado de la madera para evitar la polilla, finalmente se laca o pinta en policromía con lo que la pieza queda lista para la venta. Todo este proceso demora una semana y un mes dependiendo del tamaño de la escultura.

b) Esculturas de Piedra

La piedra es un material es usado por encontrarse abundantemente en la naturaleza. Para manejar la piedra se necesitan herramientas especiales.

Según(Pino, Las Artes Plásticas, 2006). Las piedras más comunes para la escultura son:

Piedra caliza: roca sedimentaria blanda y fácil de trabajar, aunque las hay de extrema dureza; se emplea en labores minuciosas. Su conservación depende mucho de la calidad de las canteras. Se ha utilizado mucho en escultura monumental.

Mármol: piedra caliza metamórfica, de grano fino y compacto. Su tratamiento de la superficie puede ser muy variado, obteniendo distintas texturas, como tersura, morbidez, aspereza, etc. Por ser un material bastante perdurable fue uno de los preferidos por los grandes artistas de la Antigüedad.

Arenisca: roca sedimentaria muy fácil de trabajar en cantera, con humedad natural; se emplea en labores minuciosas. Tiene la particularidad de hacerse más dura y frágil con el paso del tiempo. Se ha utilizado mucho en escultura de capiteles románicos.

Alabastro: es un mineral de yeso de color amarillento, parecido al mármol a simple vista. Es frágil y quebradizo, pero muy fácil de trabajar

El artesano talla sin modelo, es la inspiración que perciben sus manos donde cada roca toma la forma del alma que contiene. Este tipo de arte es el que más esfuerzo y dedicación requiere debido a la exactitud en las proporciones de los tallados y el cuidado que deben tener para no dañar el material con que están trabajando.

Quienes lo realizan tienen sentido del tacto extraordinario porque además del pulso firme y seguro que poseen mucha creatividad. Los artistas crean formas tridimensionales utilizando una gran variedad de materiales y técnicas.

2.4.3.2. Tejidos

El arte del tejido para (Almeida, 2001, pág. 90), “es la forma más expresiva de la estética kechua. En la época de auge del Tawantin Suyu ya era notorio el perfeccionamiento del arte del telar. El progreso técnico y la sutileza artística se lograron gracias a la experiencia acumulada a través de muchos siglos por varios pueblos. Se tejían telas tan finas como que contenían hasta quinientos hilos por pulgada cuadrada. Los tejidos iban desde las más transparentes gasas, pasando por los encajes, hasta los pesados bordados y paños pintados.”

En la actualidad existen algunas muestras de tejidos del periodo preincaico que revelan una extraordinaria maestría técnica. Generalmente son de lana o algodón y están decorados con motivos geométricos que en ocasiones representan animales y figuras humanas.

“Para la elaboración de estos tejidos se utilizan materiales como el algodón, lana, hilo acrílico, y fibra de cabuya...” (Fontana & Keller, 2001, pág. 12)

2.4.3.3. Ebanistería

("La Ebanistería", 2001). La ebanistería tuvo sus inicios en el trabajo con madera de ébano de ahí su nombre, que antiguamente era muy rara y costosa, proveniente sobre todo de Córcega y del norte de África. Por ello, la confección de muebles con esta madera se convirtió en un oficio de calidad artesanal, donde junto a la técnica se valoraba la habilidad del ebanista, así como la artísticidad de la decoración elaborada en ellos. A partir del siglo XVII, el ébano comenzó a ser sustituido por maderas teñidas. Desde entonces se entiende la ebanistería como la confección de muebles con maderas valiosas, que pueden estar recubiertas de diversos elementos como paneles lacados, planchas de cerámica, apliques metálicos o piedras preciosas...

La ebanistería se distingue de la carpintería en que produce muebles más elaborados, generando nuevas técnicas y complementándolas con otras para la manufactura de algunas piezas, tales como la marquetería, la talla, el torneado y la taracea, entre otras técnicas. Aún sin ser característica propia el uso de algún material específico, la ebanistería busca desarrollar muebles de mejor calidad y diseño. Este es el oficio que acompaña el proceso de diseño del mobiliario, ya sea comercial o doméstico.

2.4.3.4. El Bordado

El bordado tradicional requiere de un procedimiento sencillo en el que se combina una técnica particular con el arte y la creatividad. Antes de iniciar el trabajo manual, debemos tener en cuenta algunos consejos prácticos para su elaboración.

Según (Benavides, Arte del Bordado, 2008), se deben seguir los siguientes pasos para realizar un excelente bordado.

Elección de la tela.- Las telas más recomendables para utilizar en el bordado son livianas y fáciles de doblar. Evitar las telas con tejido abierto, ya que se deshilacharán. Las telas naturales son más fáciles de manejar que las mezclas. También pueden usarse los algodones y las lanas livianas como el chalis. Igualmente el fieltro es fácil de trabajar, pues al ser una tela que no se deshilacha, no se requiere holganza de costura y se puede coser directamente en su sitio.

Dónde empezar.- Lo primero que debe hacer es seleccionar adecuadamente las lanas o hilos que va a utilizar, dependiendo de la labor que quiera realizar. Nosotros le recomendamos que utilice hilos de bordado, porque encontrará una muy amplia gama de colores, y conseguirá también en la misma tienda las agujas adecuadas para trabajar. Guarde los hilos o lanas en cestas mimbre o cajas en vez de bolsas de plástico selladas. Las fibras del hilo y la lana deben poder "respirar".

2.4.4. Las Artesanías en la Provincia de Imbabura

La provincia de Imbabura, es rica en paisajes tradicionales con pasado histórico, es el destino turístico preferido por excursionistas nacionales y extranjeros, estos a su vez buscan un recuerdo del lugar que visitaron, ese recuerdo sin duda es la artesanía. Las artesanías en el ámbito cultural, son la expresión nata de los pueblos, que buscan nuevas formas de comunicación y comercio. Desde Otavalo hasta Pimampiro encontramos finas muestras de artesanías, el trabajo artesanal en Imbabura en su gran mayoría es hecho a mano.

2.4.4.1. Artesanías en Otavalo

Otavalo es una acogedora ciudad, situada a 2.556m.s.n.m, en la región sierra, es también conocida como el “Valle del Amanecer”. Es un destacado sitio turístico, los turistas acuden a Otavalo atraídos por el afamado trabajo artesanal que encuentran en la plaza de los Ponchos o Mercado Artesanal “El Centenario” especialmente los días domingos.

Bellos y vistosos tejidos se alinean en los tenderetes del mercado de Otavalo. La habilidad de los otavaleños ha pervivido desde hace muchos siglos atrás, son los pueblos Yumbo y Cara quienes hilan lana y tejen famosos tapices, gozan de fama por sus especialidades en la artesanía en madera tallada, trabajos en piel, sombreros de calidad, entre otros.

A continuación se muestra las artesanías más importantes de este cantón.

a) Tejidos

(Colección Pendoneros, 2000, pág. 227), afirma: “La producción de suéteres de lana es la artesanía más reciente que ha desarrollado los campesinos otavaleños. El proceso de hilado es el mismo que fue descrito es con lana sintética o lana de oveja la cual tiene una preparación sencilla y puede ser aprendida en cualquier unidad domestica otavaleña”.

“En el cantón Otavalo se tejen un sin número de artículos como: sombreros, sacos, guantes, babuchas, alfombras, bolsos, etc. pero sin duda el más interesante y laborioso de elaborar es el poncho, a pesar del paso del tiempo en algunas familias es un trabajo ancestral, que pretende establecer la permanencia de esta prenda de vestir en las generaciones futuras, especialmente en los indígenas, que ha consecuencia de la “modernización” han alineado su cultura” (Castro, 2008)

El poncho es la prenda de vestir característica de las regiones andinas, consiste en una tela cuadrada, que cae a lo largo del cuerpo con una abertura para pasar la cabeza. Su origen se remonta al periodo precolombino, se utilizaba por todas las clases sociales desde los campesinos hasta los gobernantes.

Los turistas nacionales y extranjeros gustan de este tipo de artesanía porque les protege del frío. Los ponchos no únicamente se confeccionan para los pueblos imbabureños, sino también para provincias como Cotopaxi, Chimborazo, Azuay, y Pichincha.

El proceso de elaboración se inicia con la compra de la materia prima (orlón, lana de borrego), para luego prepararla en una antigua máquina que elimina excesos de lana o pequeños nudos, para que la confección sea excelente. Los colores de la prenda son combinaciones entre los

colores del arco iris, lo que resulta vistoso y elegante con un toque folklórico.

b) Bordados

Los bolsos bordados a mano con aguja e hilo, parece un trabajo complicado porque es un arte verdadero, se demora una semana en elaborar un solo bolso. También se bordan blusas, manteles, chalinas y estas en particular tienen una textura increíble y sus costos son bajos van desde los cinco dólares en adelante.

A los turistas y la gente de Otavalo les agrada mucho estos productos porque son realmente hermosos y se nota que detrás de ellos existe un arduo trabajo de quienes los fabrican. La imaginación de los artesano otavaleños no tiene límite porque se encuentran incluso pelotas anti-estrés, están son tejidas en forma esférica y rellenas con granos de arroz y tienen vistosos colores.

c) Muñecas Otavaleñas

“Esta artesanía encierra tradición, porque es la fina representación de los indígenas otavaleños plasmados en muñecos, que portan la misma vestidura del pueblo indígena, como si los hubieran hecho en miniatura...”
(Castro, 2008, pág. 11)

Las muñecas son elaboradas con mucha laboriosidad para que ningún detalle se escape, se usan materiales como el algodón, tela blanca, paño, hilo, botones, entre otros. Primero se procede a sacar las piezas en molde para luego coserlas a máquina, todo el proceso siguiente es totalmente a mano, se rellena las muñecas para luego vestirlos con los trajes típicos y se da las expresiones a sus rostros con hilo negro, el tamaño de estos juguetes es de 40cm, son muy apreciados por los turistas extranjeros, sin

duda esta es una manera de difundir la identidad de Imbabura a todo el mundo. Estas artesanías se elaboran en San Juan de Ilumán.

d) Bisutería con Semillas Exóticas

En la Cascada de Peguche lugar turístico se encuentra bisutería elaboradas con semillas provenientes de la Amazonía ecuatoriana, los diseños provienen de la gran imaginación de los artesanos que las procesan.

El proceso de elaboración según (Amaguaña, 2011). Primero se seleccionan las semillas que tienen colores naturales, y las que no, son teñidas y secadas antes de la fabricación de este producto. En otros casos las semillas son pulidas y dadas forma según el diseño que se le desee dar, algunas de las semillas utilizadas son: ojo de buey, bombona, azaí, wayruro rojo hembra y wayruro rojo y negro macho, con ayuda de un instrumento se perforan las semillas para pasar el hilo y listo. (Entrevista personal, Marzo19, 2011).

2.4.4.2. Artesanías en Cotacachi

Cotacachi es un cantón reconocido por sus productos elaborados a base de cuero de excelente calidad, mismos que son apreciados tanto por turistas nacionales como extranjeros. Todo empieza con el procesamiento de la piel del ganado vacuno, una vez convertida en cuero se producen hermosos bolsos, chompas, zapatos, etc., con acabados perfectos a precios económicos.

a) Artículos Elaborados en Cuero

La elaboración de artículos de cuero se realiza con un adecuado proceso de la piel de ganado. Proceso que contiene tres etapas

importantes: se necesita agua a altas temperaturas y solventes químicos, la primera etapa de rivera se remoja y limpia el cuero, es decir eliminar el pelo y la queratina con azufre y ácido sulfúrico; la segunda etapa es la del curtido adicionando curtimbres vegetales como el quebracho y la guaranga, para que el cuero tenga flexibilidad y resistencia: y la última etapa es la de acabados, en la que se le da al cuero la grasa necesaria y se tiñen diversos colores.

b) Tejidos con Fibra de Cabuya

La zona de Intag es muy conocida por su riqueza mineral y sus hermosos paisajes, es un lugar donde poco a poco se está ampliando el turismo comunitario, se encuentra ubicada a 65km del cantón Cotacachi. .Apuela es un poblado principal de Intag porque existen mujeres emprendedoras que no solo labran la tierra, sino que también se dedican al diseño, confección y comercialización de productos elaborados con fibra de cabuya, planta que abunda en la zona.

Según el trabajo de tesis realizado por (Castro, 2008, pág. 19), “el proceso de elaboración de estos productos es el siguiente:

Se extrae la fibra de la planta de cabuya, luego se lava y limpia la materia prima para después secarla, si es necesario se la tiñe de colores que irán de acuerdo al producto a confeccionar. Con la fibra ya convertida, las mujeres la hacen hebra y la ovillan como si este fuera un hilo, con agujeta o agujón tejen con ella. Esta fibra es muy resistente por ello elaboran desde gorros, carteras, bolsos, monederos, tapetes. También se elaboran otros artículos cuyo proceso de fabricación tiene pasos claves, el primero machacar la fibra de cabuya , luego cernir y secar, para crear un tipo de tela que luego de ser teñida sirve para crear verdaderas piezas artesanales como sandalias de baño, flores ornamentales, etc.

Es interesante conocer cómo están organizadas estas mujeres, quienes tienen muy buena atención con los turistas al momento de vender su trabajo artesanal. Algunos artículos elaborados a base de cabuya son:

gorros, carteras, bolsos, monederos, tapetes sandalias de baño, flores ornamentales

2.4.4.3. Artesanías en Antonio Ante

Antonio Ante es un cantón que se caracteriza por Atuntaqui una de las ciudades textiles más importantes del Ecuador, la calidad de los productos es reconocida a nivel nacional como internacional, pero aparte de la producción textil también existen artesanos que elaboran varios artículos como:

a) Tela y Papel de Cabuya

En Atuntaqui artesanos muy hábiles hacen llamativas y hermosas lámparas, carteras con diseños originales, pesebres, sombreros, todo con papel de cabuya.

El proceso de elaboración comienza con la obtención del papel de cabuya, citando como dato que la cabuya tiene mejores propiedades que otras pulpas de plantas que son utilizadas para hacer papel...Para la elaboración de este papel se utiliza cabuya proveniente de Lita que tiene la característica de ser más pajiza y más blanca que otros tipos de cabuya. Una vez fibrada la cabuya entra en un proceso de lavado y secado; luego es necesario despojar a la cabuya de bagazos o espinas hasta que esté limpia; con una máquina la fibra de cabuya es cortada en pedazos de 10cm...luego entra en un proceso de cocción con cal viva por 12 horas, luego hay que lavarla suavemente para que tenga un ph neutro...Posterior a esto entra en el proceso de molido...una vez la cabuya está en estado de pulpa se deposita en una bandeja con agua y con la ayuda de un cedazo se procede a pescar la pulpa hasta obtener una fina lámina en el molde....(Castro, 2008, pág. 21).

b) Elaboración de Muebles

En San José de Chaltura se elabora muebles de alta calidad, con estilo clásico, pero hoy en día se expande el mercado de muebles comunes elaborados con materiales sencillos con el fin de abaratar costos.

Los artesanos consideran que la elaboración de muebles clásicos es algo único por que afirman que los elaborados por ellos, duran 1.000 años, la técnica que usan son las líneas curvas que predominan en los diseños, los colores que utilizan son los que usaban en el pasado los maestros carpinteros como el verde, rojo, el dorado y el color ladrillo, aunque también usa el color natural de la madera.

La madera que se utiliza para piezas talladas es la de cedro, nogal, naranjillo y para muebles modernos se utiliza mucho el laurel por ser una madera dura, con formas rectas y planas. Lo que identifica el trabajo del señor Vega es el enchape de los muebles, mismo que consiste en una fina lámina construida con cortes muy finos y delgados de maderas diferentes, formando diseños variados con estas piezas.

2.4.4.4. Artesanías en Ibarra

a) Bordados de la Esperanza

En lo referente al bordado no hay nada igual como el trabajo que realizan las mujeres de la Esperanza, parroquia del Cantón Ibarra, la gente de esta comunidad son descendientes de los Caranquis.

Los bordados tienen formas y figuras precolombinas propias de su cultura, ejemplo el sol, la luna, dioses, serpientes, plumas de pavo real, flores de vistosos colores, etc. Sus bordados lo realizan en manteles, toallas, centros de mesa, carteras, camisas, blusas, servilletas, tarjetas.

b) Bordados de Zuleta

(Buitrón, 2007) La Comuna de Zuleta está ubicada en la parte sur oriental de la Provincia de Imbabura, forma parte del cantón Ibarra, parroquia de Angochagua. La historia de los bordados en Zuleta se remonta al año de 1940, cuando tres jovencitas de la comuna fueron llevadas a la Hacienda Zuleta a trabajar con Doña Avelina, esposa del ex presidente Galo Plaza Lasso. La Señora, las instruyó en el bordado de

mantelería, durante el tiempo que les daba libre. Posteriormente la maestra de la escuela Doña Adela, introdujo el bordado en paneras. En la actualidad Zuleta engalana con sus bordados una gran variedad de productos como manteles, paneras, servilletas, tapetes, porta vasos, camisas, vestidos, etc. El bordado además de ser una actividad económica para las mujeres de Zuleta, es la expresión visual del sentimiento y la identidad zuleteña. Los dibujos, elaborados por expertas manos, reflejan la riqueza de un mundo que no solo es el que hoy miramos con nuestros ojos; sino que recoge, en una espiral infinita, la cosmovisión campesina sobre un mundo que solo se puede entender con el alma...

El proceso de confección de un bordado es arduo, Los productos son exclusivos y originales, la calidad de los trabajos habla por sí sola, las formas y los colores son inspirados en la naturaleza que rodea a la comuna como por ejemplo la flor de ñacha que crece en todos los campos de Zuleta y es muy popular en los bordados. Estas mujeres viven enamoradas de su trabajo y saben que cada producción artesanal de bordado es portadora de una tradición cultural.

c) Arte y Artesanías de San Antonio

San Antonio es una de las parroquias más reconocidas de Imbabura, gracias a sus diversas manifestaciones artesanales, pero las más destacadas son el tallado en piedra y madera, en esta última destacan los estilos barrocos.

(Villalba, 2006, pág. 78). San Antonio manifiesta su orgullo como cuna de grandes artistas. Ha tenido el arte como expresión libre de las manifestaciones creativas y la concertación de emanaciones estéticas plasmadas en escultura o pintura del siglo pasado...las artesanías son las primeras fuentes de trabajo; se expandieron a partir de los años 40 del siglo XX. La artesanía de la talla en madera...es madera transformada por hábiles manos de artesanos en figuras u objetos útiles u ornamentales en la que entra en juego el diseño y la composición.

Hay esculturas e imágenes religiosas que pueden considerarse obras artísticas, pero muchas veces se exhiben entre artesanías repetidas, de menor calidad o en medio de artesanías comerciales, por esta razón pierden su valor, a pesar de esto el arte de San Antonio podría clasificarse como artístico. Los almacenes de artesanías se ubican cerca

del parque central, estos comercializan costumbres, mendigos, figuras humanas y la vegetación, la flora y fauna y una variedad de motivos precolombinos, esta actividad ofrece a los turistas la oportunidad de admirar y adquirir las esculturas

2.4.4.5. Artesanías en Pimampiro

a) La Artesanía en Piedra Jade

El tallado en piedra de jade se realiza desde hace muchos años atrás, oficio que fue realizado por los antiguos pobladores de Pimampiro, ellos producían hachas, platos, vasijas, pequeñas figuras, etc. La piedra de jade es muy popular por que se dice que un pedazo de esta proporciona buena suerte y aleja las malas energías, su color es verde y con características similares al mármol en resistencia y durabilidad.

