



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS
ELABORADAS CON DESECHOS NATURALES EN
LA CIUDAD DE OTAVALO”**

**PROYECTO DE TESIS PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

AUTOR: MALDONADO T. Milton M.
DIRECTOR: LIC. GUERRA Vinicio

Ibarra, octubre 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS ELABORADAS CON DESECHOS NATURALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO” es una propuesta de creación y comercialización de artesanía elaborada con desechos naturales con la finalidad de generar fuentes laborales y productivas, utilizando diversas maneras de producción ecológica, generando un impacto alto en la producción artesanal, que no perjudique el medio ambiente. Constituye un laboratorio para realizar una aplicación real de conocimientos obtenidos en las aulas universitarias y poder contrastar los niveles de formación profesional, generando una actividad de emprendimiento con base en la solución de las problemáticas locales. Para determinar el presente proyecto se ha elaborado siete capítulos determinados en diagnostico situacional donde se identifico la necesidad de fuente laborales y productivas de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, en las bases técnicas y científicas se profundizo los temas que corresponden a la actividad productiva, en el estudio de mercado se detecto la cantidad de demanda insatisfecha, que permite identificar de manera clara las bondades del proyecto, en el estudio técnico, económico, se determina la factibilidad de la presente investigación, así como su viabilidad de identificarse una inversión que proporcionara resultados adecuados y benéficos para la organización, se ha determinado la estructura administrativa, en la cual se ha determinado las bases técnicas en las que la organización deberá basarse para su correcta administración y producción, finalmente de desarrollo el análisis de los impactos que deja constancia de los beneficios colectivos que el proyecto dará con su materialización para llegar a determinar de manera clara las conclusiones y recomendaciones, de acuerdo a la normativa de los proyectos de inversión. El presente estudio no es un trabajo terminado porque puede ser mejorado en base a la búsqueda de nuevos escenarios.

EXECUTIVE SUMMARY

This Project of feasibility study to create and trading of elaborated handicrafts with natural remainders in Otavalo city, is a to create an trading of handicrafts made with naturals remainders with the goal to get pertaining to labors source and productive, using several ways of ecological production, gaffing a high impact in handicrafts production, that not damage the environment.

This research project to set up a lab in order to do a real application of know ledges gotten in side university`s classroom and we can contrast the professional formation level giving a undertaking activity with a base to solve the local troubles.

To decide the present project has made seven chapters decided in a diagnostic situation where it was identified the necessity of labors source productive for Union de Artesanos Indigenas de San Roque, the techniques and scientific bases to get deep led about corresponding themes to the productive activity, in market`s study let allow identity the clear way the project good nesses, in technical study, economic, it establish the feasibility of present investigation, thus as your conduit of identify a investment will provide correct result and beneficent for the organization, it has decided the administration structure which has decided the technique bases where the organization shall focus for your correct administration any production, finally of development the analysis the impacts that let it go constancy the collective benefits that project is going to give your matter to arrive to decide of clear manner the conclusions and recommendations agree to the normative of investment project.

The present study isn`t a finished work, because it can be improved in base to search of new satges.

Autoría

Yo, Milton Mauricio Maldonado Tituaña, declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Milton Mauricio Maldonado Tituaña
C.I. 100311751-0

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el señor Milton Mauricio Maldonado Tituaña para optar para el Título de Ingeniero en Contabilidad Superior y Auditoría cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS ELABORADAS CON DESECHOS NATURALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO”**

Considero que el presente Trabajo reúne los requisitos y meritos 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 24 días del mes de Octubre del 2012.

Lic. Vinicio Guerra
C.I.....



CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo Maldonado Tituaña Milton Mauricio, con cedula de ciudadanía N° 1003117510-0, 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, 6 en la calidad de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS ELABORADAS CON DESECHOS NATURALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO”**.

Que ha sido desarrollado para obtener el título de: **INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A.**, en la Universidad Técnica del Norte. Quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor, me reservo los derechos morales en el que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Nombre: Milton Mauricio Maldonado Tituaña

Cedula: 1003117510-0

Firma:

Ibarra, a los 24 días del mes de Octubre del 2012.



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 formato 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:	100311751-0		
Apellidos y nombres:	Maldonado Tituaña Milton Mauricio		
Dirección:	Atuntaqui, San Roque, Modesto Larrea y Pérez		
E-mail:	maurimt@yahoo.com		
Teléfono fijo:		Teléfono móvil:	089719577

DATOS DE LA OBRA	
Título:	Estudio de factibilidad para la creación y comercialización de artesanías elaboradas con desechos naturales en la ciudad de Otavalo
Autora:	Maldonado Tituaña Milton Mauricio
Fecha:	2012-09-03
Solo para trabajos de grado	
Programa:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
Título por el que opta:	Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría CPA.
Asesor /director:	Ing. Vinicio Guerra

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Maldonado Tituaña Milton Mauricio, con cédula de ciudadanía Nro.100311751-0, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo 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 en 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

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la 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 24 días del mes de Octubre de 2012

EI AUTOR:

.....
Maldonado Tituaña Milton Mauricio
C.C.: 100311751-0

ACEPTACIÓN:

.....
Lic. Ximena Vallejos
C.C.: 100286703-2
JEFE DE BIBLIOTECA

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación refleja el esfuerzo de toda una vida estudiantil, por lo que lo dedico a mis padres Mauro Maldonado, Laura Tituaña, y hermanos(a) Johnny, Elvis, Cinthya Maldonado, porque son quienes me apoyaron moral y económicamente sin dudarlos y en todo momento.

Milton M.

AGRADECIMIENTO

Ante todo agradezco a mis padres, y hermanos (a), porque con ellos he aprendido a ser una persona que se esfuerza por cumplir su objetivo ya que sin ellos esto no sería realidad.

A los docentes que con paciencia y perseverancia me enseñaron la labor académica y social dentro de la vida profesional.

Milton M.

PRESENTACIÓN

El proyecto se ha creado, de acuerdo a las condiciones técnicas, académicas y necesidades de los artesanos que así lo estimen necesario, considerando que se trata de bienes perecibles y de larga duración.

Seguidamente se expone una síntesis de lo tratado en cada capítulo del informe final del trabajo de grado.

Diagnóstico situacional, detalla la situación actual de los productores y comercializadores de artesanía, a nivel de la localidad. Este análisis permite tener un conocimiento suficiente y real de la producción y comercialización de las artesanías. Para la obtención de la información, se tomó en cuenta aquellas fuentes primarias, es decir se recabo información a través de encuestas y entrevistas.