El proceso de tallado de esta piedra es complejo y comienza con la recolección de la piedra desde el río del Palmar, un lugar de difícil acceso, y por su peso no es fácil transportarla, con ella se crean réplicas de vestigios arqueológicos encontrados en diferentes zonas del país.

b) Cuadros Bordados

En Mariano Acosta un pueblo del Cantón Pimampiro, se elaboran bordados casi similares a los del pueblo de la esperanza, pero con un toque de originalidad. El proceso de bordado comienza con el uso de la aguja y el hilo, se pueden bordar cuadros de paisajes, personajes religiosos, flores, animales, incluso tarjetas en donde se muestra la gran habilidad de las mujeres pimampireñas.

c) Tejidos

En Pimampiro también se desarrolla el arte del tejido, donde las mujeres tejen bufandas, gorras, guantes, medias, bolsos y una infinidad de prendas, para lo cual se utilizan materiales como el hilo acrílico, lana sintética de variados colores, y lana de oveja, ellas forman parte del grupo de artistas y artesanos “Aureola de Ensueños.”

Cabe mencionar que los sacos tejidos con lana de oveja más populares son los que se elaboran en la Provincia del Carchi, tradición que se ha extendido a cantones cercanos como es el caso de Pimampiro.

2.4.4.6. Artesanías en San Miguel de Urququí

a) Elaboración de Monturas

En Urququí también se encuentran artesanos muy hábiles dedicados a la elaboración de monturas o sillas para cabalgar, pero esta profesión no es tan común y son pocos los artesanos talabarteros en la Provincia, algunos se encuentran también en el cantón Cotacachi. Cuando escuchamos la palabra montura del caballo, solo pensamos que es la silla que se coloca encima del animal; pero es solo una parte de la montura, pues también se necesitan correas y otros elementos muy útiles a la hora de cabalgar.

El concepto de talabartería según (Endara, 2008) “Es el arte de trabajar diversos artículos de cuero o guarniciones para caballerías. Se considera guarnición a todos los elementos de la espada que sirven para sostenerla o para proteger a la mano o manos que la empuñan, así como a la fabricación o arreglo de sillas de montar de caballería, albardas y aparejos (ronzal, brida, silla o montura y estribos)”

Una de las materias primas para realizar las monturas es el cuero de ganado vacuno, la silla es una pieza que se coloca encima del caballo y se sostiene con correas que circundan el vientre del caballo, suspendidos por los lados de la silla y sujetos con correas ajustables se encuentran los estribos que son de madera o metal y soportan los pies del jinete. Los tipos de sillas varían según su uso como la silla inglesa que es un poco más ligera y plana, en cambio la silla vaquera es más pesada, con pomo y arzón más altos.

b) Bordados en Hilo y Cinta

Las mujeres de esta tierra son muy hábiles, ellas bordan con hilo o cinta productos como: manteles, carteras, cojines, tapetes. El bordado tradicional requiere de un procedimiento sencillo en el que se combina una técnica particular con la creatividad. Antes de iniciar el trabajo manual, se debe tener en cuenta algunos consejos para su elaboración.

Es importante saber que cualquier tela sirve para bordarla con cintas, inclusive los tejidos. La diferencia entre una y otra estará dada por la mayor o menor dificultad para realizar el bordado. En telas gruesas o de trama muy cerrada, como por ejemplo ciertas clases de jean, la aguja no pasará con facilidad y habrá que realizar un esfuerzo extra para conseguirlo. En estos casos es importante utilizar la aguja que se adecue mejor a la tela elegida... (Benavides, Arte del Borado, 2008)

Los hilos se utilizarán para tallos, rellenos de hojas pequeñas y demás detalles que por su tamaño, requieran ser bordados con un material más fino. También para lograr diferencia de texturas se puede combinar con las cintas. Las telas más recomendables para utilizar en este bordado son aquellas con tejidos muy unidos, livianos y fáciles de doblar, hay que evitar telas con tejido abierto, ya que se deshilarán.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Antecedentes

En Imbabura existen almacenes especializados en la producción y comercialización de artesanías propias de cada cantón, en su mayoría son pequeños y medianos almacenes que no cuentan con infraestructura adecuada, esto no les permite disponer de cantidad y variedad de productos para la venta.

La producción de artesanías juega un papel significativo para atraer al turismo, ya que cada visitante compra algún recuerdo del lugar que visitó, esta característica es importante para que en la ciudad de Ibarra se cree un centro especializado que tenga a la venta todo tipo de artesanías típicas de la provincia, con la finalidad de brindar mayor comodidad a los clientes en el momento de la demostración y venta del producto.

Los objetivos del estudio de mercado sirvieron para determinar la cantidad de oferta y demanda de artesanías en la provincia de Imbabura. La oferta se determinó mediante información obtenida del censo a 77 microempresarios artesanales y la cantidad de demanda se obtuvo mediante encuestas aplicadas a la muestra poblacional de 128.761 habitantes y 13.577 turistas que visitaron la provincia en el periodo 2009-2011.

Para diseñar los instrumentos de investigación se consideró los objetivos del estudio de mercado y variables como la oferta, demanda, precio y tipo de artesanía.

El supermercado fijó como mercado meta los turistas y las personas comprendidas en edades de 15 a 64 años de edad de la zona urbana de la provincia. La segmentación se realizó en forma geográfica considerando los cantones de la provincia de Imbabura.

Una vez realizado el estudio de mercado se determinó que los turistas y los habitantes encuestados están de acuerdo con la creación de un supermercado de artesanías, porque tendrán libertad de observar y manipular el producto, existirá mayor variedad de artículos concentrados en un solo lugar, al igual que estará la posibilidad de balancear los precios de los productos en función de su costo - beneficio y sobre todo permitirá conocer la cultura y arte de Imbabura.

3.2. Objetivos del Estudio de Mercado

3.2.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad para la creación de un supermercado para la comercialización de artesanías imbabureñas en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

3.2.2. Objetivos Específicos

- a) Determinar los oferentes de artesanías en la provincia de Imbabura.
- b) Establecer la demanda de artesanías dentro del mercado local.
- c) Identificar el tipo de artesanía que tenga mayor demanda
- d) Fijar el precio de preferencia para los compradores de artesanías.

3.3. Variables

- Oferta
- Demanda

- Precio
- Tipo de artesanía

3.4. Indicadores

- a) Oferta
 - Número de artesanos
 - Cantidad de producción

- b) Demanda
 - Número de compradores
 - Compra promedio por individuo

- c) Tipo de artesanías
 - Variedad

- d) Precio
 - Precio de compra
 - Precio de venta

3.5. Matriz de Relación

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TIPO DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN
Determinar los oferentes de artesanías en la provincia de Imbabura.	Oferta	Número de artesanos	Secundaria	Documental	INEC, IMI
		Cantidad de producción	Primaria	Entrevista	Artesanos
Establecer la demanda de artesanías dentro del mercado local.	Demanda	Número de compradores	Primaria	Encuesta	Cliente
		Frecuencia de compra	Primaria	Encuesta	Clientes

Identificar el tipo de artesanía que tenga mayor demanda	Tipo de artesanías	Variedad	Primaria	Encuesta	Cliente
Fijar el precio de preferencia para los compradores de artesanías	Precio	Precio de compra	Primaria	Encuesta	Artesanos

Fuente: INEC, IMI, Microempresarios, Clientes

Elaborado por: La autora

3.6. El Producto

3.6.1. Tejidos

En Pimampiro, Otavalo e Ibarra, se desarrolla hábilmente el arte del tejido, son las mujeres que tejen variados y coloridos artículos.

Características: Tejen ponchos, sombreros, bolsos, alfombras, sacos, guantes, medias, entre otros, utilizan materiales como el hilo acrílico, lana sintética de varios colores, y lana de oveja.

FIGURA Nº 1: Artículos de Lana



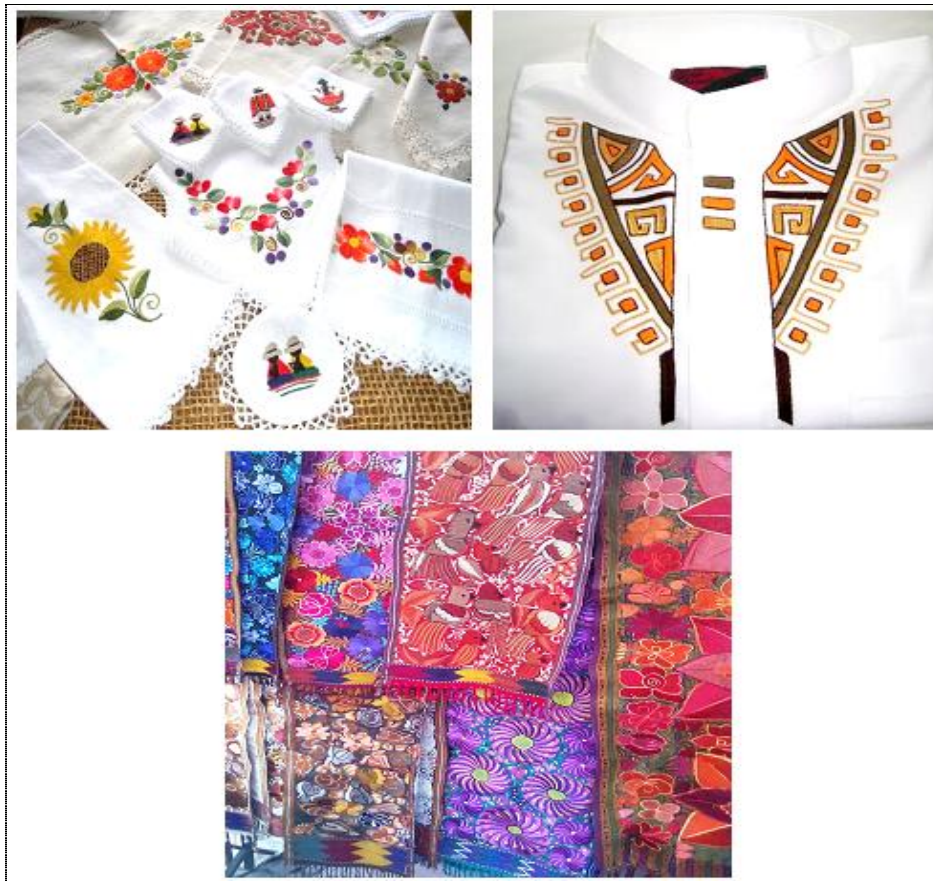
Fuente: www.ibarra.olx.com.ec
Elaborado por: La autora

3.6.2. Bordados

Los bordados se ubican en las parroquias de la Esperanza y Zuleta del cantón Ibarra y también en Otavalo.

Características: Se bordan camisas, blusas, chalinas con formas y figuras precolombinas como el sol, la luna, dioses, serpientes, plumas de pavo real, flores de vistosos colores. Existen bordados en manteles, toallas, centros de mesa, carteras, servilletas, tarjetas.

FIGURA N° 2: Tipos de Bordados



Fuente: www.ibarra.gob.ec
Elaborado por: La autora

3.6.3. Manualidades

En Otavalo existen artesanos que elaboran una gran variedad de manualidades como las afamadas “puenditas”, son la fina representación de los indígenas otavaleños plasmados en muñecos, también tallan formas y figuras en mate, sin dejar de lado los instrumentos musicales como el rondador, instrumento característico de los pueblos andinos. En Pimampiro en cambio se tallan figuras en piedra de jade

Características: Las muñecas otavaleñas son elaborados con mucha laboriosidad para que ningún detalle se escape estos portan la misma vestidura del pueblo indígena. Para los rondadores se utiliza bambú de

diferente diámetro para lograr varias notas musicales La piedra de jade con la que se tallan figuras, es muy popular porque se dice proporciona buena suerte y aleja las malas energías, su color es verde y con características similares al mármol

FIGURA Nº 3: Tipos de Manualidades



Fuente: www.otavalo.gob.ec

Elaborado por: La autora

3.6.4. Bisutería

En Peguche, Otavalo e Ibarra, se encuentra bisutería elaborada con semillas provenientes de la amazonia ecuatoriana, los diseños provienen de la gran imaginación de los artesanos que las procesan.

Características: Los accesorios tienen semillas de colores naturales, otras son teñidas y pulidas, dada forma según el diseño que se le desee dar, algunas de las semillas utilizadas son: ojo de buey, bombona, azaí, wayruro rojo hembra y wayruro rojo y negro macho.

FIGURA Nº 4: Bisutería



Fuente: www.imujer.com
Elaborado por: La autora

3.6.5. Artículos de Cuero

La elaboración de artículos de cuero se realiza en su mayoría en el cantón Cotacachi, con un adecuado proceso de la piel de ganado.

Características: Se elaboran carteras, cinturones, prendas de vestir como chompas, zapatos, botas de variados colores y modelos, sus acabados son de alta calidad, muy apreciados por los turistas nacionales y extranjeros.

FIGURA N° 5: Artículos de Cuero



Fuente: www.lahora.com.ec

Elaborado por: La autora

3.6.6. Muebles

En San José de Chaltura y San Antonio se elaboran muebles de alta calidad, como juegos de sala y comedor, camas, armarios, entre otros. Todos con estilo clásico, la elaboración es única, se afirma que duran 1.000 años.

Características: Las líneas curvas predominan en los diseños, de colores verde, rojo, dorado y el color ladrillo, aunque también se aplica el color natural de la madera. La madera que se utiliza es de cedro, nogal, naranjillo y el laurel por ser una madera dura con formas rectas y planas.

FIGURA N° 6: Muebles



Fuente:www.makrohogarstore.com

Elaborado por: La autora

3.6.7. Esculturas

San Antonio es una de las parroquias más reconocidas de Imbabura, gracias a sus diversas manifestaciones artesanales, pero las más destacadas son el tallado en piedra y madera.

Características: Son obras artísticas, se comercializan figuras religiosas y decorativas muy reconocidas a nivel mundial, son figuras de la flora, fauna, mendigos, pesebres, y una variedad de motivos precolombinos, esta actividad ha hecho de esta parroquia un lugar muy turístico.

FIGURA N° 7: Esculturas e Imágenes Religiosas



Fuente: www.puertolago.com
Elaborado por: La autora

3.7. Segmento de Mercado

El segmento, constituyen los habitantes de edades comprendidas entre 15 a 64, de la zona urbana de la provincia de Imbabura y los turistas que la visitan.

3.7.1. Segmentación Geográfica

Para realizar la investigación se dividió el mercado de artesanías en los seis cantones de la provincia de Imbabura:

- Ibarra
- Pimampiro
- Urcuquí
- Otavalo
- Antonio Ante
- Cotacachi

3.7.2. Segmentación Demográfica

Se dividió la población de la provincia de Imbabura por cantones de la zona urbana, cuya población al año 2010 según INEC es 126.696y con proyección al año 2011 es de 128.761, a una tasa de crecimiento poblacional de 1,63%.

3.8. MercadoMeta

El mercado meta lo constituyen las personas en edades de 15 a 64 años de la zona urbana de Imbabura, de clase media alta y la población de turistas que visitan Imbabura; quienes estarían en capacidad de realizar compras de artesanías. El 84% de encuestados manifestaron que si comprarían artesanías. **Ver Anexo # 8**

3.9. Análisis de la Oferta

La oferta de artesanías está constituida por 77microempresas divididas en diferentes actividades. Para cuantificar la producción se realizó entrevistas a los microempresarios, quienes informaron la cantidad de artesanías que se producen en promedio diariamente, seguidamente se multiplicó la cantidad de producción diaria por el número de microempresas para obtener la producción diaria total y para calcular la oferta anual se multiplicó la producción diaria por 360 días laborables. **Ver Anexo # 6**

CUADRO N° 19.-Oferta de Artesanías

	PRODUCTO	CANTIDAD
Artículos de Cuero	Chompas	3.775
	Carteras	6.795
	Zapatos	4.530
Muebles	Juegos de sala	846
	Juego de comedor	846

	Cama	725
Bordados	Blusas	1.450
	Mantel	1.087
	Chalinas	1.087
Manualidades	Figuras en mate	2.416
	Muñecas otavaleñas	1.208
	Rondador	1.510
	Figuras en piedra jade	906
Esculturas	Figuras religiosas	272
	Figuras decorativas	332
Tejidos	Sombreros	2.945
	Ponchos	2.552
	Bolsos	6.871
	Alfombras	2.356
	Sacos	4.908
Bisutería	Manillas	4.349
	Collares	5.798
	Aretes	4.349

FUENTE: Microempresarios, INEC
ELABORADO POR: La autora

A continuación se realizó la proyección de la oferta utilizando la fórmula del monto.

FÓRMULA N° 2: Proyección de la Oferta

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

C_n = Oferta futura

C_o = Oferta actual

i = Tasa de crecimiento poblacional de 1,63%

n = Año proyectado.

CUADRO N° 20.-Proyección de la Oferta

		Año Base	A1	A2	A3	A4	A5
ARTÍCULOS DE CUERO	Chompas	3.775	3.911	4.052	4.198	4.349	4.505
	Carteras	6.795	7.040	7.293	7.556	7.828	8.109
	Zapatos	4.530	4.693	4.862	5.037	5.218	5.406
MUEBLES	Juegos de sala	846	876	908	940	974	1.009
	Juego de comedor	846	876	908	940	974	1.009
	Cama	725	751	778	806	835	865
BORDADOS	Blusas	1.450	1.502	1.556	1.612	1.670	1.730
	Mantel	1.087	1.126	1.167	1.209	1.252	1.298
	Chalinas	1.087	1.126	1.167	1.209	1.252	1.298
MANUALIDADES	Figuras en mate	2.416	2.503	2.593	2.686	2.783	2.883
	Muñecas otavaleñas	1.208	1.251	1.297	1.343	1.392	1.442
	Rondador	1.510	1.564	1.621	1.679	1.739	1.802
	Figuras en piedra jade	906	939	972	1.007	1.044	1.081
ESCULTURAS	Figuras religiosas	272	282	292	302	313	324
	Figuras decorativas	332	344	357	369	383	396
TEJIDOS	Sombreros	2.945	3.051	3.160	3.274	3.392	3.514
	Ponchos	2.552	2.644	2.739	2.838	2.940	3.046
	Bolsos	6.871	7.118	7.374	7.640	7.915	8.199
	Alfombras	2.356	2.440	2.528	2.619	2.714	2.811
	Sacos	4.908	5.084	5.267	5.457	5.653	5.857
BISUTERÍA	Manillas	4.349	4.505	4.668	4.836	5.010	5.190
	Collares	5.798	6.007	6.223	6.447	6.680	6.920
	Aretes	4.349	4.505	4.668	4.836	5.010	5.190
TOTAL		61.064	62.060	63.071	64.099	65.144	66.206

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

3.10. Análisis de la Demanda

La demanda se estableció a través de los resultados de la encuesta aplicada a los compradores de artesanías, permitiendo recopilar información importante sobre la preferencia y frecuencia de compra.