Las bases teóricas, permite conocer todo lo que implica crear un negocio artesanal, desde los materiales a utilizar, complementos, y otros implementos utilizados para la producción de las artesanías en hojas naturales.

Se elaboró un estudio de mercado, en la cual se evidencia la oferta y demanda existente en el mercado de la localidad, en este capítulo se identifica los productos artesanales a ofrecer así como la mejor manera de hacerlo.

Estudio técnico, ayuda a establecer la correcta ubicación de la microempresa, la distribución de las áreas y espacios que se requieren para la producción, procesamiento, y embalajes necesarios, que deben realizarse de acuerdo a las técnicas y normas establecidas por el mercado y los consumidores.

La microempresa contará con la infraestructura correspondiente a este tipo de actividad productiva, la misma que estará diseñada por técnicos en la materia, que vayan acorde con las necesidades productivas, estos deberán permitir la seguridad y confiabilidad de los productos artesanales a elaborar.

Se toma en cuenta los adelantos de la información, normas modernas del manejo productivo, administrativo, financiero y el cumplimiento de los

requisitos legales que rigen para el inicio y funcionamiento normal del negocio, en temas de producción, manipulación de artesanías, y materiales. Estos aspectos relevantes son considerados como elementos importantes para el diseño de la propuesta, que son analizados y sintetizados a través de la redacción y de gráficos demostrativos, en el capítulo correspondiente.

El estudio económico y la viabilidad financiera se realizó en función de los gastos de inversión que el proyecto requiere para su ejecución, precio de compra de insumos y materiales y su relación con los precios en el mercado, costos de operación (ingresos y egresos), los mismos que, posibilitaran la generación de los flujos de efectivo y serán de mucha utilidad para realizar los correspondientes análisis financieros, estados proforma, para determinar el costo beneficio, la rentabilidad que genere el proyecto y su viabilidad financiera.

Se elaboró un capítulo de la estructura administrativa y funcional de la microempresa, donde consta todo lo relacionado con la estructura administrativa y organizacional, la misión y visión que tiene la microempresa con la sociedad y los aspectos legales que implican un adecuado funcionamiento del negocio artesanal.

Finalmente la exposición del trabajo de grado con las correspondientes conclusiones y recomendación de la investigación realizada, destacándose en lo fundamental la factibilidad y sustentabilidad a través del tiempo o vida útil establecida para el proyecto planteado.

ÍNDICE GENERAL

PAGINA

PORTADA	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
EXECUTIVE SUMMARY	III
AUTORÍA	IV
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	VII
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO	X
PRESENTACIÓN	XI
ÍNDICE GENERAL	XIII
ÍNDICE DE CUADROS	XX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXIII
PLAN DE TRABAJO	XXIV

CONTENIDO	PAGINA
CAPITULO I	1
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	1
ANTECEDENTES	1
OBJETIVOS	4
General	4
Específicos	4
Variables	4
INDICADORES	5
Calidad	5
Producción	5
Mercado	5
Estructura administrativa	5
Comercialización	6
Rentabilidad	6
MATRIZ DE RELACIÓN	7
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	9
CALCULO DE LA MUESTRA	9
DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	10
Información primaria	10
Observación directa	10
Encuestas	11
Entrevistas	11
Información secundaria	11
EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	12
ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES	12
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES - ARTESANOS DEL CANTÓN OTAVALO	25

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS DIRECTIVOS DE GRUPOS ARTESANOS DEL CANTÓN OTAVALO	41
MATRIZ DE INVOLUCRADOS	47
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNOSTICO	50
CAPITULO II	52
MARCO TEÓRICO	52
DEFINICIÓN DE ARTESANÍA	52
Características	52
La artesanía en Otavalo	53
La artesanía en el Ecuador	53
Tipos de artesanías en Otavalo	53
Artesanía Tradicional	53
Artesanía Indígena	54
Artesanía Autóctona Aborígen	54
Artesanía de Proyección Aborígen	54
Artesanía Típica Folclórica	54
Artesanía Urbana	54
Artesanía Suntuaria	54
Artesanía Contemporánea	55
MICROEMPRESA	55
Definición	55
Características	55
Características generales de la microempresa en el Ecuador	56
Como característica general de las microempresas	57
Características generales de la microempresa en Imbabura	58
Clasificación de la microempresa en Imbabura por actividades	59
Tipos de microempresa	61
Actividad micro empresarial	61
COMERCIALIZACIÓN	62
Definición	62
Tipos de canales de comercialización	62
Ámbito de aplicación	63
MATERIALES DE DESECHO NATURAL	63
Materiales naturales	63
Tipos de materiales naturales	63
Clases y origen de materiales naturales	64
Elección de los materiales	64
Clasificación de los materiales	65
Tipos de material natural	66
Clase de hojas	66
Clase de arboles	66
Color del material	66
Otros tipos de materiales	66

Materiales degradable, no degradable	67
Materiales degradables, definición	67
Materiales no degradables, definición	67

CAPITULO III 68
ESTUDIO DE MERCADO 68

PRESENTACIÓN	68
OBJETIVOS	68
Objetivo general	68
Objetivos específicos	69
IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTO	69
De acuerdo a la duración y tangibilidad	69
De consumo no duradero	69
De consumo duradero	69
Por el tipo de uso	70
De consumo	70
Decorativo	70
MERCADO META	70
SEGMENTO DE MERCADO	72
Ubicación geográfica	72
Zona demográfica	73
Zona psicológica	73
IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	75
Proyección de la demanda	76
Determinación de la tasa de crecimiento	77
Análisis objetivo	78
Análisis subjetivo	79
IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA	80
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	80
DIRECTA-OFERTA	80
INDIRECTA	83
Competidores potenciales	83
Proveedores	84
Productos sustitutos	84
Intermediarios	84
Insatisfacción	85
Identificación de la oferta	85
Proyección de la oferta	85
Oferta de un artículo en el mercado	88
Demanda insatisfecha	88
COMERCIALIZACIÓN	89
Producto	89
Calidad	89
Marca	89