CUADRO N° 21.-Demanda de artesanías

	PRODUCTO	CANTIDAD
Artículos de Cuero	Chompas	5.509
	Carteras	9.916
	Zapatos	6.611
Muebles	Juegos de sala	557
	Juego de comedor	1.761
	Cama	1.898
Bordados	Blusas	2.012
	Mantel	1.509
	Chalinas	1.509
Manualidades	Figuras en mate	2.531
	Muñecas otavaleñas	1.266
	Rondador	1.582
	Figuras en piedra jade	949
Esculturas	Figuras religiosas	567
	Figuras decorativas	692
Tejidos	Sombreros	3.757
	Ponchos	3.256
	Bolsos	8.766
	Alfombras	3.006
	Sacos	6.262
Bisutería	Manillas	8.386
	Collares	11.181
	Aretes	8.386

Fuente: Estudio de mercado febrero 2011

Elaborado por: La autora

La demanda se proyectó utilizando el método de crecimiento exponencial, con la tasa de crecimiento poblacional de la provincia de Imbabura del 1.63%.

Proyección de la demanda utilizando la fórmula del monto

FÓRMULA N° 3.-Proyección de la Demanda

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Cn=Demanda futura

i =Tasa de crecimiento poblacional del área urbana según INEC 1.6%

Co = Demanda actual

n = Año proyectado.

CUADRO Nº 22.-Proyección de la Demanda

		Año base	A1	A2	A3	A4	A5
ARTÍCULOS DE CUERO	Chompa	5.509	5.597	5.686	5.777	5.870	5.964
	Carteras	9.916	10.074	10.236	10.399	10.566	10.735
	Zapatos	6.611	6.716	6.824	6.933	7.044	7.157
MUEBLES	Juego de comedor	1.761	1.789	1.817	1.846	1.876	1.906
	Cama	1.898	1.929	1.960	1.991	2.023	2.055
BORDADOS	Blusas	2.012	2.044	2.077	2.110	2.144	2.178
	Mantel	1.509	1.533	1.558	1.583	1.608	1.634
	Chalinas	1.509	1.533	1.558	1.583	1.608	1.634
MANUALIDADES	Figuras en mate	2.531	2.572	2.613	2.655	2.697	2.740
	Muñecas otavaleñas	1.266	1.286	1.306	1.327	1.349	1.370
	Rondador	1.582	1.607	1.633	1.659	1.686	1.713
	Figuras en piedra jade	949	964	980	995	1.011	1.028
ESCULTURAS	Figuras religiosas	567	576	585	594	604	613
	Figuras decorativas	692	704	715	726	738	750
TEJIDOS	Sombreros	3.757	3.817	3.878	3.940	4.003	4.067
	Ponchos	3.256	3.308	3.361	3.415	3.469	3.525
	Bolsos	8.766	8.906	9.049	9.194	9.341	9.490
	Alfombra	3.006	3.054	3.102	3.152	3.203	3.254
	Sacos	6.262	6.362	6.463	6.567	6.672	6.779
BISUTERÍA	Manillas	8.386	8.520	8.656	8.795	8.935	9.078
	Collares	11.181	11.360	11.541	11.726	11.914	12.104
	Aretes	8.386	8.520	8.656	8.795	8.935	9.078
TOTAL		91.309	92.797	94.310	95.847	97.409	98.997

Fuente: Estudio de mercado febrero 2011

Elaborado por: La autora

3.11. Demanda Potencial Insatisfecha

CUADRO N° 23.-Demanda Potencial Insatisfecha

	Producto	Oferta	Demanda	D. I
ARTÍCULOS DE CUERO	Chompas	3.775	5.509	-1.734
	Carteras	6.795	9.916	-3.121
	Zapatos	4.530	6.611	-2.081
MUEBLES	Juego de comedor	846	1.761	-915
	Cama	725	1.898	-1.174
BORDADOS	Blusas	1.450	2.012	-562
	Mantel	1.087	1.509	-422
	Chalinas	1.087	1.509	-422
MANUALIDADES	Figuras en mate	2.416	2.531	-115
	Muñecas otavaleñas	1.208	1.266	-58
	Rondador	1.510	1.582	-72
	Figuras en piedra jade	906	949	-43
ESCULTURAS	Figuras religiosas	272	567	-295
	Figuras decorativas	332	692	-360
TEJIDOS	Sombreros	2.945	3.757	-812
	Ponchos	2.552	3.256	-704
	Bolsos	6.871	8.766	-1.896
	Alfombras	2.356	3.006	-650
	Sacos	4.908	6.262	-1.354
BISUTERÍA	Manillas	4.349	8.386	-4.037
	Collares	5.798	11.181	-5.382
	Aretes	4.349	8.386	-4.037

Fuente: Estudio de mercado febrero 2011

Elaborado por: La autora

CUADRO Nº 24.-Proyección de la Demanda Insatisfecha en Unidades

ÍTEM	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Artículos de cuero	6.935	7.048	7.163	7.280	7.398	7.519
Muebles	2.089	2.123	2.157	2.192	2.228	2.264
Bordados	1.406	1.429	1.452	1.476	1.500	1.524
Manualidades	288	293	297	302	307	312
Esculturas	655	666	677	688	699	710
Tejidos	5.416	5.504	5.594	5.685	5.778	5.872
Bisutería	13.456	13.675	13.898	14.125	14.355	14.589
TOTAL	30.245	30.737	31.239	31.748	32.265	32.791

Fuente: Estudio de mercado febrero 2011

Elaborado por: La autora

3.12. Determinación del Precio del Producto

Los precios con que se ofertaran los productos, se establecieron en base al costo de mayoristas y la competencia actual de artesanías. Esta información se obtuvo mediante la técnica de observación realizada en los almacenes de artesanías de Otavalo, Ibarra y Cotacachi. **Ver Anexo 7.**

CUADRO Nº 25.-Precio de Venta de Artesanías

ARTÍCULO	PRECIO
Chompas	155
Carteras	40
Zapatos	65
Juego de comedor	340
Cama	260
Blusas	18
Mantel	45
Chalinas	10
Figuras en mate	6
Muñecas otavaleñas	6,5
Rondador	5
Figuras en piedra jade	25
Figuras religiosas	95
Figuras decorativas	35
Sombreros	12
Ponchos	45
Bolsos	25
Alfombras	65
Sacos	25
Manillas	2
Collares	10
Aretes	3

Fuente: Microempresarios

Elaborado por: La autora

La proyección de precios se realizó tomando la tasa de inflación 6.12%, dato obtenido del Banco Central del Ecuador, además en el siguiente cuadro se observa que el producto que tendrá mayor demanda es la bisutería, seguida por los tejidos a mano y los artículos de cuero. **Ver Anexo 8.**

CUADRO Nº 26.-Proyección de Precios

ARTÍCULOS	PROYECCIÓN				
	1	2	3	4	5
Chompa	164,49	174,55	185,24	196,57	208,6
Cartera	42,45	45,05	47,8	50,73	53,83
Zapatos	68,98	73,2	77,68	82,43	87,48
Juego de comedor	360,81	382,89	406,32	431,19	457,58
Cama	275,91	292,8	310,72	329,73	349,91
Blusa	19,1	20,27	21,51	22,83	24,22
Mantel	47,75	50,68	53,78	57,07	60,56
Chalina	10,61	11,26	11,95	12,68	13,46
Figuras de mate	6,37	6,76	7,17	7,61	8,07
Muñeca otavaleña	6,9	7,32	7,77	8,24	8,75
Rondador	5,31	5,63	5,98	6,34	6,73
Figuras piedra jade	26,53	28,15	29,88	31,71	33,65
Figura religiosa	100,81	106,98	113,53	120,48	127,85
Figura decorativa	37,14	39,42	41,83	44,39	47,1
Sombrero	12,73	13,51	14,34	15,22	16,15
Poncho	47,75	50,68	53,78	57,07	60,56
Bolso	26,53	28,15	29,88	31,71	33,65
Alfombra	68,98	73,2	77,68	82,43	87,48
Saco	26,53	28,15	29,88	31,71	33,65
Manilla	2,12	2,25	2,39	2,54	2,69
Collar	10,61	11,26	11,95	12,68	13,46
Arete	3,18	3,38	3,59	3,8	4,04

Fuente: Estudio de mercado febrero 2011

Elaborado por: La autora

3.13. Estrategias de Mercado

Las estrategias más apropiadas para dar a conocer el producto a los compradores serán las siguientes:

- ✓ Publicación en medios escritos
- ✓ Entrega de flyers
- ✓ Promociones por compras representativas

- ✓ Publicidad en redes sociales

3.14. Conclusiones del Estudio

La oferta de artesanías se localiza en su mayoría en los cantones Otavalo, Ibarra y Cotacachi, cada uno de ellos se caracteriza por un tipo específico de artesanía, en Otavalo se produce principalmente tejidos y bordados, también manualidades y bisutería. Cotacachi se ha distinguido por los artículos de cuero. En cambio en Ibarra se ubican los muebles, y esculturas típicas de la parroquia de San Antonio, las parroquias de Zuleta y La Esperanza se diferencian por los bordados, famosos a nivel mundial.

La amplia gama de productos que se expenden a lo largo de la provincia de Imbabura ha generado un flujo representativo de demanda la cual se origina por la afluencia de turistas nacionales y extranjeros; bajo este contexto la demanda potencial para el año 2013 será de 94.310 unidades.

Las artesanías que tienen mayor demanda son: la bisutería, seguido por los tejidos a mano, los artículos de cuero y manualidades; por lo que estos productos serán indispensables para la venta en el nuevo supermercado artesanal.

Debido a la diversidad de productos, cada uno con distinto proceso productivo, no se pudo determinar un precio promedio, por lo que fue necesario realizar una investigación directa a los microempresario, con la finalidad de establecer el precio de mercado de cada producto.

Por lo anteriormente expuesto se puede aseverar que este proyecto es factible, contando únicamente con los datos del estudio de mercado, pero es menester realizar los cálculos económico-financieros que ayuden a determinar el rendimiento de la inversión.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico permitió verificar la posibilidad técnica de comercialización de artesanías, luego de analizar y determinar el tamaño, localización, equipos y el talento humano necesario para poner en marcha el proyecto.

4.1. Capacidad de Comercialización

La capacidad comercial del proyecto se hizo en base a la demanda insatisfecha, obtenida del estudio de mercado que es de 30.737 unidades de artesanías en el año 2012. De esta cantidad el supermercado tendrá una participación del 9.07% en el mismo año, distribuida así:

CUADRO Nº 27.- Volumen de Ventas en Unidades

UNIDADES	2012
Chompas	130
Carteras	202
Zapatos	148
Juego de comedor	71
Cama	66
Blusas	109
Mantel	92
Chalinas	92
Figuras en mate	120
Muñecas otavaleñas	80
Rondador	90
Figuras de piedra jade	70
Figuras religiosas	66
Figuras decorativas	72
Sombreros	112

Ponchos	103
Bolsos	208
Alfombras	98
Sacos	160
Manillas	214
Collares	272
Aretes	214
TOTAL	2.788

Fuente: Estudio de mercado febrero 2011

Elaborado por: La autora

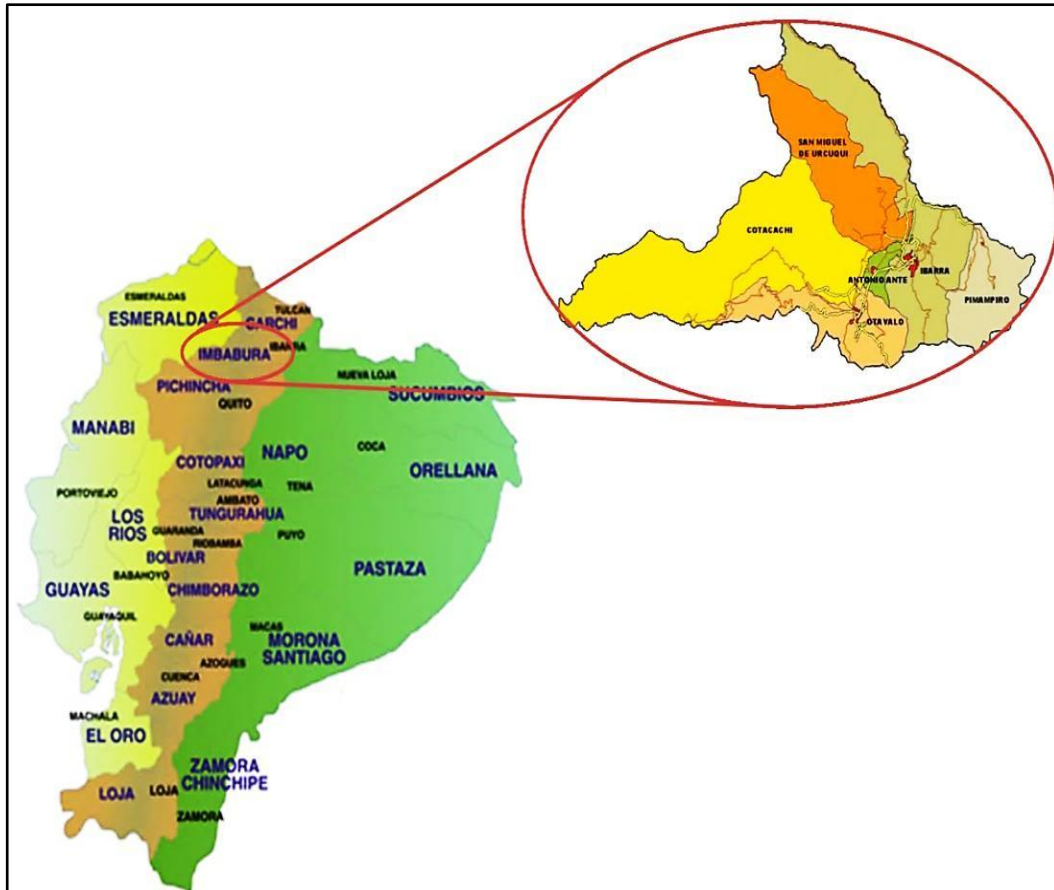
4.2. Localización del Proyecto

La localización del proyecto ayudó a determinar el lugar apropiado para la instalación de la nueva unidad productiva, tratando de minimizar costos y maximizar la rentabilidad, se estableció, mediante la macrolocalización y la microlocalización.

4.2.1. Macrolocalización

Consistió en determinar la zona, región, provincia o área geográfica en donde se ubicará la unidad productiva. El supermercado de artesanías estará ubicado en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, este lugar fue seleccionado por ser netamente comercial y porque abarca la mayoría de la población de Imbabura.

GRÁFICO N° 17.- Macrolocalización



Fuente: www.google.com.ec

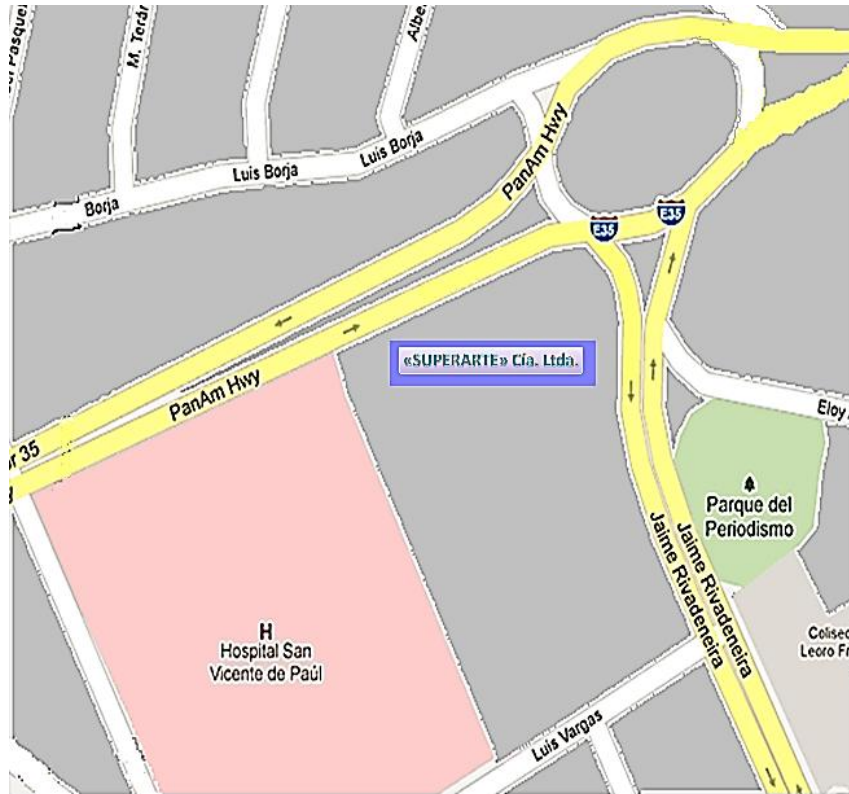
Elaborado por: La Autora.

4.2.2. Microlocalización

La microlocalización indica el lugar específico donde se ubicará el supermercado, en este caso se situará en la ciudad de Ibarra, parroquia El Sagrario, barrio centro, Av. Cristóbal de Troya y Jaime Rivadeneira, en el edificio “Torres de Montecarlo”, propiedad del Sr. Byron Enrique Montenegro Andrade, en el local N° 3.

Este sitio está ubicado en el centro de la urbe, es de fácil acceso y cuenta con servicios básicos para el funcionamiento del supermercado como: energía eléctrica, agua potable, telefonía, transporte y aseo.

GRÁFICO N° 18.-Microlocalización



Fuente: www.google.com - mapas
Elaborado por: La autora

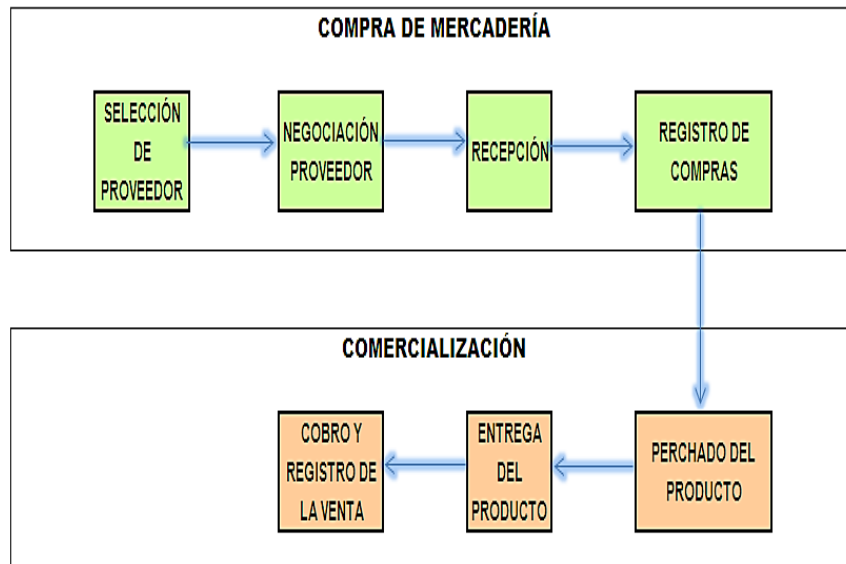
4.3. Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto concierne el establecimiento del proceso de comercialización de artesanías y la distribución física del local comercial adaptando las necesidades y características del nuevo supermercado.

4.3.1. Proceso de Comercialización

El proceso de comercialización de artesanías está diseñado en función de las políticas comerciales del supermercado, para representar este procedimiento se utilizó el siguiente diagrama de bloque.

GRÁFICO N° 19.- Proceso de Comercialización de Artesanías



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

4.3.2. Descripción de Procesos

Proceso 1

Selección de Proveedor.- Este proceso contiene la recepción de ofertas de los posibles proveedores, se hará un análisis y selección de aquellas que ofrezcan mejores condiciones en márgenes de utilidad, en precios, forma de pago y plazos.

Proceso 2

Negociación con el Proveedor.- Se realiza la negociación de compra de mercaderías, se acuerda la cantidad, precio y plazos de pago.

Proceso 3

Recepción de Mercadería.-Se recibirá la mercadería en el día convenido, directamente en el supermercado, se hará un control físico y de facturas.

Proceso 4

Registro de Compras.- Luego de la recepción de mercaderías, se hará el ingreso al sistema contable, en base a las facturas de adquisición.

Proceso 5

Perchado del Producto, se colocará cada tipo de artesanías en las perchas correspondientes, cuidando siempre de mantener estética, orden y limpieza.

Proceso 6

Entrega del Producto.- El cliente luego de mirar y escoger la artesanía, se le entregará en fundas de acuerdo al tamaño del producto.

Proceso 7

Registro y Cobro de la Venta.- Los clientes pasaran por la caja para el pago de la compra, consecuentemente se elaborará y entregará la factura.

4.4. Inversiones

4.4.1. Activos Fijos

A continuación se muestran los activos fijos que se requiere para que la microempresa inicie sus operaciones:

➤ **Local Comercial**

El supermercado operara en un local comercial mismo que está puesto a la venta, y su valor comercial es de 16.000 dólares.

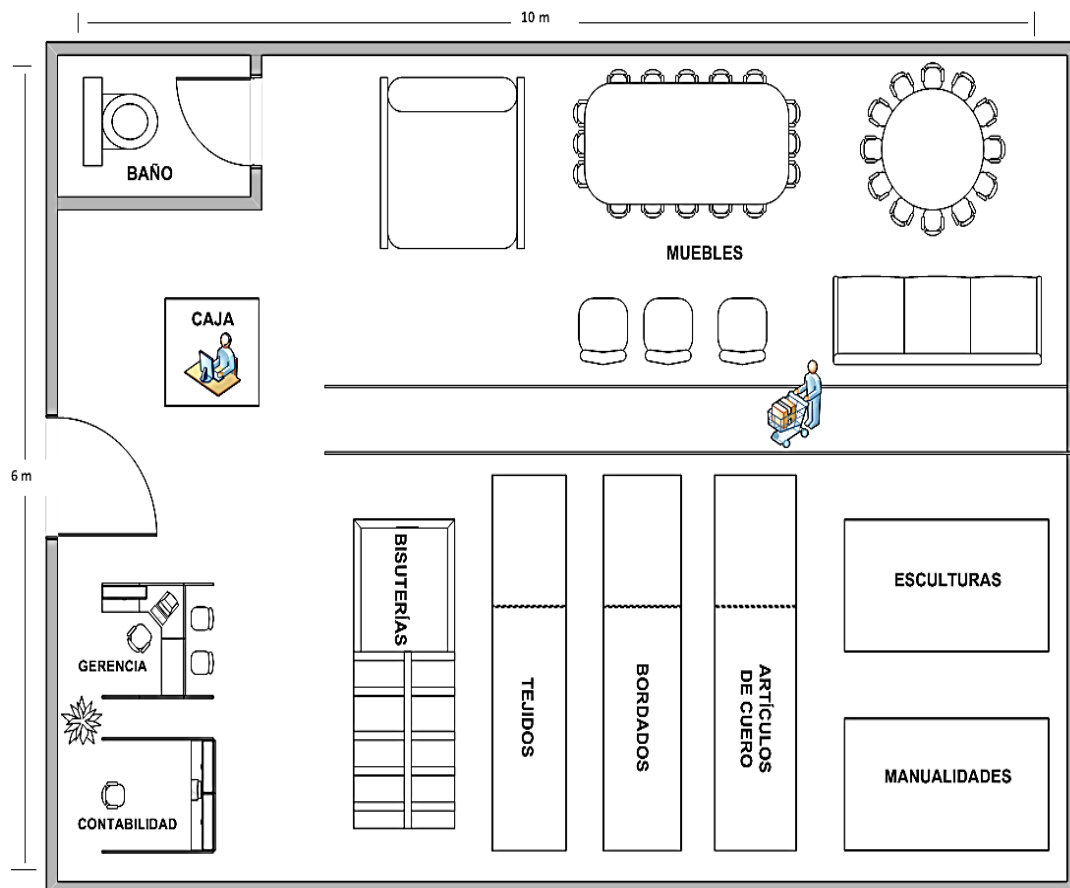
CUADRO Nº 28.- Características del Local Comercial

Ítem	Unidad de medida	Tamaño	Precio Comercial
Local Comercial	m ²	60	16.800

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

➤ **Distribución de Espacios**

GRÁFICO Nº 20.- Distribución de Espacios del Supermercado



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

➤ **Equipos, Muebles y Enseres**

CUADRO Nº 29.- Equipos, Muebles y Enseres

ACTIVO FIJO	CANTIDAD	C.U	C.T
Equipo de Computación			
Computadora	2	650	1.300
Caja registradora	1	400	400
Equipo de Oficina			
Impresora	1	105	105
Teléfono	2	35	70
Sistema Contable	1	1.500	1.500
Muebles y Enseres			
Escritorio	3	165	495
Sillas de oficina	3	67	201
Percha	3	150	450
Estantería	2	130	260
Vitrina	1	200	200
Canastas de supermercado	5	25	125
TOTAL			5.106,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CUADRO Nº 30.- Resumen de Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	VALOR
Local comercial	16.800,00
Equipos, Muebles y Enseres	5.106,00
TOTAL	21.906,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

4.4.2. Activos Diferidos

CUADRO Nº 31.- Activos Diferidos

ÍTEM	TOTAL
Investigación	300
Constitución	700
TOTAL	1.000

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

4.5. Detalle de la Inversión

El capital social del supermercado contará con el aporte en dinero y especies de tres socios, sin embargo estas aportaciones no son suficientes para cubrir los requerimientos del proyecto, por lo que es necesario solicitar un crédito en la Corporación Financiera Nacional para cubrir el faltante. A continuación se muestra el cuadro de la estructura de la inversión.

CUADRO N° 32.- Estructura de la Inversión

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos Fijos	21.906,00
Activos Diferidos	1.000,00
Capital de Trabajo	37.917,49
TOTAL	60.823.49

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

4.6. Financiamiento

El financiamiento estará conformado por el aporte de los 3 accionistas por una cantidad de 21.906,00 dólares y 38.917,49 dólares a través del crédito de la Corporación Financiera Nacional. Los valores se detallan en el siguiente cuadro

CUADRO N° 33.- Fuentes de la Inversión

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Fondos Propios	21.906,00	36%
Fondos Financiados	38.917,49	64%
TOTAL	60.823.49	100%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

El financiamiento será por dos vías, el propio, que lógicamente asumirá el inversionista y el capital financiado, proveniente de la Corporación Financiera Nacional.

4.7. Talento Humano

CUADRO N° 34.- Talento Humano

Cargo	Puestos	Remuneración
Gerente	1	294,92
Contador	1	293,75
Cajero	1	293,17
TOTAL	3	881,84

Fuente: Investigación directa, sueldos año base 2012
Elaborado por: La autora

4.8. Capital de Trabajo

El capital de trabajo representa la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto antes de recibir los primeros ingresos, este valor es 37.917, 49 dólares, para un periodo de cuatro meses.

CUADRO N° 35.- Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	TOTAL	CAPITAL TRABAJO
Gastos Administrativos	34.539,17	11.513,06
Sueldos y salarios	14.948,27	4.982,76
Arriendo	16.800,00	5.600,00
Servicios Básicos	969,41	323,14
Materiales	236,71	78,90
Suministros	84,79	28,26
Sistema Contable	1.500,00	500,00
Gastos Ventas	79.213,29	26.404,43
Compra de Mercadería (Inventario)	79.064,10	26.354,70
Publicidad	149,18	49,73
Total	113.752,46	37.917,49

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Estructura de la Inversión

CUADRO N° 36.- Estructura de la Inversión

CONCEPTO	FONDOS	APORTE FINANCIADO	APORTE PROPIO
Local Comercial	16.800		16.800
Muebles, Enseres y Equipos	5.106		5.106
Gastos de Constitución	1.000	1.000	
Capital de Trabajo	37.917,49	37.917,49	
TOTAL	60.823,49	38.917,49	21.906

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.2. Cálculo del Coste de Oportunidad y Tasa de Redescuento

CUADRO N° 37.- Coste de Oportunidad

DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA	% DE COMPOSICIÓN	TASA DE RENDIMIENTO	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	21.906,00	36%	4,53%	0,0163
Inversión Financiada	38.917,49	64%	8,71%	0,0557
TOTAL	60.823,49	100%		0,0720

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Cálculo de la tasa de redescuento o de rendimiento medio

FÓRMULA N° 4.- Cálculo de Tasa de Redescuento

$$TRM = (1 + Ck)(1 + Rp) - 1$$

Costo del Capital 7,20%

Riesgo País 7,94%

TRM = $(1+C_k)(1+R_p) - 1$

TRM = **15.72%**

5.3. Determinación de Ingresos Projectados

Los ingresos se proyectaron multiplicando las ventas en unidades proyectadas por los precios de venta proyectados. Los incrementos de precio y cantidad en los años posteriores, se hizo en base al 6.12% de inflación

CUADRO Nº 38.-Ingresos Projectados

ARTÍCULO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Chompas	19.035,45	21.436,68	24.140,82	27.186,07	30.615,47	34.477,48
Carteras	7.626,27	8.588,29	9.671,66	10.891,70	12.265,64	13.812,89
Zapatos	9.085,13	10.231,18	11.521,79	12.975,21	14.611,98	16.455,21
Juego de comedor	22.849,33	25.731,67	28.977,60	32.632,99	36.749,50	41.385,28
Cama	16.092,47	18.122,46	20.408,52	22.982,97	25.882,16	29.147,08
Blusas	1.844,67	2.077,36	2.339,41	2.634,52	2.966,85	3.341,11
Mantel	3.886,25	4.376,49	4.928,56	5.550,27	6.250,42	7.038,88
Chalinas	863,61	972,55	1.095,24	1.233,39	1.388,98	1.564,20
Figuras en mate	677,70	763,19	859,46	967,88	1.089,97	1.227,47
Muñecas otavaleñas	490,59	552,47	622,16	700,65	789,03	888,56
Rondador	424,22	477,73	538,00	605,86	682,29	768,35
Figuras de piedra jade	1.652,66	1.861,13	2.095,90	2.360,29	2.658,03	2.993,33
Figuras religiosas	5.898,53	6.642,61	7.480,54	8.424,18	9.486,85	10.683,57
Figuras decorativas	2.360,51	2.658,28	2.993,61	3.371,24	3.796,50	4.275,41
Sombreros	1.269,69	1.429,86	1.610,22	1.813,35	2.042,09	2.299,69
Ponchos	4.354,49	4.903,79	5.522,38	6.219,00	7.003,50	7.886,96
Bolsos	4.905,44	5.524,23	6.221,09	7.005,85	7.889,61	8.884,85
Alfombras	5.995,99	6.752,35	7.604,13	8.563,36	9.643,59	10.860,08
Sacos	3.775,31	4.251,55	4.787,86	5.391,83	6.071,98	6.837,94
Manillas	403,02	453,86	511,11	575,58	648,19	729,96
Collares	2.560,12	2.883,07	3.246,75	3.656,32	4.117,54	4.636,95
Aretes	604,53	680,79	766,66	863,37	972,29	1.094,93
TOTAL	116.655,96	131.371,57	147.943,50	166.605,90	187.622,47	211.290,19

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.4. Determinación de Egresos Proyectados

Los egresos constituyen todos los gastos necesarios para llevar a cabo la comercialización de artesanías, en este caso están formados por el costo de compra de mercaderías, sueldos administrativos, materiales y suministros, útiles de oficina, servicios básicos y publicidad,

5.4.1. Costo de Ventas

El costo de ventas está formado por la cantidad de compra de artesanías necesarias para abastecer el supermercado durante cada año. Este valor se obtuvo de multiplicar las ventas proyectadas por los precios de compra proyectados al 3.6% tasa de crecimiento empresarial.

CUADRO N° 39.- Costo de Ventas

ARTÍCULO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Chompas	11.052,84	12.151,53	13.359,43	14.687,40	16.147,37	17.752,47
Carteras	4.766,42	5.240,22	5.761,11	6.333,78	6.963,38	7.655,57
Zapatos	6.988,56	7.683,24	8.446,98	9.286,64	10.209,76	11.224,65
Juego de comedor	14.784,86	16.254,52	17.870,27	19.646,64	21.599,57	23.746,64
Cama	11.140,94	12.248,38	13.465,91	14.804,47	16.276,08	17.893,97
Blusas	614,89	676,01	743,21	817,09	898,31	987,60
Mantel	2.072,67	2.278,70	2.505,21	2.754,23	3.028,01	3.329,01
Chalinas	388,63	427,26	469,73	516,42	567,75	624,19
Figuras en mate	451,80	496,71	546,08	600,37	660,05	725,66
Muñecas otavaleñas	226,42	248,93	273,68	300,88	330,79	363,67
Rondador	381,80	419,75	461,47	507,34	557,78	613,22
Figuras de piedra jade	991,59	1.090,16	1.198,53	1.317,66	1.448,64	1.592,64
Figuras religiosas	3.414,9	3.754,40	4.127,60	4.537,89	4.988,97	5.484,89
Figuras decorativas	2.360,51	2.595,15	2.853,12	3.136,73	3.448,53	3.791,32
Sombreros	952,27	1.046,93	1.150,99	1.265,41	1.391,19	1.529,48
Ponchos	1.548,26	1.702,17	1.871,37	2.057,39	2.261,90	2.486,74
Bolsos	3.531,91	3.883,00	4.268,98	4.693,33	5.159,86	5.672,77
Alfombras	3.228,61	3.549,54	3.902,38	4.290,29	4.716,76	5.185,62
Sacos	1.812,15	1.992,28	2.190,32	2.408,05	2.647,41	2.910,58
Manillas	100,75	110,77	121,78	133,89	147,19	161,83
Collares	1.024,05	1.125,84	1.237,75	1.360,79	1.496,06	1.644,77
Aretes	80,60	88,62	97,42	107,11	117,76	129,46
Total	71.915,47	79.064,10	86.923,33	95.563,78	105.063,13	115.506,74

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.4.2. Gastos Administrativos

Corresponde al pago de remuneraciones y beneficios de ley del personal administrativo, la proyección de sueldos se hizo en base a la estadística de sueldos desde el año 2007 al 2011 cuyo porcentaje es del 9.6%.

CUADRO Nº 40.-Detalle de Beneficios de Ley 1^{er} Año

CARGO	REMUNERACIÓN UNIFICADA	TOTAL	IESS PATRONAL	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL
Gerente	266,92	3.203,01	389,17	133,46	0,00	266,92	264,00	4.256,55
Contador	265,75	3.188,99	387,46	132,87	0,00	265,75	264,00	4.239,08
Cajero	265,17	3.181,98	386,61	132,58	0,00	265,17	264,00	4.230,34
								12.725,96

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CUADRO Nº 41.-Detalle de Beneficios de Ley 2^{do} Año

CARGO	REMUNERACIÓN UNIFICADA	TOTAL	IESS PATRONAL	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL
Gerente	294,92	3.539,01	429,99	147,46	294,92	294,92	292,00	4.998,29
Contador	293,75	3.524,99	428,29	146,87	293,75	293,75	292,00	4.979,65
Cajero	293,17	3.517,98	427,43	146,58	293,17	293,17	292,00	4.970,33
								14.948,27

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CUADRO Nº 42.-Proyección de Sueldos Administrativos

CONCEPTO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
SUELDOS DE PERSONAL	12.725,96	14.948,27	15.286,63	16.754,15	18.362,55	20.125,35

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.4.3. Depreciaciones

La depreciación de los equipos se realizará mediante el método lineal, con una vida útil de 10 años para muebles y enseres, 3 años para el equipo de computación.

CUADRO N° 43.- Detalle de Depreciaciones

CONCEPTO	VIDA ÚTIL	% VS	VALOR SALVAMENTO	BASE DEPRECIABLE	DEPRECIACIÓN ANUAL
Computadora	3	10%	130	1.170	390
Impresora	3	10%	11	95	32
Sistema Contable	3	10%	150	1.350	450
Teléfonos	10	10%	7	63	6
Sillas de oficina	10	10%	20	181	18
Escritorio	10	10%	50	446	45
Percha	10	10%	45	405	41
Estantería	10	10%	26	234	23
Vitrina	10	10%	20	180	18
Canastas	10	10%	13	113	11
Caja registradora	3	10%	40	360	120
TOTAL			511	4.595	1.154

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CUADRO N° 44.-Proyección Gasto Depreciación

CONCEPTO	1	2	3	4	5
Computadora	390	390	390	0	0
Impresora	32	32	32	0	0
Sistema Contable	450	450	450	0	0
Teléfonos	6	6	6	0	0
Sillas de oficina	18	18	18	18	18
Escritorio	45	45	45	45	45
Percha	41	41	41	41	41
Estantería	23	23	23	23	23
Vitrina	18	18	18	18	18
Canastas de supermercado	11	11	11	11	11
Caja registradora	120	120	120	0	0
TOTAL	1.154	1.154	1.154	156	156

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.4.4. Gastos de Amortización

Los gastos de constitución se amortizaran con el 20% anual durante los 5 años siguientes cuyo valor irá disminuyendo de los libros contables.