Logotipo	90
Slogan	90
Diseño	90
Precio	91
Plaza	91
Promoción	92
PUBLICIDAD	92
Radio	92
Hoja volante / Anuncio para la prensa	94
Revistas	95
Internet	95
DETERMINACIÓN Y PROYECCIÓN DE PRECIOS	96
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO	97
CAPITULO IV	99
ESTUDIO TÉCNICO	99
MACRO LOCALIZACIÓN Y MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	99
Macro localización	99
Mapa Físico – político de la Republica de Ecuador	100
Micro localización	101
UBICACIÓN DE LA PLANTA	103
DISEÑO DE INSTALACIONES	103
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	103
PRESUPUESTO TÉCNICO	105
Inversiones fijas	105
Terreno	105
Edificio	106
Equipo de computación	106
Equipo de oficina	107
Muebles y enseres	107
Inversiones diferidas	107
Costos de operación	107
Costos de producción	108
Gastos de administración	109
Servicios básicos	109
Gastos de comercialización y ventas	110
Capital de trabajo	110
TAMAÑO TÉCNICO	111
FACTORES QUE DEFINEN EL TAMAÑO DEL PROYECTO	111
Tamaño del mercado	111
Capital	112
Disponibilidad de la materia prima	112
Programa de producción	112
Calculo de la mano de obra	113

Detalle de la mano de obra	113
Proyección de la mano de obra	114
SEGUIMIENTO Y MONITOREO DE LA OFERTA Y DEMANDA	115
CAPACIDAD DEL PROYECTO	115
PROCESO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	115
FLUJO GRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO	115
CAPITULO V	118
ESTUDIO ECONÓMICO	118
PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN	118
CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN	118
EVALUACIÓN FINANCIERA	119
Evaluación financiera	119
Inversión fija	119
Inversión variable	120
Inversión diferida	120
Amortización de activos diferidos	121
Estructura de la inversión	121
Destino de la inversión	121
PRESUPUESTO DE INGRESOS	122
Proyección de ventas	122
PRESUPUESTOS DE EGRESOS	122
Depreciación de activos fijos	123
Costo de producción	124
Gastos de administración	125
Gastos de ventas	125
PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS	126
ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA-FINANCIAMIENTO	127
FINANCIAMIENTO	128
Tasa de rendimiento medio	130
Balance general inicial	131
Estados de pérdidas y ganancias	131
Flujo de caja	132
EVALUADORES FINANCIEROS	132
Valor actual neto	132
Tasa interna de retorno	133
Costo beneficio	134
Periodo de recuperación	135
Tasa de redescuento	136
SENSIBILIDAD	137
RIESGO DEL PROYECTO	137
INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA	137
PUNTO DE EQUILIBRIO	138
CAPITULO VI	141

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	141
DENOMINACIÓN DE LA MICROEMPRESA	141
IMPORTANCIA	141
BENEFICIARIOS	141
TIPO DE EMPRESA	142
MISIÓN	142
VISIÓN	142
OBJETIVOS	142
VALORES Y PRINCIPIOS DE LA MICROEMPRESA ARTEVERDE	142
Valores	143
Principios	144
NORMAS GENERALES	145
NIVELES ADMINISTRATIVOS	146
DIRECTIVO	146
INTERMEDIO	146
OPERATIVO	147
PROCESO ADMINISTRATIVO	148
Disposiciones generales	148
Definición U.N.A.I.S.A.R.	148
De la denominación, sede y domicilio	148
De los socios	148
De las obligaciones y derechos de los miembros	148
De las obligaciones y derechos de los miembros honorarios	148
De las sanciones	149
De los organismos directivos	149
De la asamblea general	149
De la junta directiva	149
De las funciones de los miembros de la junta directiva	149
De los bienes de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque	149
De las elecciones	150
De la disolución de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque	151
Disposiciones transitorias	151
DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA BÁSICA	151
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	152
ORGANIGRAMA FUNCIONAL	154
Niveles Administrativos	155
Nivel directivo	155
Nivel Intermedio	155
Nivel operacional	155
MANUAL ADMINISTRATIVO	156
Presidente	156
Vicepresidente	159
Secretario	161
Atención al cliente	163

Ventas internas	165
Servicios generales - Archivo	167
Provisión de Materia prima	169
Control de materia prima	171
Diseño de Empaque	173
Control de calidad	175
Bodega	177
Comercialización	179
Diseño de producto	181
Distribución	183
Ventas externas	185
Publicidad	187
Planificación y reclutamiento del Talento Humano	189
Selección, control, evaluación del personal	191
Contador CPA	193
Tesorería	195
Compras y ventas	197
Miembros socios	199
CAPITULO VII	201
IMPACTOS DEL PROYECTO	201
ANTECEDENTES	201
ANÁLISIS DE IMPACTOS	202
Económicos	202
Empresarial – Comercial	204
Ambiental	207
Social	209
Impacto educativo – cultural	211
RESUMEN GENERAL DE IMPACTOS	214
CONCLUSIONES	216
RECOMENDACIONES	216
BIBLIOGRAFIA	224
ANEXOS	230

INDICE DE CUADROS

CONTENIDO	PAGINA
Cuadro N°: 1 Matriz de relación	7
Cuadro N°: 2 Matriz de involucrados	47
Cuadro N°: 3 Mercado meta por estratos	72
Cuadro N°: 4 Distribución de turistas durante vida útil del proyecto	77
Cuadro N°: 5 Determinación de la demanda dispuesta a adquirir la artesanía	78
Cuadro N°: 6 Proyección de la oferta	87
Cuadro N°: 7 Demanda insatisfecha	88
Cuadro N°: 8 Proyección de precios	96
Cuadro N°: 9 Mapa físico de Ecuador	100
Cuadro N°: 10 Mapa de la Provincia de Imbabura	100
Cuadro N°: 11 Mapa de la Provincia de Imbabura	102
Cuadro N°: 12 Mapa del Cantón Antonio Ante	102
Cuadro N°: 13 Mapa del Cantón Antonio Ante	102
Cuadro N°: 14 Diseño de Instalaciones	103
Cuadro N°: 15 Distribución de la planta	104
Cuadro N°: 16 Diseño Final U.N.A.I.S.A.R.	105
Cuadro N°: 17 Equipo de computación	106
Cuadro N°: 18 Equipo de oficina	107
Cuadro N°: 19 Muebles y encerres	107
Cuadro N°: 20 Inversiones diferidas	107
Cuadro N°: 21 Costos por mantenimiento	107
Cuadro N°: 22 Costos de producción	108
Cuadro N°: 23 Suministros de oficina producción	108
Cuadro N°: 24 Suministros de oficina de administración	109
Cuadro N°: 25 Servicios básicos	109
Cuadro N°: 26 Gastos de comercialización y ventas	110
Cuadro N°: 27 Capital de trabajo	110
Cuadro N°: 28 presupuesto técnico por unidad	111
Cuadro N°: 29 Programa de producción	112
Cuadro N°: 30 Cálculo de la mano de obra	113
Cuadro N°: 31 Detalle de la mano de obra	113