CUADRO N° 45.-Amortización Activo Diferido

CONCEPTO	VALOR	%	1	2	3	4	5
Valor de Amortización	1.000	20	200	200	200	200	200

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.4.5. Gastos Financieros

El monto financiado es de 38.917,49 el cual será otorgado por la Corporación Financiera Nacional con una tasa de interés de 8.71% a un plazo de 5 años con un período de gracia de un año; es decir, que en el primer año únicamente se pagará el valor de interés y a partir del segundo se pagará el interés sumado al capital. La cuota mensual a pagar durante este tiempo se determinó mediante la siguiente fórmula:

FÓRMULA Nº 5.- Cálculo de la Amortización

$$VP = \frac{VF * i(1 + i)^n}{[(1 + i)^n - 1]}$$

Nomenclatura:

VP = Valor Amortización

VF = Valor Crédito

i= Tasa activa Anual

n = Periodos de Pago

CUADRO Nº 46.-Amortización del Préstamo

No.	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0	38.917,49			
1	38.917,49	287,02		287,02
2	38.917,49	287,02		287,02
3	38.917,49	287,02		287,02
4	38.917,49	287,02		287,02
5	38.917,49	287,02		287,02
6	38.917,49	287,02		287,02
7	38.917,49	287,02		287,02
8	38.917,49	287,02		287,02
9	38.917,49	287,02		287,02
10	38.917,49	287,02		287,02
11	38.917,49	287,02		287,02
12	38.917,49	287,02		287,02
13	38.106,71	287,02	810,78	1.097,80
14	37.295,92	281,04	810,78	1.091,82
15	36.485,14	275,06	810,78	1.085,84
16	35.674,36	269,08	810,78	1.079,86
17	34.863,58	263,10	810,78	1.073,88

18	34.052,80	257,12	810,78	1.067,90
19	33.242,02	251,14	810,78	1.061,92
20	32.431,24	245,16	810,78	1.055,94
21	31.620,46	239,18	810,78	1.049,96
22	30.809,68	233,20	810,78	1.043,98
23	29.998,90	227,22	810,78	1.038,00
24	29.188,12	221,24	810,78	1.032,02
25	28.377,33	215,26	810,78	1.026,04
26	27.566,55	209,28	810,78	1.020,06
27	26.755,77	203,30	810,78	1.014,08
28	25.944,99	197,32	810,78	1.008,10
29	25.134,21	191,34	810,78	1.002,13
30	24.323,43	185,36	810,78	996,15
31	23.512,65	179,39	810,78	990,17
32	22.701,87	173,41	810,78	984,19
33	21.891,09	167,43	810,78	978,21
34	21.080,31	161,45	810,78	972,23
35	20.269,52	155,47	810,78	966,25
36	19.458,74	149,49	810,78	960,27
37	18.647,96	143,51	810,78	954,29
38	17.837,18	137,53	810,78	948,31
39	17.026,40	131,55	810,78	942,33
40	16.215,62	125,57	810,78	936,35
41	15.404,84	119,59	810,78	930,37
42	14.594,06	113,61	810,78	924,39
43	13.783,28	107,63	810,78	918,41
44	12.972,50	101,65	810,78	912,43
45	12.161,71	95,67	810,78	906,45
46	11.350,93	89,69	810,78	900,47
47	10.540,15	83,71	810,78	894,49
48	9.729,37	77,73	810,78	888,51
49	8.918,59	71,75	810,78	882,54
50	8.107,81	65,77	810,78	876,56
51	7.297,03	59,80	810,78	870,58
52	6.486,25	53,82	810,78	864,60
53	5.675,47	47,84	810,78	858,62
54	4.864,69	41,86	810,78	852,64
55	4.053,90	35,88	810,78	846,66
56	3.243,12	29,90	810,78	840,68
57	2.432,34	23,92	810,78	834,70
58	1.621,56	17,94	810,78	828,72
59	810,78	11,96	810,78	822,74
60	0,00	5,98	810,78	816,76

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CUADRO Nº 47.-Resumen de Interés y Amortización del Préstamo

AÑO	SALDO DEUDA	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN
2011				
2012	38.917,49		3.444,20	3.444,20
2013	29.188,12	9.729,37	3.049,55	12.778,92
2014	19.458,74	9.729,37	2.188,50	11.917,87
2015	9.729,37	9.729,37	1.327,45	11.056,82
2016	0,00	9.729,37	466,40	10.195,77
	TOTAL	38.917,49	10.476,10	49.393,59

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.4.6. Gastos de Ventas

Para la promoción y publicidad de los productos que ofertará el supermercado, se utilizará El Diario del Norte, por ser un medio eficaz en cobertura e información. A continuación se muestra la proyección de este servicio a una tasa del 3,6% de crecimiento empresarial.

CUADRO Nº 48.- Gasto Publicidad

ÍTEM	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Publicidad	144	149,18	154,55	160,12	165,88	171,85

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.4.7. Otros Gastos

Son los egresos necesarios para el normal funcionamiento de la microempresa estos rubros comprende los servicios básicos los que crecerán según la tasa de crecimiento empresarial del 3.6%, los materiales de mantenimiento y útiles de oficina en cambio crecerán de acuerdo a la inflación del 6.12%.

CUADRO N° 49.- Resumen de Otros Gastos

ÍTEM	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Gasto materiales de mantenimiento	80	85	90	95	101	108
Gasto útiles de oficina	223	237	251	267	283	300
Energía eléctrica	570	590	612	634	657	680
Agua potable	366	379	393	407	421	437
TOTAL	1.239	1.291	1.345	1.403	1.462	1.524

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.5. Balance Inicial

El balance general inicial conocido también como estado de situación inicial permite detallar las cuentas de activo, pasivo y patrimonio que serán propiedad de la microempresa.

SUPERARTE CÍA. LTDA. BALANCE GENERAL INICIAL

ACTIVO		PASIVO	
Activo Corriente	37.917,49	Pasivo Corriente	
Capital de trabajo	37.917,49	Préstamo	3.444,20
Activos fijos	21.906,00	Pasivo a largo Plazo	35.473,29
Equipo de oficina	5.106,00	Total Pasivo	38.917,49
Local Comercial	16.800,00	PATRIMONIO	21.906,00
Activo diferido	1.000,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 60.823,49	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 60.823,49

5.6. Estado de Resultados Proyectado

El Estado de Resultados, es el instrumento que muestra las operaciones efectuadas durante el periodo contable. De esta manera se determina la utilidad o pérdida.

CUADRO Nº 50.- Estado de Resultados Proyectado

	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos Proyectados	131.372	147.943	166.606	187.622	211.290
(-) Costo de Ventas	79.064	86.923	95.564	105.063	115.507
(=) Utilidad Bruta	52.307	61.020	71.042	82.559	95.783
(-) Gastos Administrativos	14.948	15.287	16.754	18.363	20.125
(-) Gastos de Ventas	149	155	160	166	172
(-)Otros Gastos	1.291	1.345	1.403	1.462	1.524
(-) Gastos Financieros (interés)	3.444	3.050	2.189	1.327	466
(-) Amortización Activo Diferido	200	200	200	200	200
(-) Depreciación	1.154	1.154	1.154	156	156
(=) Utilidad Operacional	31.121	39.830	49.183	60.886	73.140
15 % Participación Trabajadores	4.668	5.974	7.377	9.133	10.971
25% de Impuesto a la Renta	6.613	8.464	10.451	12.938	15.542
(=) Utilidad Neta Proyectada	19.840	25.392	31.354	38.815	46.626

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.7. Flujo de Efectivo Financiero

Este estado permite conocer cuánto de efectivo quedara después de los gastos, el interés que genera la deuda y el pago de capital de esta manera se representa los movimientos de efectivo y sus equivalentes.

CUADRO Nº 51.- Flujo de Efectivo Proyectado

	0	2012	2013	2014	2015	2016
Utilidad Neta Proyectada		19.840	25.392	31.354	38.815	46.626
Capital Propio	21.906					
Crédito	38.917					
Total	60.823					
(+)Depreciación		1.154	1.154	1.154	156	156
(+)Amortización Activo Diferido		200	200	200	200	200
(+)Valor de Rescate						511
Total Ingresos		21.194	26.746	32.708	39.170	47.493
(-) Amortización de la Deuda		3.444	12.779	11.918	11.057	10.196
Flujo Neto de Efectivo		17.749	13.967	20.790	28.113	37.297

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.8. Evaluación Financiera

La evaluación financiera de un proyecto se basa en la verificación y análisis de la información contenida en el estudio financiero, tiene como fin definir la mejor opción de inversión, a través de la aplicación de criterios de evaluación.

5.8.1. Cálculo del VAN

Este cálculo se lo realiza mediante la suma de todos los flujos de efectivo descontados a valor presente, menos la inversión inicial, donde se puede comparar todas las ganancias esperadas frente a los desembolsos de dinero necesarios para producir la utilidad, en este caso, el resultado es positivo por lo tanto es factible el proyecto.

CUADRO N° 52.-Cálculo del VAN

AÑOS	FLUJOS NETOS	T. REDESCUENTO	FNA
0	(60.823)		
1	17.749	1,16	15.336
2	13.967	1,34	10.426
3	20.790	1,55	13.409
4	28.113	1,79	15.667
5	37.297	2,08	17.958
		Sumatoria	72.796

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

FÓRMULA N° 6.- Cálculo del VAN

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots + \frac{FNE + VS}{(1+r)^n}$$

$$VAN = \Sigma FNA - Inversión$$

$$VAN = 72.796 - (- 60.823)$$

$$VAN = \mathbf{11.973}$$

5.8.2. Cálculo de la TIR

Esta tasa mide la rentabilidad que devuelve la inversión durante la vida útil, tomando como referencia los flujos de caja proyectados y cuyo VAN se iguala a cero. La tasa interna de retorno deberá ser mayor a la tasa de descuento y para el cálculo de la TIR se procede a calcular el valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego poder interpolar.

CUADRO Nº 53.- VAN con Tasa Inferior

AÑOS	FLUJOS NETOS	T. REDESCUENTO 15,72%	FNA
0	(60.823)		
1	17.749	1,16	15.336
2	13.967	1,34	10.426
3	20.790	1,55	13.409
4	28.113	1,79	15.667
5	37.297	2,08	17.958
Sumatoria			72.796

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

$$\text{VAN} = 72.796 - (- 60.823)$$

$$\text{VAN} = \mathbf{11.973}$$

CUADRO Nº 54.- VAN con Tasa Superior

AÑOS	FLUJOS NETOS	T REDESCUENTO 25%	FNA
0	(60.823)		
1	17.749	1,25	14.200
2	13.967	1,56	8.939
3	20.790	1,95	10.645
4	28.113	2,44	11.515
5	37.297	3,05	12.222
Sumatoria			57.520

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

$$\text{VAN} = 57.520 - (- 60.823)$$

$$\text{VAN} = \mathbf{(-3.304)}$$

Datos para Aplicar la Fórmula de Interpolación:

Tasa Inferior	15,74%
Tasa Superior	25,00%
VAN Tasa Inferior	11.973
VAN Tasa Superior	-3.304

FÓRMULA Nº 7.- Cálculo de la TIR

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts}$$

La TIR calculada es del 23% y es mayor que la Tasa del Costo de Oportunidad de esta manera se confirma la factibilidad del proyecto.

5.8.3. Índice de Beneficio Costo

Este Índice refleja el valor que tiene el proyecto con respecto a los beneficios y costos. Sirve para evaluar el proyecto basando en el principio de adquirir los mayores resultados y se refleja los ingresos en comparación con los gastos.

FÓRMULA Nº 8.- Cálculo del Beneficio/Costo

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$B/C = \frac{72.726}{60.823}$$

$$B/C = 1,20$$

El Beneficio-Costo es mayor que uno, lo que significa que el proyecto es realizable, porque por cada dólar invertido, se tiene 0,20 centavos adicionales.

5.8.4. Recuperación de Dinero en el Tiempo

Este procedimiento permite conocer en qué tiempo se recuperara la inversión del proyecto, tomando en cuenta la conducta de los flujos de caja proyectados.

CUADRO N° 55.-Periodo de Recuperación de la Inversión

AÑO	FNA	FNAACUMULADOS
1	17.749,42	
2	13.966,71	31.716,13
3	20.790,21	52.506,34
4	28.113,50	80.619,84
5	37.297,11	117.916,96

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

La inversión del proyecto se recuperará en 3 Años, 4 Meses y 24 Días

5.8.5. Punto de Equilibrio

Debido a la variedad de productos, con costos que van desde 2,00 dólares hasta los 340,00 dólares, el punto de equilibrio se estableció en base al margen de contribución, cálculo que consiste en determinar la contribución por unidad vendida para cubrir Costos Fijos.

Para el cálculo del Punto de Equilibrio se utilizó las siguientes formulas:

FÓRMULA N° 9.- Punto de Equilibrio en Dólares

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CVt}{VT}}$$

Nomenclatura:

CF = Costo Fijo

CVt = Costo Variable Total

VT = Ventas o Ingresos Totales

FÓRMULA N° 10.-Punto de Equilibrio en Unidades

$$PEU = \frac{CF}{PVu - CVu}$$

Nomenclatura:

CF = Costo Fijo

PVu = Precio de Venta Unitario

CVu = Costo Variable Unitario

CUADRO N° 56.-Gastos Fijos

CONCEPTO	USD
Depreciación	1154,09
Amortización	200,00
Publicidad	149,18
Gasto Administrativo	14.948,27
Gasto Interés Préstamo	3.444,20
TOTAL	19.895,74

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CUADRO N° 57.- Costos y Gastos Variables

CONCEPTO	USD
Costo de Ventas	79.064,10
Materiales de Mantenimiento	84,79
Energía Eléctrica	590,44
Agua Potable	378,97
Útiles de Oficina	236,71
TOTAL	80.355,01

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CUADRO Nº 58.- Datos para Determinar el Margen de Contribución

Producto	Pv u	P. Compra	% Participación	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN VARIABLE UNITARIO
Chompas	164	93	11,99%	71
Carteras	42	26	3,09%	17
Zapatos	69	52	5,03%	17
Juego de comedor	361	228	26,31%	133
Cama	276	186	20,12%	89
Blusas	19	6	1,39%	13
Mantel	48	25	3,48%	23
Chalinas	11	5	0,77%	6
Figuras en mate	6	4	0,46%	2
Muñecas otavaleñas	7	3	0,50%	4
Rondador	5	5	0,39%	1
Figuras de piedra jade	27	16	1,93%	11
Figuras religiosas	101	57	7,35%	44
Figuras decorativas	37	36	2,71%	1
Sombreros	13	9	0,93%	3
Ponchos	48	17	3,48%	31
Bolsos	27	19	1,93%	8
Alfombras	69	36	5,03%	33
Sacos	27	12	1,93%	14
Manillas	2	1	0,15%	2
Collares	11	4	0,77%	6
Aretes	3	0	0,23%	3
	1372	840	100%	532

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CUADRO Nº 59.- Cálculo del Punto de Equilibrio

Artículos	Costos Fijos	Costo Variable	Q. Ventas	CV. u	PE. u	Ingresos	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN VARIABLE TOTAL
Chompas	2.386	9.636	130	73,94	26	4.334	1.948
Carteras	616	2.487	202	12,29	20	867	251
Zapatos	1.001	4.041	148	27,24	24	1.654	653
Juego de comedor	5.234	21.138	71	296,39	81	29.316	24.082
Cama	4.002	16.164	66	246,10	134	37.039	33.037
Blusas	277	1.119	109	10,29	31	601	324
Mantel	693	2.798	92	30,53	40	1.920	1.227
Chalinas	154	622	92	6,78	40	427	273
Figuras en mate	92	373	120	3,11	28	181	88
Muñecas otavaleñas	100	404	80	5,05	54	373	273
Rondador	77	311	90	3,45	42	220	143
Figuras de piedra jade	385	1.554	70	22,16	88	2.334	1.949
Figuras religiosas	1.462	5.906	66	89,64	131	13.190	11.728
Figuras decorativas	539	2.176	72	30,40	80	2.969	2.431
Sombreros	185	746	112	6,64	30	386	202
Ponchos	693	2.798	103	27,24	34	1.613	920
Bolsos	385	1.554	208	7,46	20	535	151
Alfombras	1.001	4.041	98	41,28	36	2.492	1.491
Sacos	385	1.554	160	9,70	23	607	222
Manillas	31	124	214	0,58	20	42	12
Collares	154	622	272	2,29	18	196	42
Aretes	46	187	214	0,87	20	64	17
TOTAL	19.896	80.355	2.788	953,45	1.023	101.360	81.464

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CUADRO Nº 60.- Comprobación del Margen de Contribución para Cubrir los Gastos Fijos

ÍTEM	VALOR
Ventas	101.360
(-) Costos y gastos variables	81.464
(=) Margen de contribución	19.896
(-) Gastos fijos	19.896
(=) Utilidad	0

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS: Los resultados muestran que el supermercado tendrá que vender 1.023 unidades de artesanías para obtener un ingreso de 101.360 dólares, suficiente para cubrir los gastos fijos y para no tener ni pérdida ni ganancia. Si las ventas superan este valor se empezará a tener utilidad.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1. Razón Social de la Empresa

El nuevo supermercado se constituirá como compañía de responsabilidad limitada, llevará como nombre **“SUPERARTE” Cía. Ltda.** Este nombre permitirá a los clientes identificar la razón e imagen del negocio, para ello se tomó en cuenta la originalidad, claridad, simpleza, atractivo y reflejo del nombre para su impacto en el medio comercial.

6.2. Logotipo y Denominación del Supermercado

GRÁFICO N° 21.- Logotipo del Supermercado



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

6.3. Misión

SUPERARTE Cía. Ltda., es una microempresa orientada a satisfacer las necesidades de los compradores a través de la comercialización de diferentes tipos de artesanías típicas de cada cantón de la provincia de Imbabura, tomando como ejes estratégicos a la calidad, gerencia y tecnología.

6.4. Visión

SUPERARTE Cía. Ltda. En el mediano plazo será una microempresa con supremacía en el sector comercial de artesanías, con productos de la mejor calidad y con precios competitivos que aseguren su participación en el mercado local y regional.

6.5. Principios

- ✓ **Integridad organizacional**, como expresión de disciplina, orden, respeto, honestidad y entusiasmo.
- ✓ **Creatividad e innovación**, como parte del reto diario para el mejoramiento continuo.
- ✓ **Productividad**, en el trabajo y en el empleo de los recursos materiales y económicos.
- ✓ **Consciencia**, en el ejercicio de trabajo libre de errores y el compromiso leal con la institución en las prácticas de calidad.
- ✓ **Trabajo en Equipo.-** Promover un entorno que aliente la innovación, la creatividad y los resultados a través del trabajo en equipo.

- ✓ **Seguridad en el lugar de trabajo.-** Compromiso de asegurar un ambiente positivo para todos los empleados y otras personas siguiendo las reglas y prácticas de seguridad e higiene.
- ✓ **Lugar de trabajo sin violencia.-** Mantener un ambiente de trabajo libre de discriminación, acoso o comportamiento personal que no conduzca a un clima laboral productivo.

6.6. Valores

- ✓ **Integridad.-** Exigir, las más altas normas de integridad individual y corporativa, protegiéndolos activos de la empresa.
- ✓ **Excelencia.-** Plantear desafíos para mejorar la cadena de servicio y así superarse. Esforzarse por promover la diversidad, el tratamiento justo, el respeto mutuo y confianza.
- ✓ **Obligación de Rendir Cuentas.-** Cumplir con los compromisos y asumir con responsabilidad las acciones y resultados en forma personal.
- ✓ **Honestidad.-** Actuar conforme a la Verdad y la Justicia, que igualmente debe ser vivido con humildad, este es uno de los valores que más genera imagen, siendo por ello esgrimido como "cualidad" por aquellos que quieren ganarse el fervor de los demás.

6.7. Políticas

- ✓ Periódicamente medir los niveles de productividad institucional para establecer conclusiones y recomendaciones que contribuyan a su ampliación.

- ✓ Se institucionalizará una cultura de calidad en la comercialización de productos, sin descuidar el servicio de atención al cliente, para satisfacer las expectativas de los clientes externos e internos.
- ✓ Periódicamente se revisarán y actualizarán los procesos microempresariales para adecuarlos a los cambios del entorno y nuevas demandas de los clientes.
- ✓ Anualmente se evaluará el desempeño de los recursos humanos para contar con información que permita la elaboración de los planes de desarrollo.
- ✓ La administración de remuneraciones se fundamentará en los principios de equidad interna y competitividad externa.
- ✓ Todas las unidades administrativas de la empresa orientarán sus esfuerzos al incremento permanente de la rentabilidad.
- ✓ Periódicamente la microempresa procurará la firma de alianzas estratégicas para obtener fortalezas y obtener beneficios mutuos.
- ✓ Se incorporará tecnología moderna de acuerdo a las necesidades institucionales y disponibilidades financieras.
- ✓ Ofrecer productos innovadores y de calidad, para satisfacer de mejor manera los requerimientos del comprador.

6.8. Estructura Organizacional

La estructura de “SUPERARTE Cía. Ltda.” es simple; para la administración se necesita: un gerente general encargado de la administración, un contador encargado de cumplir con las disposiciones del SRI y un cajero para ventas. A continuación se describen las funciones de cada departamento.

6.8.1. Gerencia

La gerencia tiene a su cargo las actividades de control mediante la aplicación de políticas y procedimientos que ayuden a asegurar que se lleven a cabo las instrucciones de la dirección de la empresa. Además toma las medidas necesarias para controlar los riesgos relacionados con la consecución de los objetivos de la empresa. Dirige control en toda la organización, a todos los niveles y en todas las funciones.

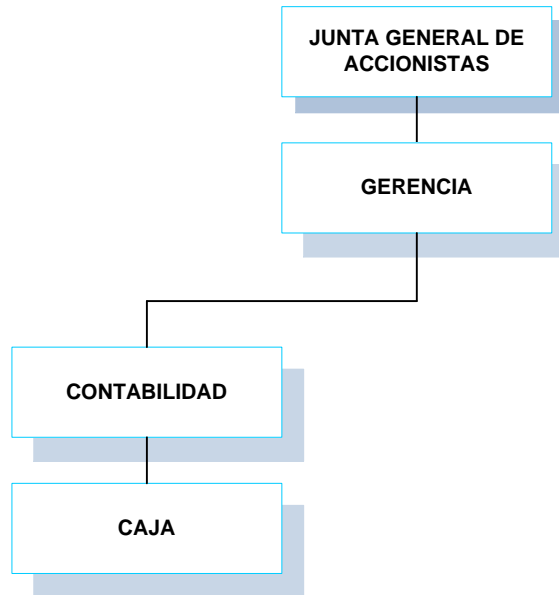
6.8.2. Departamento de Contabilidad

Este departamento tiene a su cargo la medición, identificación, acumulación, análisis, preparación, interpretación, y comunicación de la información financiera, que será utilizada por la gerencia. Así mismo se encargará de preparar los informes financieros que serán utilizados para la toma de decisiones dentro de la unidad comercial.

6.8.3. Departamento de Comercialización

Lo integra un cajero/a; para cobrar las ventas; será los responsable de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado el supermercado.

6.8.4. Organigrama Estructural



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

6.8.5. Niveles Administrativos

Los niveles administrativos de “SUPERARTE Cía. Ltda.” son:

- Nivel Directivo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Auxiliar

a) Nivel Directivo

Este nivel está compuesto por los socios que conforman la compañía, estos a su vez forman la Junta General de Socios y son responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones. Están representados por el presidente.

b) Nivel Gerencial

Este nivel está integrado por el Gerente el cual representa legalmente a la compañía en forma judicial y extrajudicial; además conduce la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas y las actividades del supermercado.

c) Nivel Auxiliar

El nivel auxiliar está integrado por el Contador que realizará las funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la microempresa. Además el cajero, quien estará encargado de registrar las ventas de mercadería.

6.9. Manual de Funciones

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
PRESIDENTE	ESTRUCTURALES Ética profesional Honestidad Responsabilidad LABORALES Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e informar de estos particulares a la junta general de socios. Convocar y presidir las sesiones de junta	Liderazgo. Estabilidad emocional Trabajo bajo presión. Buen manejo de relaciones humanas.	Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores. Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas. Dirigir y controlar el correcto desempeño	Instrucción Formal: Estudios en Administración de empresas, Economía o afines. Edad: De preferencia de 30 a 45 años. Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.

	<p>general de socios y suscribir las actas; Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas. Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia. Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo. Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.</p>		<p>de la misma. Tomar decisiones al interior de la empresa. Motivar al personal.</p>	
--	---	--	--	--

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
GERENTE GENERAL	<p>ESTRUCTURALES Ética profesional Honestidad Responsabilidad</p> <p>LABORALES Representar legalmente a la compañía; Conducir la gestión de los negocios de la compañía; Dirigir la gestión económica financiera de la compañía; Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía; Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general; Presentar a la Junta general de socios un informe de la gestión financiera. Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios.</p>	<p>Liderazgo. Estabilidad emocional Trabajo bajo presión. Buen manejo de relaciones humanas.</p>	<p>Representar legalmente a la empresa ante terceros. Determinar el perfil profesional de cada cargo. Dirigir y controlar el correcto desempeño de la misma. Tomar decisiones al interior de la empresa. Motivar al personal. Preparar presupuestos</p>	<p>Instrucción Formal: Estudios en Administración de empresas, Economía o afines. Edad: De preferencia de 30 a 45 años. Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.</p>

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
CONTADOR	<p>ESTRUCTURALES Ética profesional Confidencialidad Organización</p> <p>LABORALES Tolerancia al estrés. Trabajo en equipo Destreza matemática Monitoreo y control</p>	<p>Manejo de sistemas contables.</p> <p>Trabajo bajo presión. Conocimiento de leyes tributarias.</p> <p>Cumplir con todas las disposiciones que emite el SRI.</p> <p>Buenas relaciones humanas.</p>	<p>Realizar cuadros contables. Registrar y controlar ingresos y egresos de la empresa. Elaborar estados financieros. Elaborar informes periódicos</p>	<p>Instrucción Formal: Estudios Contabilidad Superior y Auditoría</p> <p>Edad: Entre 25 a 40 años.</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.</p>

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
CAJERO	<p>ESTRUCTURALES Compromiso Honestidad Profesionalismo Confidencialidad</p> <p>LABORALES Coordinar las actividades de facturación Trabajo en equipo. Sensibilidad de prever necesidades de clientes e iniciativa para soluciones oportunas con los productos y/o servicios adecuados. Capacidad para atender dudas e inconformidades de los clientes</p>	<p>Estabilidad emocional Trabajo bajo presión. Buen manejo de relaciones humanas</p>	<p>Proponer planes de campaña para clientes Realizar planificación de medios.</p> <p>Proponer soluciones efectivas a consultas de clientes. Realizar visitas a empresas para socializar el servicio.</p>	<p>Instrucción Formal: Estudios superiores en Marketing, Contabilidad, Administración de Empresas.</p> <p>Edad: Entre 18 a 30 años. Experiencia: 2 años en funciones similares.</p>

6.10. Constitución Legal

La compañía se constituirá mediante escritura pública, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, luego será inscrita en el registro mercantil.

La escritura pública contendrá:

- Lugar y fecha en que se celebró el contrato
- Nombre, nacionalidad, y domicilio de las personas naturales y jurídicas que constituyan la compañía.
- El objetivo social debidamente concretado
- Su denominación y duración
- El importe del capital social, dividido en número de acciones, así mismo el nombre y nacionalidad de los suscriptores.
- El domicilio de la compañía
- La forma de administración y las facultades de los administradores
- La forma de convocar a las juntas generales de accionistas
- Las normas de reparto de utilidades
- Determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente

6.10.1. Constitución como Compañía de Responsabilidad Limitada

Según el Art. 93 reformado de la(Ley de Compañías, 2011)la Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura.

Si se utilizare una denominación adjetiva, será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como comercial. Industrial, agrícola, constructora, etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar. El mínimo de socios es tres y el máximo quince.

Los cónyuges entre si no pueden comparecer juntos a la constitución de una compañía de responsabilidad limitada. El capital suscrito de la compañía no podrá ser menor de cuatrocientos dólares, y deberá estar pagado al momento de otorgarse la escritura de constitución, por lo menos el cincuenta por ciento y el saldo en el plazo de un año.

Para constitución legal de la microempresa es necesario que un abogado redacte una minuta al igual que los estatutos los cuales deben ser redactados junto con los socios de la microempresa, el cual regirá la vida de la microempresa y evitará que exista inseguridad jurídica, es decir, hará que exista predictibilidad.

6.10.2. Registros Legales

➤ Registro Único de Contribuyentes

Como persona natural este supermercado está obligado a inscribirse en el RUC para someterse con lo establecido en la ley tributaria, permitiendo tener la recaudación de impuestos cada mes.

➤ Permiso Municipal

La obtención de la patente municipal y permiso de funcionamiento se la obtiene en la Municipalidad de Ibarra, misma que es obligatoria para quien quiera ejercer cualquier actividad económica.

➤ **Permiso Sanitario**

Para este tipo de actividades el permiso sanitario es importante, ya que en él se justifica la higiene y salud del personal que labora en la empresa a través de exámenes médicos.

➤ **Cámara de Comercio**

Toda actividad comercial deberá afiliarse a la respectiva cámara según la actividad que ejerza, pero esta afiliación es voluntaria no obligatoria

6.11. Estrategias Empresariales

6.11.1. Estrategias de Diferenciación

Esta estrategia consistirá en la diferenciación del supermercado a nivel local y regional, mediante la adecuación estratégica de sus instalaciones las que serán, cómodas y atractivas; una gran variedad de artesanías ubicadas en vitrinas, estanterías y perchas. Pero la diferencia la hace la libertad que tendrá el cliente al momento de realizar sus compras al igual que en los supermercados de alimentos.

6.11.2. Estrategia de Innovación y Capacidad para Satisfacer al Cliente

Investigar los gustos y preferencias de compra del cliente o el grado de satisfacción que perciben del servicio, lo que generará ventajas competitivas de la empresa.

6.11.3. Estrategias Comerciales y Promocionales

Son las que potencian las relaciones con el cliente, el proveedor y los colaboradores utilizando herramientas como: la Gestión de la Administración, que permita a la empresa disponer de una base de conocimientos para ofrecer un servicio personalizado.

El tratamiento de los pedidos por medios telefónicos y el manejo de la logística de interacción con el cliente/proveedor. Utilizado además para las estrategias de telemarketing o portal transaccional en Internet, para las compras, pagos y transacciones on-line que permita la virtualización del negocio.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.1. Introducción

En este estudio se determinan los impactos positivos y negativos que podrán presentarse cuando se implante el proyecto, de ahí la importancia de analizar su efecto cualitativo y cuantitativo.

El proyecto, pretende incidir en el impacto social, económico, comercial, empresarial, educativo - cultural

7.2. Matrices de Impactos

Para la evaluación de los impactos, se utilizará una matriz de impactos para cada uno de los aspectos y sus elementos de análisis. La valoración se dará de acuerdo a los niveles que se detallan a continuación:

PUNTAJE	SIGNIFICADO
-3	Negativo en el nivel alto
-2	Negativo en el nivel medio
-1	Negativo en el nivel bajo
0	Neutro
1	Positivo en el nivel bajo
2	Positivo en el nivel medio
3	Positivo en el nivel alto

Para el cálculo de la valoración de los impactos se aplicara la siguiente fórmula:

FÓRMULA N° 11.- Valoración de Impactos

$$\text{Impacto} = \frac{\Sigma \text{ Nivel de Impacto}}{\text{Nro de Indicadores}}$$

7.2.1. Matriz Impacto Social

CUADRO N° 61.- Matriz de Impacto Social

ESCALA INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de empleo						x		2
Calidad de vida						x		2
Desarrollo local					x			1
Estabilidad económica						x		2
TOTAL					1	6		7

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

Impacto Social= 7/4

Impacto Social= 1,75

Nivel de impacto = bajo positivo

ANÁLISIS:

El presente proyecto pretende incidir en el mejoramiento de la calidad de vida de los artesanos, porque se generará fuentes de empleo directas e indirectas, porque se requerirá de sus artesanías para abastecer el supermercado, por ende lograrán tener un estabilidad económica a largo plazo, por otra parte se contribuirá de alguna manera al desarrollo local, con el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

7.2.2. Matriz Impacto Económico

CUADRO N° 62.- Matriz de Impacto Económico

INDICADOR	ESCALA							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Estabilidad económica familiar							x	3
Inversiones de capital						x		2
Aporte al PIB					x			1
Desarrollo de la actividad comercial					x			1
TOTAL					2	2	3	7

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Impacto económico = 7/4

Impacto económico = 1,75

Nivel de impacto = bajo positivo

ANÁLISIS:

Con la ejecución de esta propuesta se producirá estabilidad económica familiar, por que existirán más recursos económicos para las personas que proveerán al supermercado. También se pretende tener inversiones de capital por que esta unidad productiva puede constituirse por artesanos de la provincia.

Existirá un aporte mínimo al PIB porque existirá la oferta y utilización final de bienes y servicios. La empresa formada por un grupo de accionistas desarrollará la actividad comercial que le permitirá generar utilidades.

7.2.3. Matriz Impacto Educativo y Cultural

CUADRO N° 63.-Matriz de Impacto Educativo y Cultural

INDICADOR	ESCALA							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de conocimientos							x	3
Cambios en el estilo de vida					x			1
Preservación de valores cívicos						x		2
TOTAL					1	2	3	6

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Impacto económico = 6/3

Impacto económico = 2

Nivel de impacto = medio positivo

ANÁLISIS:

La realización del proyecto generará conocimientos a la sociedad porque a través de este supermercado, se dará a conocer el arte y cultura de las personas que viven en cada cantón. Se cambiarán los estilos de vida de los consumidores de arte, porque tendrán a la mano un solo lugar que comercializa artesanías de Imbabura.

El proyecto preservará los valores cívicos porque se convertirá en una galería cultural, difusiva de las costumbres y tradiciones.

7.2.4. Matriz Impacto Comercial

CUADRO Nº 64.- Matriz de Impacto Comercial

INDICADOR \ ESCALA	ESCALA							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Posicionamiento en el mercado						x		2
Servicio y atención al cliente						x		2
Imagen distintiva						x		2
TOTAL						6		6

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Impacto económico = 6/4

Impacto económico = 1,5

Nivel de impacto = bajo positivo

ANÁLISIS:

El proyecto logrará posicionamiento en el mercado porque será el único que comercializará artesanías típicas de cada cantón de la provincia de Imbabura. Tendrá un impacto positivo en el servicio y atención al cliente porque se contará con personal altamente capacitado.

El proyecto dará una imagen distintiva a la ciudad de Ibarra, porque será atractivo especial para el turismo, que aprecia las artesanías. Se tendrá una ligera disminución en las ventas directas de los productores de artesanías al consumidor porque el supermercado abarca más compradores.

7.2.5. Matriz Impacto Empresarial

CUADRO N° 65.- Matriz de Impacto Empresarial

INDICADOR	ESCALA							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Cultura de calidad						x		2
Eficiente manejo de recursos						x		2
Creatividad							x	3
Procesos eficientes					x			1
TOTAL					1	4	3	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Impacto económico = 8/4

Impacto económico = 2

Nivel de impacto = medio positivo

ANÁLISIS:

Se mantendrá una cultura de calidad por que la organizacional se orientará constantemente al mejoramiento continuo tanto del producto como en la atención al cliente.

El manejo eficiente de los recursos humano, económico, material y tecnológico permitirá ser más competitivos. La creatividad será la característica esencial para la diferenciación de la empresa en el mercado. Los procesos siempre serán eficientes por que la satisfacción del cliente es una política fundamental

7.3. Matriz General de Impactos

CUADRO N° 66.- Matriz General de Impactos

INDICADOR \ ESCALA	ESCALA							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Social						x		2
Impacto Económico						x		2
Impacto Educativo-Cultural						x		2
Impacto Comercial					x			1
Impacto Empresarial						x		2
TOTAL					1	8		9

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Impacto General= 9/5

Impacto General = 1,8

Nivel de impacto general= medio positivo

ANÁLISIS:

Luego del análisis de los impactos se tiene como resultado que el impacto general del proyecto es favorable, al arrojar una ponderación de 1,8 hace que el proyecto sea viable para la creación del supermercado, este beneficiará a todos los involucrados de la zona de producción, consumo y comercialización generando ingresos económicos y bienestar para la población involucrada.

CONCLUSIONES

1. Imbabura es una provincia turística, que ofrece elementos positivos en el ámbito comercial, porque cuenta con distintos recursos naturales que la embellecen, por lo que es constantemente visitada por propios y extranjeros.
2. El estudio del mercado indica que el proyecto es favorable, al existir demanda insatisfecha en cantidad y en atención a los clientes. La afluencia de turistas nacionales y extranjeros ha generado un flujo representativo de demanda.
3. Para la implementación de esta microempresa, se requiere contar con mano de obra calificada para realizar los procesos administrativos, además no se requiere de alta tecnología para la comercialización de productos.
4. El proyecto es aceptable y sustentable, porque muestra resultados positivos, en el análisis financiero, los ingresos son mayores a los gastos, el VAN es positivo, el costo/beneficio muestra rentabilidad por cada dólar invertido
5. El proyecto es factible para ejecutarlo, puesto que en la actualidad no existen un supermercado de artesanías de toda la Provincia, solo existen los típicos almacenes, en donde el cliente no tiene tanta facilidad para apreciar las artesanías.
6. En lo referente a los impactos, este proyecto incidirá principalmente en al ámbito social y cultural porque este proporcionara información relevante sobre las artesanías que se producen en cada uno de los cantones de la provincia.

RECOMENDACIONES

1. Aprovechar al máximo la demanda potencial existente, por ser un supermercado que modifica los esquemas de comercialización de artesanías.
2. Implantar el proyecto en el menor tiempo posible para cristalizar los resultados del estudio de mercado y las expectativas de la población.
3. Tratar de involucrar talento humano, idóneo especialmente nuevos profesionales que pueda prestar sus servicios en la comercialización y exportación de las artesanías.
4. Mejorar la imagen de la empresa mediante una excelente prestación de servicios y venta de artículos de calidad para lograr captar una mayor demanda en el mercado.
5. Aprovechar la ayuda económica y el asesoramiento técnico que ofrece el gobierno del Ecuador, para impulsar el comercio internacional.
6. Es necesario impulsar la implementación de unidades productivas, porque eso permitirá el desarrollo local, regional y nacional; en especial si se trata de mejorar las condiciones socioeconómicas de los grupos vulnerables.

BIBLIOGRAFÍA Y LINGÜOGRAFÍA

"La Ebanistería". (2001). Recuperado el 15 de Marzo de 2011, de <http://www.unet.edu.ve/unet2001/.../artesanía.htm>

Almeida, I. (2001). Historia del Pueblo Kechua. Quito: Abya-Yala.

Amaguaña, J. (16 de Febrero de 2011). Proceso de elaboración del pocho. (N. Chugá, Entrevistador)

Baca, G. (2010). Evaluación de Proyectos. México: MC Graw Hill.

Banco Central del Ecuador. (s.f.). Subsecretaría de Comercio e Inversiones - MIC. Recuperado el 15 de Febrero de 2011, de <http://www.bce.gov.ec>

Benavides, C. (2008). Arte del Borado. Recuperado el 11 de Marzo de 2011, de <http://www.artebordaoro.blogspot.com>

Buitrón, R. (2007). Bordados de Zuleta. Recuperado el 16 de Febrero de 2011, de <http://www.bordadosdezuleta.com>

Castro, E. (2008). Catalogo artesanal de Imbabura "Artesanos Herencia Genética Creativa". Ibarra: PUCE-I.

Colección Pendoneros. (2000). Artesanos campesinos: desarrollo socio económico y proceso de trabajo en la artesanía textil de Otavalo. Quito: Ediciones del Banco Central del Ecuador;.

Endara, A. (2008). www.palabras.bligoo.com. Recuperado el 26 de Marzo de 2011, de <http://palabras.bligoo.com/content/view/126956/talabarateria.html>

Florez Andrade, J. (2007). Como crear y dirigir la nueva Empresa. Colombia: Ecoe Editores.