Cuadro N°: 32 Proyección de la mano de obra	114
Cuadro N°: 33 Simbología	115
Cuadro N°: 34 Flujo grama de producción	116
Cuadro N°: 35 Flujo grama de ventas	117
Cuadro N°: 36 Cálculo del costo de oportunidad	119
Cuadro N°: 37 Terreno	119
Cuadro N°: 38 Edificio	119
Cuadro N°: 39 Activo fijo	119
Cuadro N°: 40 Activo corriente	120
Cuadro N°: 41 Activo diferido	120
Cuadro N°: 42 Amortización de activos diferidos	121
Cuadro N°: 43 Estructura de la Inversión	121
Cuadro N°: 44 Destino de la Inversión	121
Cuadro N°: 45 Presupuesto de ingresos	122
Cuadro N°: 46 Proyección de ventas	122
Cuadro N°: 47 Presupuesto de egresos	123
Cuadro N°: 48 Depreciación de activos fijos	123
Cuadro N°: 49 Gastos generalizados	125
Cuadro N°: 50 Proyección de costos y gastos	126
Cuadro N°: 51 Financiación	128
Cuadro N°: 52 Tabla de amortización	129
Cuadro N°: 53 Tasa de rendimiento medio	130
Cuadro N°: 54 Balance general inicial	131
Cuadro N°: 55 Estado de pérdidas y ganancias	131
Cuadro N°: 56 Flujo de caja	132
Cuadro N°: 57 Calculo del costo beneficio	134
Cuadro N°: 58 Detalle de inversión	136
Cuadro N°: 59 CAP. V - Tasa de rendimiento medio	136
Cuadro N°: 60 Indicadores de evaluación financiera	137
Cuadro N°: 61 Simbología	152
Cuadro N°: 62 Organigrama estructural	153
Cuadro N°: 63 Organigrama funcional	154

Cuadro N°: 64 Medición de impactos	201
Cuadro N°: 65 Medición de impactos económicos	202
Cuadro N°: 66 Medición de impactos empresariales, comerciales	204
Cuadro N°: 67 Medición de impactos ambientales	207
Cuadro N°: 68 Medición de impactos sociales	209
Cuadro N°: 69 Medición de impactos educativos, cultural	211
Cuadro N°: 70 Resumen de impactos	214

INDICE DE GRAFICOS

CONTENIDO	PAGINA
Grafico 1.1: Medidas de satisfacción al momento de compra	12
Grafico 2.1: Capacidad y preferencia de adquisición	13
Grafico 3.1: Atención al cliente	14
Grafico 4.1: Presentación del producto artesanal	15
Grafico 5.1: Fijación de precios por el cliente	16
Grafico 6.1: Sugerencia de publicidad	17
Grafico 7.1: Cadena de distribución	18
Grafico 8.1: Disposición a adquirir el producto artesanal	19
Grafico 9.1: Capacidad de cumplir expectativas de decoración	20
Grafico 10.1: Producción de la artesanía	21
Grafico 11.1: Diseño personalizado de la artesanía	21
Grafico 12.1: Diseño de la artesanía	22
Grafico 13.1: Producción de la artesanía	23
Grafico 14.1: Sugerencia a demás clientes	24
Grafico 1.1: Tipo de material utilizado	25
Grafico 2.1: Duración estimada de la artesanía	26
Grafico 3.1: Influencia de los materiales usados en la artesanía	27
Grafico 4.1: Dependencia de los insumos utilizados	28
Grafico 5.1: Capacitación del personal de producción	29
Grafico 6.1: Diversificación del producto artesanal	30
Grafico 7.1: Área de recolección de la materia prima	31
Grafico 8.1: Tiempo de recolección de materia prima	32
Grafico 9.1: Mercado potencial	33
Grafico 10.1: Tipo de mercado potencial	34

Grafico 11.1: Expectativas de cumplimiento de la demanda	35
Grafico 12.1: Capacidad productiva de los artesanos	36
Grafico 13.1: Empaque del producto artesanal	36
Grafico 14.1: Sustento de la producción en la rentabilidad	37
Grafico 15.1: Movimiento comercial acorde a las ventas	38
Grafico 16.1: Sustento del costo invertido en producción	39
Grafico 17.1: Generación de rentabilidad	40

PLAN DE TRABAJO

Objetivo General

Realizar un diagnóstico técnico que permita determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades para la creación de la microempresa de artesanías elaboradas con desechos naturales.

Objetivos específicos

Realizar un Diagnóstico Situacional en la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, se desarrollará utilizando el método de la observación, y la aplicación de encuestas a los miembros de la organización. Para lograr un diagnóstico situacional eficiente se realizará un análisis histórico, y económico.

Efectuar un Marco Teórico conceptual, se realizará en base a investigaciones y sus respectivas fases, mediante la recolección de datos bibliográficos y medios digitales debidamente actualizados, se aplicara el fichaje bibliográfico y nemotécnico, una vez determinado los datos se procede a la organización de los datos recolectados, seguidamente se procederá a un análisis en partes o en rangos de lo investigado, e interpretación a través de gráficos estadísticos de los datos.

Realizar Estudio de Mercado en base al tipo de uso de la artesanía, mercado meta, segmentación de mercado, identificación y proyección de la demanda, determinar los precios y las formas de comercialización.

Macro localización y micro localización, mediante la supervisión de especialistas y expertos en el tema, se ejecutará la localización, ubicación, y distribución de la planta, tamaño técnico e inversión, necesaria para el proyecto de inversión.

Estudio Económico, se determinará el presupuesto de inversión, costo de oportunidad, proyección de ventas, gastos y costos, estimadas a la realidad. También se realizará mediante el presupuesto de egresos y evaluación financiera del proyecto.

La estructura organizativa estará de acuerdo con las necesidades de la microempresa, este responderá a una estructura que permita atender todas y cada una de las funciones, para el mejor cumplimiento de los fines organizacionales.

Impactos del Proyecto, la producción de artesanía en hojas naturales exige que se analice los impactos: económico, ambiental, educativo, cultural. Se realizará mediante una matriz relacional y de valoración de riesgos, a fin de conocer el grado de impacto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

El cantón Otavalo más conocido como El Valle del Amanecer, está ubicado en la provincia de Imbabura, región norte del Ecuador, limita al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra, al sur con el cantón Quito, al este con los cantones Ibarra y Cayambe, al oeste con los cantones Cotacachi y Quito.