Fontana, A., & Keller, A. (2001). Tejido, Bordado y Telar. Colombia: LEXUS editores.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2011). www.inec.gob.ec. Recuperado el 26 de Marzo de 2011

Ley de Compañías. (2011). Superintendencia de Compañías. Recuperado el 14 de Febrero de 2011

Mediavilla, L. (2011). www.infoguiaquito.com. Recuperado el 12 de Marzo de 2011, de <http://www.infoguiaquito.com/lacarlina/rubros/patentemunicipal-es-requisito-para-ruc-1.html>

Méndez, J. (2007). La economía en la Empresa. México: Mac Graw Hill.

Ministerio de Agricultura, G. A. (2008). Recuperado el 16 de Febrero de 2011, de <http://www.magap.gov.ec>

Ministerio de Relaciones Laborales. (2010). www.mrl.gob.ec. Recuperado el 02 de Marzo de 2011, de <http://salarios.mrl.gob.ec>

Ministerio de Turismo. (2010). www.turismo.gob.ec. Recuperado el 23 de Marzo de 2011, de http://www.turismo.gob.ec/inedex.php?option=com_contentview=articleid=2

Miquel, S., & Parra, F. (2006). Distribución Comercial. Madrid: ESIC Editorial.

Montagut, X., & Vivas, E. (2007). Supermercados, grandes cadenas de distribución: impactos y alternativas. España: Icaria S.A.

Páez, H. (2010). www.agroecuador.com. Recuperado el 15 de Marzo de 2011, de <http://www.agroecuador.com/HTML/Censo/censo4226.htm>

Pereira, J. (2008). www.hotfrog.es. Recuperado el 12 de Marzo de 2011, de <http://www.hotfrog.es/empresas/origen-supermercados>

Pino, G. (2006). Las Artes Plásticas. Costa Rica: Universidad Estatal San José de Costa Rica.

Posso Yépez, M. (2006). Metodología para el Trabajo de Grado. Ibarra: PUCE - I.

Reyes, A. (2004). Administración de Empresas teoría y práctica. México: Limusa S.A.

Scott Doyle, M., & Fryer, B. (2006). Éxito Comercial. Boston USA: Cengage Learning.

Servicio de Rentas Internas. (2011). www.sri.gov.ec. Recuperado el 20 de Marzo de 2011

Superintendencia de Compañías. (2011). www.sic.gov.ec. Recuperado el 28 de Marzo de 2011

Tovar, E. (2010). Arte de Hoy. Recuperado el 14 de Marzo de 2011, de <http://www.artedehoy.com/html/transporte.html>

Val, S. (2009). www.saladeartewenteche.cl. Recuperado el 12 de febrero de 2011, de www.saladeartewenteche.cl/supermercado-arte

Villalba, O. (2006). *Arte y Artesanías de San Antonio de Ibarra*. Ibarra: Imprenta Noción.

Welsch, G. (2006). *Presupuestos Planificación y Control*. México: Pearson Educación de México S.A.

Zapata, P. (2008). *Contabilidad General*. México: McGraw Hill.

ANEXOS

ANEXO Nº 1. Microempresas de Artesanías de Imbabura

Nº	RUC	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE DEL LOCAL
IBARRA			
1	1001050366001	Morales Martha Cecilia	Adornos para El Hogar
2	1002623476001	Basantes Vásquez Susana Beatriz	Almacén Utilísima Artesanías/Prendas Vestir
3	1002278156001	Garrido Almeida Álvaro Santiago	Art Calif Manos Libres Galería Taller
4	1000249340001	Ordoñez Mantilla Gloria Mercedes	Art Calif Venta De Artesanías
5	1000078764001	Montesdeoca Hugo Olmedo	Art.CalifArtesanías
6	1000685956001	Castro Vilañez Luis Tarquino	Art.CalifArtesanías
7	1000095339001	Espinoza Cisneros Carlos Eloy	Art.CalifArtesaníasArteEspinoza
8	1712592201001	PérezGuachagmira Byron Iván	Art.CalifArtesaníasÁtico Y Matiz
9	1002322533001	Yandún Gonzales Marisela Lolay	Art.Calif Decorado En Madera
10	1001606498001	Cuasapaz Miranda Guida Germania	Art.CalifElaboración De Adornos Para el Hogar
11	1000910818001	Cevallos Yépez Gabriel Salomón	Art.Calif Esculturas GaleríaGabriel Cevallos
12	1002024964001	IbadangoTerán Nelson Vitaliano	Art.CalifGaleríaEdiv
13	1001863131001	Terán Salas Rocío Patricia	Art.CalifLindysArtesanías
14	1000578334001	Montesdeoca Rivadeneira Nancy	Art.CalifRincóndel Arte Artesanías
15	1000078764001	Montesdeoca Hugo Olmedo	Art.Calif Taller de Arte Y Turismo Hm
16	1000873545001	López Espinosa Sergio Alonso	Art.Calif Taller Demostrativo Artesanías
17	1000060812001	Ipiales Sanguino Rosa María	Art.Calif Venta de Artesanías
18	1001189198001	Fuentes Villegas Luis David	Art.Calif Venta de Artesanías
19	1002175196001	Cevallos Ipiales Juan Carlos	Art.Calif Venta de Artesanías
20	1001302254001	Flores Checa Susana Cecilia	ArtcCalif Arte Sano Artesanías
21	1000372233001	Potosí Suarez Luis Aníbal	ArtcCalifArtesanías
22	1001221959001	TeránMontesdeoca Martha Nohemy	ArtcCalifArtesanías
23	1001352788001	VillalbaTerán Jorge Luis	ArtcCalifArtesanías
24	1001411170001	Galeano Vallejo Milton Rodrigo	ArtcCalifArtesanías

25	1001556685001	Chamorro Flores Fausto	ArtcCalifArtesanías
26	1001678331001	TeránMontesdeoca Sonia Margarita	ArtcCalifArtesanías
27	1001800919001	García Portilla Hernán Gabriel	ArtcCalifArtesanías
28	1001951076001	ChiribogaVaez William Patricio	ArtcCalifArtesanías
29	1002448759001	Pita Vásquez Nelson Fabián	ArtcCalifArtesanías
30	1306176585001	Cruz VélezMaría Del Rocío	ArtcCalifArtesanías
31	1710362045001	Arcos Ortega Edison Orlando	ArtcCalifArtesanías
32	1000896983001	Palacios Corrales Héctor Julio	ArtcCalifArtesanías
33	1000523207001	Enríquez Mera Laura Imelda	ArtcCalifArtesanías
34	1001498052001	MontesdeocaVillarruel Graciela Alba Nubia	ArtcCalifArtesaníasMultiarte
35	1001438520001	Terán Villegas Sixto María	ArtcCalifArtesanías Tallado
OTAVALO			
1	1000983237001	Rivera Yépez Javier Patricio	Artc. CalifArtesanías
2	1000896983001	Palacios Corrales Héctor Julio	Artc. CalifArtesanías
3	1002642518001	PomasquíPomasquí Lauro German	Artc.Calif Taller de Escultura Y Pintura
4	1002563490001	BedonTeránCristian Alexander	Arte Colonial 3
5	0401293725001	Valverde Bernal Mery Graciela	Arte Mágico Taller Y Galería
6	1001814316001	Checa Gudiño Patricia Maricela	ArtesaníaParchecitos
7	1000414548001	Almeida Vásquez Teresa De Jesús	Artesanías
8	1000415677001	Almeida Vásquez Lauro Severo	Artesanías
9	1002038436001	Castillo Reyes Silvia Elizabeth	Artesanías
10	1001783628001	Salas Gallegos Marcelo Fabián	Artesanías
11	1000549913001	Potosí Suarez Edgar Gilberto	Artesanías
12	1091708112001	FundaciónCooperacióny Acción Comunitaria	Artesanías
13	1002364766001	DíazVillarroel Edison Ernesto	Artesanías
14	1001869468001	Miño Montalvo MaríaRobertina	Artesanías
15	1002048385001	PiñanTeanga Nancy Del Carmen	Artesanías
16	1001444569001	Sandoval Luis Alfonso	Artesanías
17	0400788592001	Mora Ruano Carmela Elisa	Artesanías

18	1722280425001	Quiñonez Portillo Dayra Fernanda	Artesanías
19	1002008108001	Rodas Cabrera Lorena Alexandra	Artesanías
20	1002168084001	Fuentes Chuquin Digna Esperanza	Artesanías
21	1001700416001	Zumárraga Ortiz María Luisa	Artesanías
22	1709980054001	Guerrero Díaz Rina Elizabeth	Artesanías
23	1002498986001	MillánNarváezJaneth Lorena	Artesanías Arte Manual
24	1001631991001	Villalba Sevilla Ricardo Germánico	Artesanías Centro De Arte
ANTONIO ANTE			
1	1001121431001	Regalado Clavijo Jorge Rosendo	Artesanías Mayu
2	1001903887001	Gómez Almeida Lenin Marcelo	ArtesaníasGaleríaGómez 2
3	1001434701001	Potosí Suarez Gloria Margarita Lucia	Variedades Emily
4	1001684990001	YacelgaPotosí Hugo Alfonso	Fabricaciónde Muebles
5	1002727988001	Pomasquí Colimba Wilson Fabián	Fabricaciónde Muebles
COTACACHI			
1	1003368154001	Maigua Guerrero Jorge	Venta de Artículos De Cuero "Saccardi"
2	1002320412001	HernándezCalpaWashin tonlván	Fabricación de Talabartería
3	1001748506001	Esparza Encalada Yeseña Maite	Venta de Artículos De Cuero
4	1001254463001	Castelo Iles Zoila Rosa Orfelina	Venta de Artículos De Cuero
5	1000994614001	Recalde Aguirre Elizabeth Del Rocío	Venta de Artículos De Cuero
6	8040014170001	RendónRamírezJesús Antonio	Venta de Artículos De Cuero
7	1001668738001	Yépez Castillo Marco Antonio	Venta de Artículos De Cuero
8	1002394649001	Chuquín Cervantes Milton Moises	Venta de Artículos De Cuero
SAN MIGUEL DE URCUQUI			
1	1002013959001	Recalde Potosí Camilo	Fabricaciónde Talabartería
2	1000064384001	Gordillo Gladys Alicia	Manualidades Mujeres Emprendedoras
3	1000786887001	Subía Carrera Segundo Cristóbal	Venta de Artesanías
PIMAMPIRO			
1	1001434701001	Terán Suarez Eufemia Margarita	Manualidades Aureola de Ensueños
2	1002524385001	Castillo Puma Juan Carlos	Tallador

Fuente: Gobierno Provincial de Imbabura

Elaborado por: La autora

ANEXO Nº 2. Entrada de Extranjeros y Salida de Ecuatorianos 2007-2010

ENTRADAS				
JEFATURAS	2007	2008	2009	2010
PICHINCHA	33.124	29.999	34.373	28.930
GUAYAS	18.447	17.559	17.807	16.831
IMBABURA	13.253	10.296	11.120	12.120
EL ORO	18.973	12.916	11.401	11.415
LOJA	1.185	1.000	1.186	1.085
OTRAS JEFATURAS	858	1.362	1.143	1.036
TOTAL	85.840	73.132	77.030	71.417

SALIDAS				
JEFATURAS	2007	2008	2009	2010
PICHINCHA	21.110	21.076	26.224	26.526
GUAYAS	26.551	31.628	34.865	28.304
IMBABURA	1.872	1.874	1.506	1.267
EL ORO	6.856	13.240	7.543	6.964
LOJA	955	1.335	1.167	1.063
OTRAS JEFATURAS	411	264	483	382
TOTAL	57.755	69.417	71.788	64.506

ANEXO Nº 3.Formato de Censo Aplicado a los Microempresarios de Artesanías.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

OBJETIVO: Obtener información importante del sector microempresarialde la provincia de Imbabura, que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de un supermercado para la comercialización de artesanías imbabureñas.

1. ¿Posee un documento, que indique las funciones de las personas que trabajan en su empresa?
Si () No ()

2. ¿Qué tipo de tecnología utiliza para la fabricación de artesanías?
Moderna () Manual ()

3. ¿Cómo califica la supervisión que se realiza en los procesos productivos?
Muy buena () Buena () Regular () Mala ()

4. ¿Realiza una planificación de actividades para la elaboración de los productos?
Siempre () Rara vez () Nunca ()

5. ¿Lleva un registro para el control de materias primas y productos terminados?
Siempre () Rara vez () Nunca ()

6. ¿Qué tipo de financiamiento utiliza para la operación de su negocio?
Capital Propio () Instituciones Financieras () ONGs ()

7. ¿Cómo se desarrolla el proceso productivo en las microempresas?
Individual () Con la Familia () Con Empleados ()

8. ¿En qué medida considera que practican sus empleados los siguientes valores?

	MUCHO	POCO	NADA
Agilidad en la atención	()	()	()
Cortesía	()	()	()
Respeto	()	()	()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nº 4. Formato de Entrevista

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**

OBJETIVO:

Determinar la situación actual de la actividad artesanal en los diferentes cantones de la provincia de Imbabura

Entrevista dirigida a los señores: Luis Saavedra, Leonardo Alvear, Vicente Almeida, artesanos muy reconocidos en el ramo artesanal.

CUESTIONARIO

1. ¿Cómo considera que se encuentra la actividad productiva de los artesanos?
2. ¿Qué inconvenientes se han presentado en la comercialización de artesanías?
3. ¿Según su opinión, cuales son las características que debería tener un artesano prospero?
4. Para lograr el éxito empresarial ¿Cómo cree que se deberían administrar las microempresas de artesanías?
5. Cuando tiene necesidad de capital de trabajo. ¿A quién recurre? a bancos, cooperativas, ONG o chulco

6. ¿Cómo realiza el control de ingresos y gastos de su actividad artesanal?
7. ¿Qué se podría realizar en la provincia para el mejoramiento de la producción y comercialización de artesanías?
8. ¿Estaría de acuerdo en convertirse en proveedor de un gran supermercado de artesanías en la ciudad de Ibarra?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nº 5. Formato de Encuesta dirigida a los Compradores de Artesanías

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMPRADORES DE ARTESANÍAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA

OBJETIVO: Cuantificar la demanda de artesanías de los habitantes de la provincia de Imbabura, además obtener información respecto a la calidad de servicio al cliente.

1. ¿Ha comprado artesanías típicas de la provincia?

Si () No ()

2. De la siguiente lista de artesanías escoja la de su preferencia?

Artículos de cuero	()	Muebles de San Antonio	()
Bordados	()	Manualidades	()
Esculturas	()	Cerámica	()
Tejidos a mano	()	Pintura	()
Bisutería	()	Artículos de cabuya	()
Talabartería	()		

3. ¿Con que frecuencia compra artesanías?

Mensual () Trimestral () Semestral () Anual()

4. ¿Cómo considera los precios de las artesanías?

Caro () Normal () Barato()

5. ¿Qué presupuesto destinaria para la compra de artesanías?
5 a 15 dólares () 16 a 30 dólares () 31 a 45 dólares ()
46 a 60 dólares () 61 a 75 dólares () 76 a 100 dólares ()
101 a más dólares ()
6. ¿Está de acuerdo que existiera un supermercado que comercialice las artesanías de cada uno cantones de la provincia de Imbabura?
De acuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo () En desacuerdo
7. ¿Cómo le gustaría ser atendido en el supermercado de artesanías?
Amabilidad () Rapidez ()
Respeto () Comodidad ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nº 6. Producción de Artesanías

ARTÍCULOS DE CUERO

MICROEMPRESAS	CANTIDAD	P. DIARIA	SEMÁNAL	MENSUAL	ANUAL
10	5	50	250	1000	15.100

MUEBLES

MICROEMPRESAS	CANTIDAD	P. DIARIA	SEMÁNAL	MENSUAL	ANUAL
8	1	8	40	160	2.416

BORDADOS

MICROEMPRESAS	CANTIDAD	P. DIARIA	SEMÁNAL	MENSUAL	ANUAL
12	1	12	60	240	3.624

MANUALIDADES

MICROEMPRESAS	CANTIDAD	P. DIARIA	SEMÁNAL	MENSUAL	ANUAL
5	4	20	100	400	6.040

TALABARTERÍA

MICROEMPRESAS	CANTIDAD	P. DIARIA	SEMÁNAL	MENSUAL	ANUAL
3	0,05	0,15	0,75	0,6	15

CERÁMICA

MICROEMPRESAS	CANTIDAD	P. DIARIA	SEMÁNAL	MENSUAL	P. ANUAL
5	3	15	75	300	4.530

TEJIDOS A MANO

MICROEMPRESAS	CANTIDAD	P. DIARIA	SEMÁNAL	MENSUAL	ANUAL
13	5	65	325	1300	19.630

ESCULTURAS

MICROEMPRESAS	CANTIDAD	P. DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
10	1	2	10	40	604

BISUTERÍA

MICROEMPRESAS	CANTIDAD	P. DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
6	8	48	240	960	14.496

ARTÍCULOS DE CABUYA

MICROEMPRESAS	CANTIDAD	P. DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
2	1	2	10	8	604

PINTURA

MICROEMPRESAS	CANTIDAD	P. DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
3	1	3	15	60	906
TOTAL					67.965

ANEXO Nº 7. Ficha de Observación

Ciudades Ibarra, Otavalo y Cotacachi		
Investigador: Narcisa Chugá	Fecha: 21 de septiembre de 2011	
Informantes: Locales Comerciales	Clasificación: Ficha	
Ficha de Observación		
Título: Precios de Compra para Mayoristas		
Número	Producto	Precio
1	Chompas	90,00
2	Carteras	25,00
3	Zapatos	50,00
4	Juego de comedor	220,00
5	Cama	180,00
6	Blusas	6,00
7	Mantel	24,00
8	Chalinas	4,50
9	Figuras en mate	4,00
10	Muñecas otavaleñas	3,00
11	Rondador	4,50
12	Figuras de piedra jade	15,00
13	Figuras religiosas	55,00
14	Figuras decorativas	35,00
15	Sombreros	9,00
16	Ponchos	16,00
17	Bolsos	18,00
18	Alfombras	35,00
19	Sacos	12,00
20	Manillas	0,50
21	Collares	4,00
22	Aretes	0,40

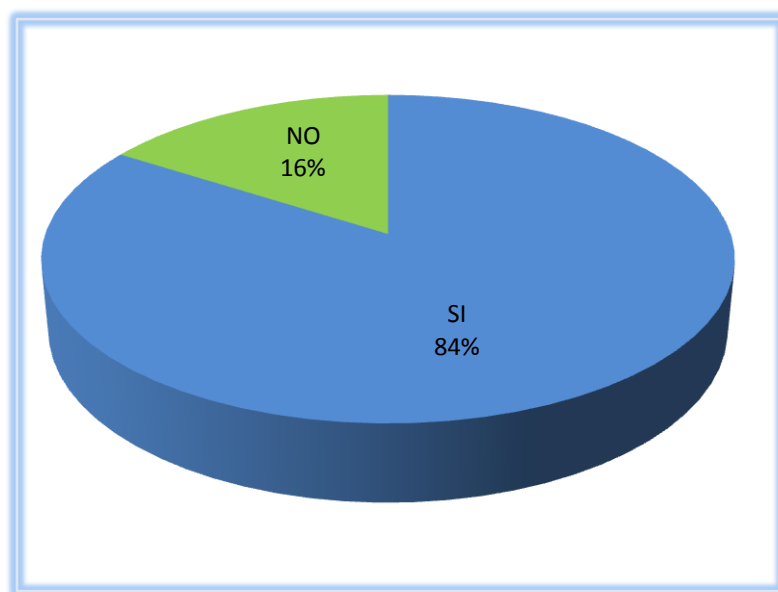
ANEXO Nº 8.- Resultados de la Encuesta aplicada a los Compradores de Artesanías

1.- ¿Ha comprado artesanías típicas de la provincia?