Otavalo es un importante centro turístico, conformado por parroquias Urbanas, San Luis y El Jordán; y parroquias rurales, San Pablo del Lago, Gonzales Suarez, San Rafael de la Laguna, Eugenio Espejo, Miguel Egas Cabezas, San José de Quichinche, San Juan de Iluman, Selva Alegre, San Pedro de Pataquí.

Otavalo se encuentra a 1.100 – 4.700 metros sobre el nivel del mar, posee una superficie de 507.47 Km², con una temperatura media de 14 grados centígrados. El cantón Otavalo posee 50.446 hombres, 54.428 mujeres, con una totalidad de 104.874 habitantes, cuya actividad económica es la artesanal, industrial, agrícola, ganadera, productiva y comercial.

La artesanía forma parte importante de la cultura nativa del Ecuador, donde muchos pueblos como Otavalo gozan de fama por su particularidad artesanal.

Las artesanías en Otavalo son un destacado centro turístico, donde se combinan los mejores trabajos elaborados en lana de diferentes tipos.

Los turistas acuden a Otavalo atraídos por el afamado trabajo artesanal de sus tejedores, que se ofrece en el mercado de la Plaza de los Ponchos todo el año. Todos los días son destinados al comercio local, en la plaza se mercadea con tejidos como: sacos, bufandas, manillas, pinturas, mantas, tapices, vestidos, bordados, entre otras.

A partir de 1965 la industria Otavaleña tiene su origen con el establecimiento de las primeras fábricas de tejidos, así dieron inicio a microempresas de productos textiles, en la década de 1990 tuvo un gran impulso a la creación de maquiladoras y se comenzó a fomentar el desarrollo fabril, que se ha llevado a través de la Ley de Fomento Industrial.

La mayoría de la producción artesanal de los productores Otavaleños, decayó a principios del año 2000, misma que agudizó la crisis económica del año 2000, dolarizando la economía ecuatoriana, culminándose el 10 de septiembre de dicho año con la sustitución de la moneda nacional por el dólar estadounidense como reserva de valor, unidad de cuenta, medio de pago y de cambio, proceso que modificó totalmente los modos de producción artesanal, ocasionando el cierre de pequeñas microempresas artesanales, causando desempleo, debido a que la producción artesanal ya no cumplía la satisfacción de productor, el de sustentar sus necesidades puesto que el precio de venta de la artesanía era inferior al costo implicado en la producción.

A partir de la dolarización la artesanía perdió totalmente su valor comercial, solo quedarón los artesanos que estaban posesionados y relacionados con factores de exportación artesanal, mientras que los pequeños productores no tenían modos de sustentar los altos costos de producción y de inversión obtenidos a través de préstamos bancarios, la única salida a la crisis económica fue la búsqueda de nuevas plazas de trabajo, situaciones de emigración, desempleo, entre otras.

Con la ejecución del presente proyecto de investigación en la elaboración de artesanías con hojas naturales, se contribuye al crecimiento de la economía del sector, mejorando las condiciones de vida de sus habitantes, debido a que la comunidad que rodea a la organización está interesada por la iniciativa productiva.

Para iniciar la producción se cuenta con el apoyo de la organización ***Maquipurashun***, una organización creada con fines artesanales y sociales, dedicada a la exportación de artesanías, y productos agrícolas.

Durante la aplicación de encuestas a los artesanos, de observo el interés que tiene la comunidad por la iniciativa productiva, se debe a que la organización posee una credibilidad productiva, debido a que la materia prima se puede obtener en cualquier lugar de aglomeración natural y no representa la inversión de algún valor monetario.

No existen organizaciones o empresas, que se dediquen a la exportación de este tipo de artesanía.

Se verifico la existencia de un oponente directo: artesanías la Cascada que abarca el 25% de la producción de artesanías naturales, actualmente es un oponente directo, que representa una generalización productiva de las artesanías.

En la zona artesanal del cantón Otavalo no existen organizaciones artesanales dedicadas a la producción de este tipo específico de artesanía.

Se considera la comercialización directa como la apropiada, porque el cliente lo cree adecuado, por lo que la organización implementará canales de distribución propia, evitando así intermediarios, que en lo posterior representarían un costo adicional a la artesanía.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. General

Realizar un diagnóstico técnico que permita determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades para la creación de la microempresa de artesanías elaboradas con desechos naturales.

1.2.2. Específicos

- a) Realizar un análisis de calidad de las artesanías del cantón Otavalo.
- b) Establecer los procesos productivos requeridos para el funcionamiento de una microempresa productora de artesanías elaboradas con hojas naturales.
- c) Identificar y determinar el mercado potencial al cual irá dirigido los productos artesanales.
- d) Definir la estructura administrativa y organizacional dentro de una microempresa productora de artesanías con desechos naturales.
- e) Determinar las formas de comercialización de las artesanías elaboradas con desechos naturales en la ciudad de Otavalo.
- f) Establecer los niveles de rentabilidad.

1.2.3. Variables

Para un análisis efectivo, y un enfoque técnico, se presenta las siguientes variables:

- a) Calidad
- b) Producción
- c) Mercado
- d) Estructura administrativa
- e) Comercialización
- f) Rentabilidad

1.3. INDICADORES

Los indicadores son:

1.3.1. Calidad

- a) Tipos de materiales usados en la elaboración de la artesanía.
- b) Duración estimada de la artesanía.
- c) Nivel de satisfacción
- d) Innovación

1.3.2. Producción

- a) Materia prima
- b) Insumos
- c) Proceso
- d) Mano de Obra
- e) Control de calidad
- f) Tipos de producto
- g) Área de recolección de materia prima.
- h) Tiempo de recolección de materia prima.

1.3.3. Mercado

- a) Mercado potencial
- b) Mercado meta
- c) Segmentación de mercado
- d) Oferta
- e) Demanda
- f) Competencia perfecta
- g) Clientes

1.3.4. Estructura administrativa

- a) Manuales administrativos.
- b) Estructura organizacional
- c) Talento humano.

1.3.5. Comercialización

- a) Tipo de mercado
- b) Presentación del producto
- c) Precio de venta
- d) Puntos de venta
- e) Formas de comercialización
- f) Atención al cliente
- g) Cultura de consumo
- h) Difusión del producto

1.3.6. Rentabilidad

- a) Costo
- b) Margen de utilidad
- c) Manejo de inventarios
- d) Inversión
- e) Nivel de rentabilidad

1.4. MATRIZ DE RELACIÓN

Cuadro N°: 1 Matriz de relación

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	INDICADORES	TECNICA	FUENTES DE INFORMACION
Realizar un diagnóstico técnico que permita determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades para la creación de la	Realizar un análisis calidad de las artesanías del cantón Otavalo.	Calidad	Tipos de materiales usados. Duración estimada de la artesanía. Nivel de satisfacción Innovación	Observación Observación Encuesta Entrevista	Artesanos, investigador. Artesanos. Artesanos Clientes Directivos
	Establecer los procesos productivos requeridos para el funcionamiento de una microempresa productora de artesanías elaboradas con desechos naturales.	Producción	Materia prima Insumos Proceso Mano de Obra Control de calidad Tipos de producto Área de recolección de MP Tiempo de recolección de MP	Encuesta, entrevista. Encuesta. Observación, encuesta. Encuesta, entrevista. Entrevista, observa. Encuesta, observación. Encuesta, observación. Encuesta, observación.	Artesanos, directivos. Artesanos. Artesanos. Artesanos, directivos. Directivos. Artesanos. Artesanos. Artesanos.
	Identificar y determinar el mercado potencial al cual irá dirigido el	Mercado	Mercado potencial Mercado meta Segmentación de mercado	Encuesta, entrevista. Entrevista. Entrevista	Artesanos, directivos Directivos Directivos

microempresa de artesanías elaboradas con desechos naturales.	producto artesanal.		Oferta Demanda	Entrevista, encuesta Encuesta	Directivos, artesanos Clientes
	Definir la estructura administrativa y organizacional dentro de una microempresa productora de artesanías con desechos naturales.	Estructura administrativa	Manuales administrativos. Estructura organizacional Talento humano.	Entrevista Entrevista Encuesta	Directivos Directivos Artesanos
	Determinar las formas de comercialización de las artesanías elaboradas con desechos naturales en la ciudad de Otavalo.	Comercialización	Tipo de mercado Precio de venta Puntos de venta Formas de comercialización Atención al cliente Presentación del producto Cultura de consumo	Encuesta, entrevista. Entrevista, encuesta. Entrevista, encuesta, Entrevista, observación. Encuesta Encuesta, entrevista Encuesta	Artesanos, directivos. Directivos, artesanos. Directivos, artesanos Directivos, investigador. Clientes Artesanos, clientes, directivos, Clientes
	Establecer los niveles de rentabilidad.	Rentabilidad	Costo Margen de utilidad Manejo de inventarios Inversión Nivel de rentabilidad	Encuesta, entrevista Entrevista, encuesta Entrevista Entrevista Entrevista, encuesta	Artesanos, directivos. Directivos, artesanos Directivos. Directivos. Directivos y artesanos.

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Autor

1.5. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población motivo de investigación es la activa de la ciudad de Otavalo y de diferentes países, ya que los clientes locales posibilitan la expansión del mercado local, mientras que los consumidores no locales no permiten que el producto artesanal sea más cotizado en mercados internacionales.

1.6. CÁLCULO DE LA MUESTRA

Mediante la colaboración de la Dirección Nacional de Migración y la Cámara de turismo de Imbabura se determina que el universo poblacional de turistas que llegan al Ecuador es de 98.987 (a agosto 2011), de los cuales el 25% (Tesis: Plan de marketing para las operaciones turísticas comunitarias de la provincia de Imbabura”) deciden como destino turístico al cantón Otavalo (24.746.75) (a aplicar: 24.747)

Se aplicará la fórmula:

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

n= tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse

N= universo o población a estudiarse

d² = Varianza de la población respecto a las principales características que se van representar. Es un valor constante que equivale a 0,25, ya que la desviación típica tomada como referencia es 0,50

N-1= corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades

E= limite aceptable de error (1%-9%)

Z= valor aceptable mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. Es un valor constante que se lo toma en relación al 95% que equivale al 1.96.

DATOS:

n= tamaño de la muestra

N= 24.747

$d^2 = (0.50)^2$

N-1= 24747-1

$$E^2 = (0.05)^2$$

$$Z^2 = (1.96)^2$$

$$n = \frac{Nd^2Z^2}{(N-1)E^2 + d^2Z^2} = \frac{(24747)(0.50)^2(1.96)^2}{(24747-1)(0.05)^2 + (0.50)^2(1.96)^2} = \frac{(24747)(0.25)(3.8416)}{(61.865) + (0.9604)}$$
$$= 378.302706$$

= A aplicar 378 encuestas

Se aplicará 378 encuestas, de las cuales un 75% a turistas nacionales y un 25% a turistas extranjeros.

Se considera prioritario aplicar una encuesta a los miembros socios de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque "U.N.A.I.S.A.R.", por ser un número reducido de socios (18), se aplicará la encuesta a todos.

1.7. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

El diseño de los instrumentos de investigación se realizará en base a los datos que se desea obtener, para su posterior análisis, también en base al tipo de encuestado, o público meta al que se desea llegar, se determina útil tomar en cuenta para la recolección de la información la información primaria y secundaria.

1.7.1. Información primaria

Para la obtención de información primaria se utilizará la observación directa, encuesta y entrevista que fueron diseñadas en base a las variables estimadas como convenientes y útiles, las cuales serán dirigidas a los miembros socios de la organización.

a) Observación directa

La observación directa se realizará en el mercado artesanal de Otavalo y en los centros de mayor acogida turística, entre ellos, la cascada de Peguche.

b) Encuestas

Permite compilar información de la población sujeta a estudio, se recopilará información de turistas nacionales y extranjeros.

c) Entrevistas

La entrevista permite recopilar información de primera mano de aspectos puntuales para la investigación, entre los cuales se encuentran los representantes legales de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque.

1.7.2. Información secundaria

Para determinar con mayor claridad los fines y objetivos de este estudio, se buscará información en: folletos, libros, internet, lugares de acopio de información turística y bibliografía referente al tema de investigación.