CUADRO Nº 67.- Compra de Artesanías Típicas

DESCRIPCIÓN	F	PORCENTAJE
Si	206	84%
No	39	16%
TOTAL	245	100%

GRÁFICO Nº 22.- Compra de Artesanías Típicas



FUENTE:Compradores de la Provincia de Imbabura
ELABORADO POR:La autora

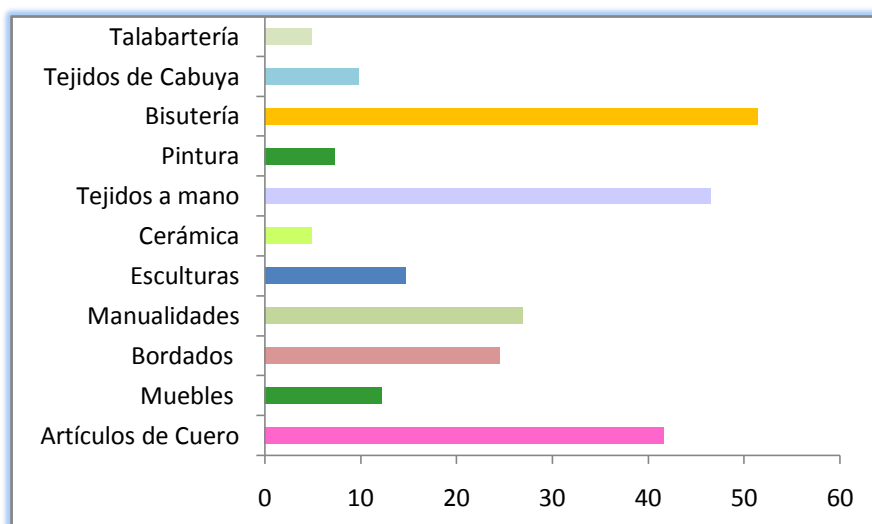
ANÁLISIS: La mayoría de la población ha comprado alguna vez las artesanías de la provincia, mostrándose este resultado en forma favorable, porque demuestra que los productos artesanales tienen aceptación y demanda positiva por parte de los compradores tanto nacionales como extranjeros, además los turistas siempre llevan algún recuerdo del lugar que visitaron.

2.- De la siguiente lista de artesanías seleccione la de su preferencia

CUADRO N° 68.- Preferencia de Compra

DESCRIPCIÓN	F	PORCENTAJE
Artículos de Cuero	42	17%
Muebles	12	5%
Bordados	25	10%
Manualidades	27	11%
Esculturas	15	6%
Cerámico	5	2%
Tejidos a mano	47	19%
Pintura	7	3%
Bisutería	51	21%
Tejidos de Cabuya	10	4%
Talabartería	5	2%
TOTAL	245	100%

GRÁFICO N° 23.- Preferencia de Compra



FUENTE: Compradores de la provincia de Imbabura
ELABORADO POR: La autora

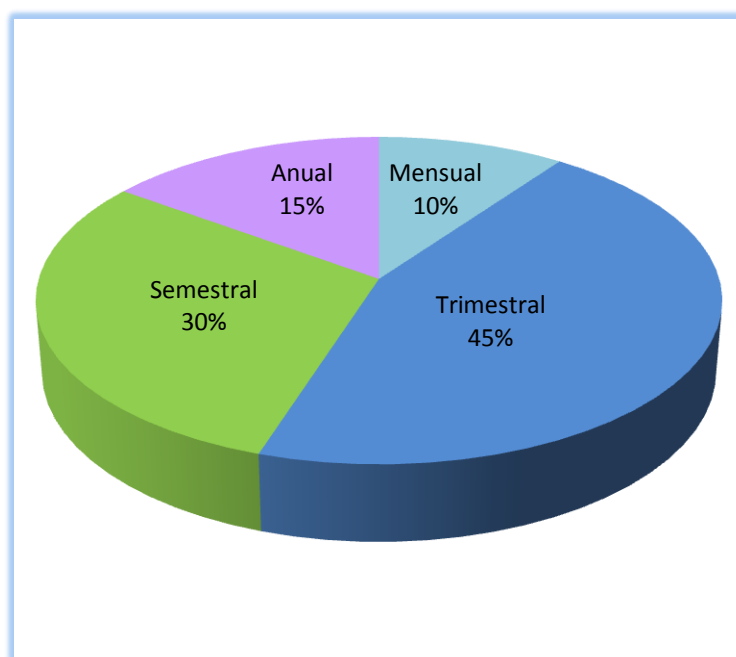
ANÁLISIS: El gráfico anterior indica que las artesanías que tendrán mayor demanda son la bisutería, seguida por los tejidos a mano y los artículos de cuero, con esta información se tomarán decisiones sobre las cantidades a comercializar, los proveedores, los márgenes de utilidad, etc.

3.- ¿Con que frecuencia compra artesanías?

CUADRO N° 69.- Frecuencia de Compra

DESCRIPCIÓN	F	PORCENTAJE
Mensual	25	10%
Trimestral	110	45%
Semestral	74	30%
Anual	37	15%
TOTAL	245	100%

GRÁFICO N° 24.- Frecuencia de Compra



FUENTE: Compradores de la Provincia de Imbabura
ELABORADO POR: La autora

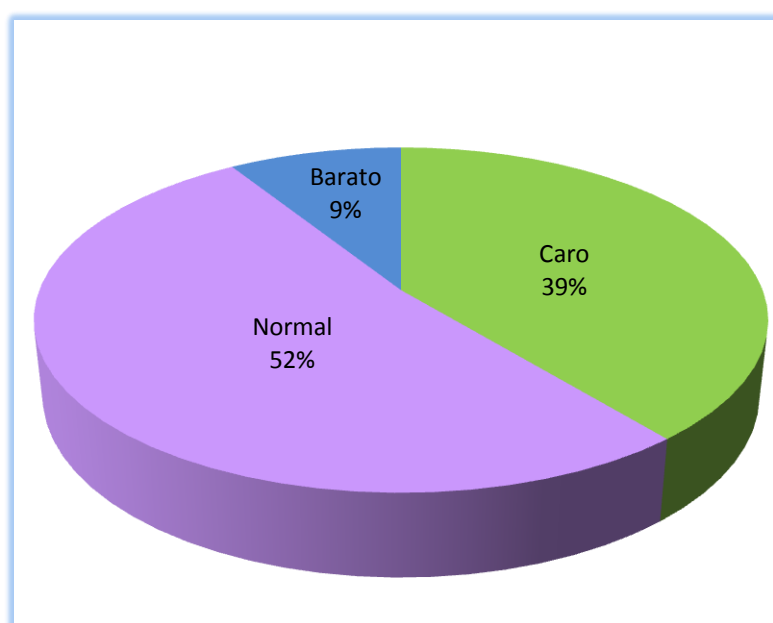
ANÁLISIS: La mayoría de encuestados afirma que compra artesanías trimestralmente, lo que indica que se debe reforzar las estrategias de marketing para tratar que el comprador adquiriera artículos en forma mensual. Las compras anuales se deben al tipo y uso de la artesanía, como los muebles y las esculturas, estos no sufren un rápido deterioro como los artículos de bisutería, bordados, manualidades se venden con mayor frecuencia por ser más baratos y porque duran menos.

4.- ¿Cómo considera los precios de las artesanías?

CUADRO N° 70.- Percepción de Precios de las Artesanías

DESCRIPCIÓN	F	PORCENTAJE
Caro	96	39%
Normal	127	52%
Barato	22	9%
TOTAL	245	100%

GRÁFICO N° 25.- Percepción de Precios de las Artesanías



FUENTE: Compradores de la provincia de Imbabura
ELABORADO POR: La autora

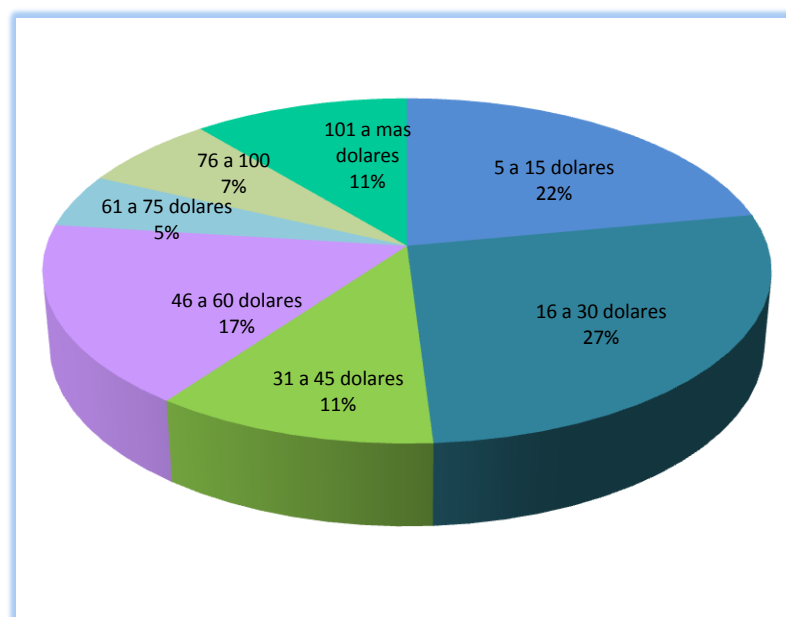
ANÁLISIS: Los compradores consideran que el precio de las artesanías es normal, y que varía de acuerdo al tamaño, calidad, tiempo de elaboración del producto, es decir no ha existido variaciones importantes en dichos precios a pesar de la intermediación.

5.- ¿Qué presupuesto destinaria para la compra de artesanías?

CUADRO N° 71.-Presupuesto Destinado para la Compra de Artesanías

DESCRIPCIÓN	F	PORCENTAJE
5 a 15 dólares	54	22%
16 a 30 dólares	66	27%
31 a 45 dólares	27	11%
46 a 60 dólares	42	17%
61 a 75 dólares	12	5%
76 a 100 dólares	17	7%
101 a más dólares	27	11%
TOTAL	245	100%

GRÁFICO N° 26.- Presupuesto Destinado para la Compra de Artesanías



FUENTE: Compradores de la provincia de Imbabura
ELABORADO POR: La autora

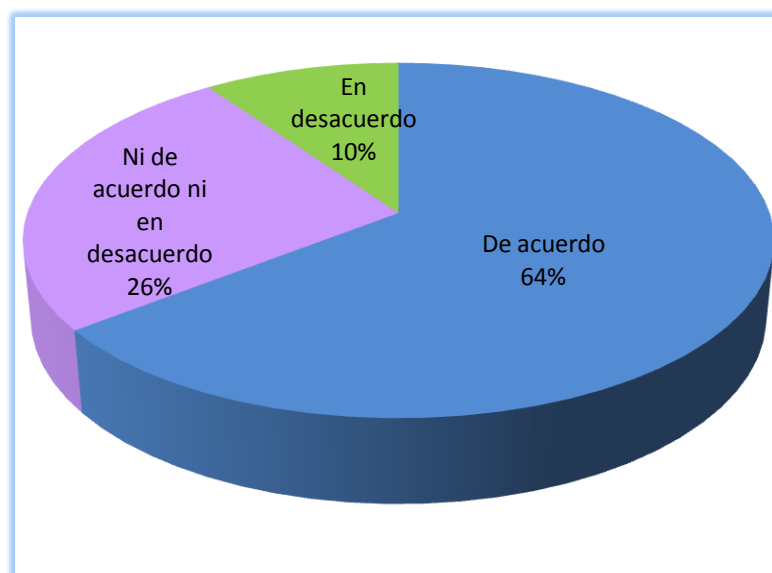
ANÁLISIS: Un porcentaje importante de la población afirma que destinaría un promedio de 16 a 30 dólares para la compra de artesanías, porque la mayoría de artículos que adquieren son de un valor mínimo, este presupuesto varía también por la economía de cada persona, los que tienen mayores ingresos como los turistas extranjeros comprarán artículos de mayor costo y en mayor cantidad.

6.- ¿Está de acuerdo que existiera un supermercado que comercialice las artesanías de cada uno cantones de la provincia de Imbabura?

CUADRO Nº 72.- Opinión de la Población sobre la Creación de un Supermercado de Artesanías

DESCRIPCIÓN	F	PORCENTAJE
De acuerdo	158	55%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	63	35%
En desacuerdo	24	10%
TOTAL	245	100%

GRÁFICO Nº 27.- Opinión de la Población sobre la Creación de un Supermercado de Artesanías



FUENTE: Compradores de la provincia de Imbabura
ELABORADO POR: La autora

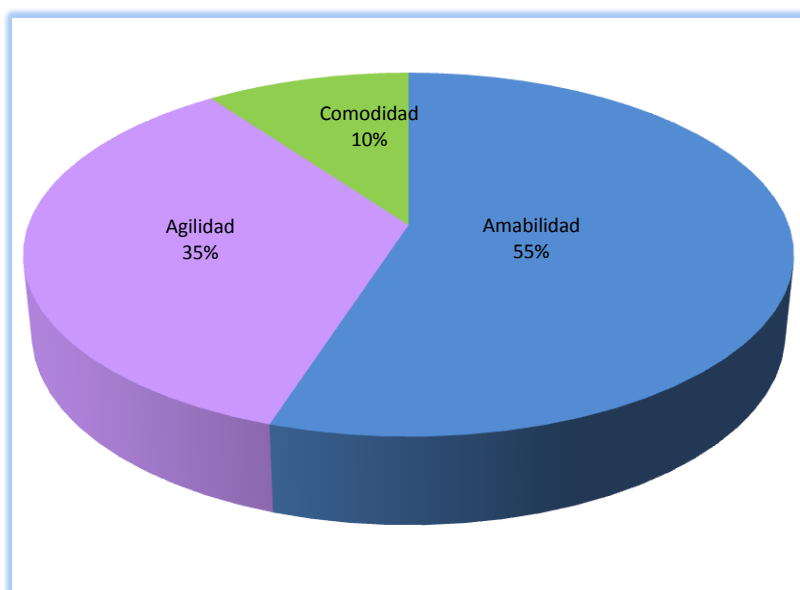
ANÁLISIS: La mayoría de la población afirma estar de acuerdo con la creación de un supermercado de artesanías, debido a que es una forma innovadora de comercio, este les permitirá tener mayor variedad de productos en un solo lugar, pero sobretodo la libertad que tendrán de elegir y manipular los objetos.

7.- ¿Cómo le gustaría ser atendido en el supermercado de artesanías?

CUADRO Nº 73.- Atención al Cliente

DESCRIPCIÓN	F	PORCENTAJE
Amabilidad	135	55%
Agilidad	86	35%
Comodidad	25	10%
Total	245	100%

GRÁFICO Nº 28.- Atención al Cliente



FUENTE: Compradores de la Provincia de Imbabura
ELABORADO POR: Laautora

ANÁLISIS: La amabilidad es un valor importante que la mayoría de personas debería practicar y sobre todo al momento de vender, los encuestados afirman que desean ser atendidos especialmente con amabilidad y agilidad, además creen que todavía existen algunos vendedores que no saben lo que es la atención al cliente, lo que dado lugar a una mala prestación de servicios al momento de la compra.

ANEXO N° 9.-Proforma de Muebles de Oficina



**PROFORMA
N°01936**

RUC:1091734547001

Cliente: NARCISA CHUGÁ Dirección: AV. 17 DE JULIO "EL OLIVO" RUC: 040148589-1	Ibarra, 05 Mayo de 2011 Telf: 094355972
---	--

Cant.	Detalle	V. Unitario	V. Total
3	ESTACIÓN DE TRABAJO Modelo "BIG EGO" elaborada en Melamínico Duraplac Doble Cara de 25mm Con filo PVC muy resistente, Tamaño 1.40cm x 1.60cm en "L", Contiene un Faldón Melamínico, 1 Placa Lateral, Cajonera Triple con seguridad para tres gavetas, Porta teclado de riel, Porta CPU con resbalones.	147,32	441,96
3	SILLA OPERATIVA "FOCUS" Nacional c/b, Espaldar Semireclinable, sistema de regulación de altura, Base cinco puntas con garruchas plasticas, tapíz en cuerina negra	59,82	179,46
Tiempo de Entrega: 15 DIAS LABORABLES Forma de Pago: 60% AL PEDIDO Y 40% A LA ENTREGA Validez Proforma: 15 DIAS Tiempo de Garantía: Un año por daños de fabricación		Subtotal \$	621,43
		IVA 12%	74,57
		TOTAL \$	696,00

LINEA NUEVA
 mobiliario Cia. Ltda.
 RUC: 1091734547001

Entregué Conforme
 Irene Játiva

Reinventamos espacios
 Muebles para Oficina y Hogar

Recibí Conforme

Exhibición: Pedro Moncayo y Olmedo Esq.
 (Frente al Banco Pacifico) Telfs: 2953-400 / 2611-107
 Fábrica: Juan Montalvo 6-59 y Oviedo
 (Frente Iglesia San Francisco) Telf: 2612-791
 Ibarra - Ecuador

www.lineanuevamobiliario.com

e-mail: lineanuevamobiliario@gmail.com

ANEXO N° 10.- Proforma de Equipos de Computación

J & S TECHNOLOGY			
Una nueva visión a la tecnología			
Dirección: Calle Quilago 1-71 y Av. El Retorno / Telfs: 083470796/098461404			
IBARRA- ECUADOR			
PROFORMA			
Fecha: 5 de Junio del 2011			
Srta. NARCISA CHUGÁ Presente.			
Por medio de la presente tenemos el agrado de ofertarle los siguientes equipos:			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	COMPUTADOR CORE I3, DISCO DURO 500 GB, MEMORIA 4GB.	650,00	1300,00
1	IMPRESORA CANON MP 250	105,00	105,00
2	TELÉFONO PROGRAMADOR PANASONIC KXT 7030	35,00	70,00
SUBTOTAL:			1475,00
12 % IVA:			177,00
TOTAL:			1652,00

NOTA: La proforma está sujeta a cambios en los precios por lo que la validez de la misma es de 8 días. La forma de pago es Contado

Atentamente:



Jorge Realpe
GERENTE

ANEXO N° 11.-Proforma de Publicidad en el Diario del Norte

GRUPO CORPORATIVO DEL NORTE

Ibarra, 16 de marzo de 2011

Srta
NARCISA CHUGÁ
Presente

De mi consideración

Reciban un cordial saludo de quienes conformamos diario El Norte, así como el deseo permanente de éxito en sus actividades diarias.

A continuación sirvase encontrar detallado la cotización de acuerdo a lo solicitado por ustedes:

ESPACIO F/C	V. UNITARIO DOMINGO	V. TOTAL X 12 DOMINGOS
D3 (1/4 página) (12.75cm x 16.39 cm)	\$ 144,00	\$ 1 728,00

* Precios no incluyen IVA
* Circulación de lunes a sábado 13.600 y domingo 15.500 ejemplares.
* Forma de pago de contado.

Seguros de poder establecer puentes de mutua cooperación duradera, quedo de ustedes.

Muy atentamente,

Yohana Guadalupe
JEFE DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE
2 643 873 / 096 175 140

EL NORTE www.elnorte.ec