1.8. EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN



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

ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES

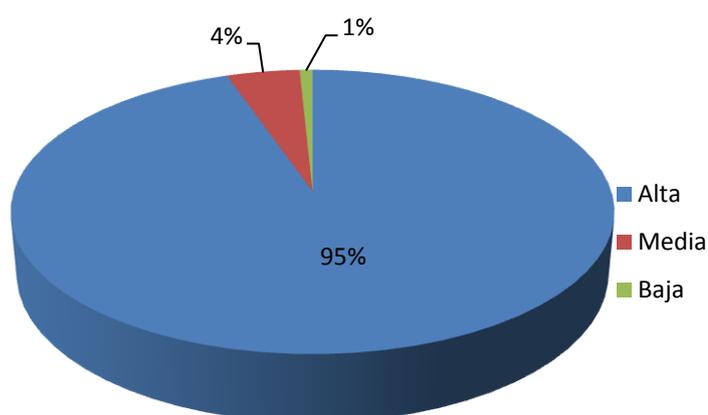
Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo recabar información de tipo académico que permita consolidar el estudio de factibilidad para realizar un diagnóstico técnico que permita determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades para la creación de la microempresa de artesanías elaboradas con desechos naturales.

RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA

1. ¿Referente a la artesanía elaborada con desechos naturales, su nivel de satisfacción es?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Alta	358	95%	Nivel considerable de satisfacción al momento de adquirir la artesanía	75% nacionales y 25% extranjeros	Autor
Media	17	4%	No se considera el producto artesanal		
Baja	3	1%	No se considera el producto artesanal		
TOTAL	378	1			

Grafico 1.1: Medidas de satisfacción al momento de compra



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

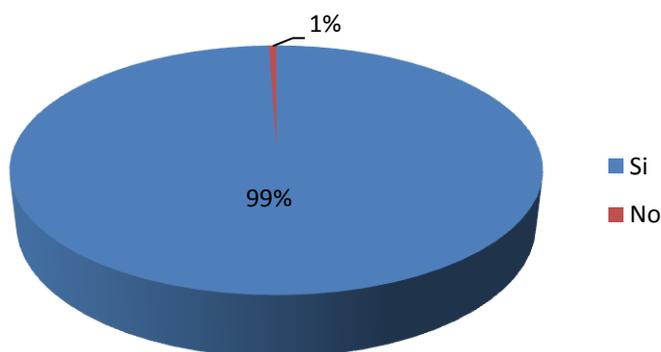
1.1. Análisis:

Se evidencia que tienen mayor satisfacción, preferencia e interés (95%) por adquirir productos elaborados con desechos naturales. Se menciona que en su país de origen (en el caso de extranjeros) no existe tal artesanía. Un (4%) de los encuestados posee una satisfacción media con la artesanía misma que se debe a factores que no muestran mucho interés en el arte elaborado con desechos naturales, y en menor grado (1%).

2. ¿Está en capacidad de adquirir y tener preferencia por nuestro producto artesanal?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Si	376	99%	Se considera una preferencia alta por el producto artesanal	75% nacionales y 25% extranjeros	Autor
No	2	1%	No se considera la artesanía como bien de adquisición		
TOTAL	378	1			

Grafico 2.1: Capacidad y preferencia de adquisición



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

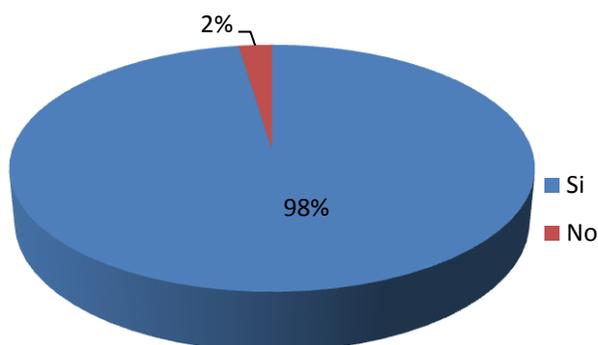
2.1. Análisis:

La mayoría de los encuestados (99%), tienen capacidad, preferencia e interés por la artesanía elaborada con hojas naturales, debido a que influyen mucho los factores como precio, calidad, publicidad, innovación. En menor grado (1%) mostraron una respuesta negativa.

3. ¿La atención que recibe, cumple sus expectativas?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Si	369	98%	Expectativas satisfechas en la mayoría de clientes	75% nacionales y 25% extranjeros	Autor
No	9	2%	No se cumple las expectativas del cliente		
TOTAL	378	100%			

Grafico 3.1: Atención al cliente



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

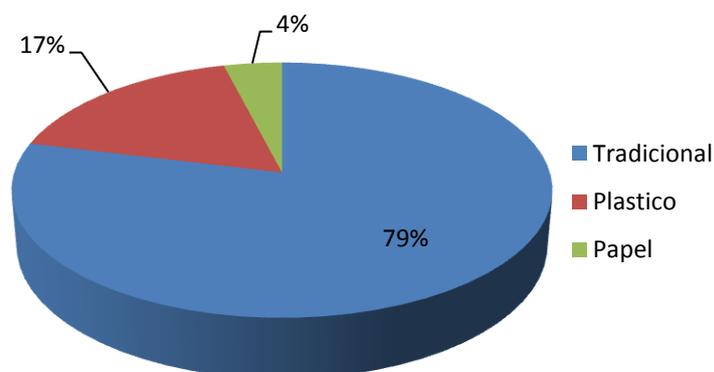
3.1. Análisis:

Se observa que la atención que recibe el cliente es generalmente aceptado (98%) lo que puede ser aprovechado para la posición de la artesanía en el mercado local y extranjero. La atención brindada no corresponde a la totalidad debido a que existe un (2%) que consideraron que la atención que se brindó no cumple sus expectativas, lo cual debe mejorar, las respuestas negativas corresponden a personas que no consideran o valoran el producto artesanal por lo que se propone realizar una segmentación de clientes.

4. ¿El empaque o presentación del producto puede ser?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Tradicional	298	79%	De mayor preferencia por su calidad en empaque	75% nacionales y 25% extranjeros	Autor
Plástico	65	17%	Considerado apropiado para el transporte		
Papel	15	4%	Adecuado para la conservación		
TOTAL	378	100%			

Grafico 4.1: Presentación del producto artesanal



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

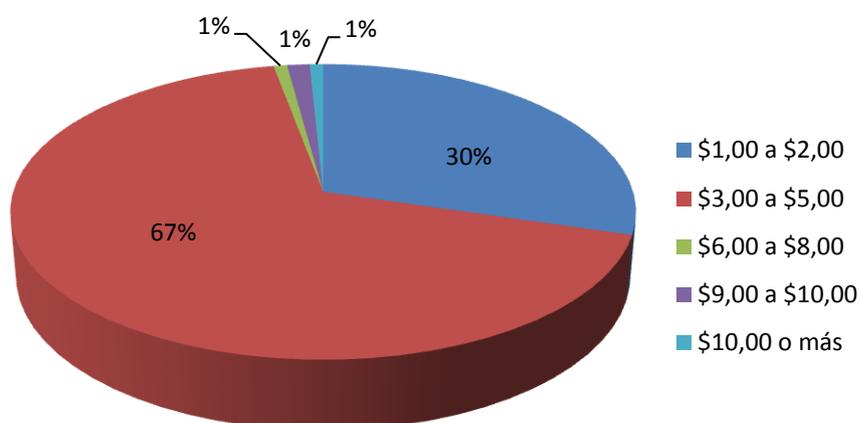
4.1. Análisis:

Se observa que el (79%) prefiere una presentación tradicional del producto, porque ahí se identifica la cultura indígena ecuatoriana, que es innovador, que se le puede agregar mayor valor comercial a la artesanía. Un (17%) de los encuestados responden que es de su preferencia la presentación de plástico, debido a que esta ayuda a garantizar la duración y preservación de la artesanía y un (4%) muestra que la presentación debería ser de papel, porque ayuda a que la artesanía pueda ser transportada a diversos lugares.

5. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la elaboración de nuestra artesanía?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
\$1,00 a \$2,00	112	30%	No acorde a la artesanía	75% nacionales y 25% extranjeros	Autor
\$3,00 a \$5,00	255	67%	Apropiado a la artesanía		
\$6,00 a \$8,00	3	1%	Medianamente alto		
\$9,00 a \$10,00	5	1%	Precio alto		
\$10,00 o más	3	1%	Precio alto		
TOTAL	378	100%			

Grafico 5.1: Fijación de precios por el cliente



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

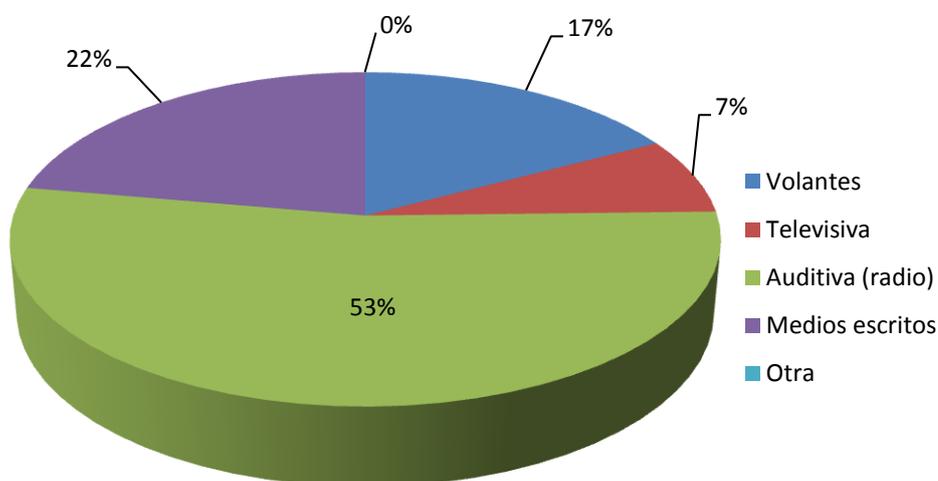
5.1. Análisis.

Gráficamente (67%), el turista considera como precio adecuado de venta: \$3 a \$5, el precio en si no es exagerado ni tampoco no rentable, seguidamente un (30%) menciona que el precio adecuado sería entre \$1 a \$2 dólares, este valor no es muy alejado a la realidad pero sería un valor que no sustentaría la elaboración de la artesanía, entre \$9 a \$10 un (1%) estaría dispuesto a adquirir el producto artesanal, lo que sería de mucha utilidad pero de muy poca aceptación entre los clientes.

6. ¿Qué tipo de publicidad le gustaría que se realice?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida:	Encuestador
Volantes	65	17%	Publicidad de mayor alcance	75% nacionales y 25% extranjeros	Autor
Televisiva	28	7%	Medio muy grande y costoso		
Auditiva (radio)	201	53%	Adecuado al ámbito comercial		
Medios escritos	84	22%	Publicidad de mayor circulación		
Otra	0	0%			
TOTAL	378	100%			

Grafico 6.1: Sugerencia de publicidad



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

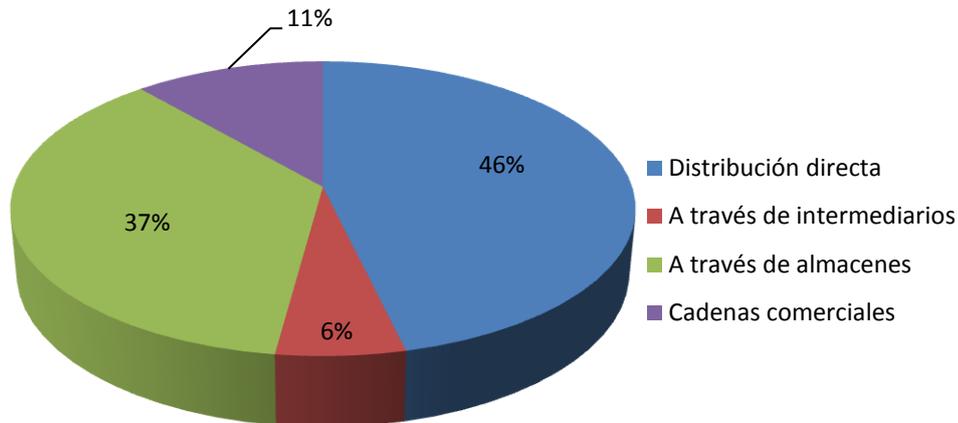
6.1. Análisis:

Un (53%) prefiere la publicidad auditiva, debido a la que es la de mayor audiencia, preferencia y aceptación, un (22%) muestra que prefiere la publicidad a través de medios escritos, porque es una de las publicidades que mayor tiempo permanece con el cliente, un (17%) responde que prefiere la publicidad a través de volantes, porque es una manera rápida de enterarse del servicio o producto. Un (7%) prefiere la publicidad televisiva.

7. ¿Qué cadena de distribución cree que es la apropiada para nuestro producto?

Variable	F	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Distribución directa	175	46%	Adecuada a la producción	75% nacionales y 25% extranjeros	Autor
A través de intermediarios	22	6%	Incorre en el aumento del PVP		
A través de almacenes	138	37%	Involucra administración y distribución propia		
Cadenas comerciales	43	11%	Producción en masa		
TOTAL	378	100%			

Grafico 7.1: Cadena de distribución



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

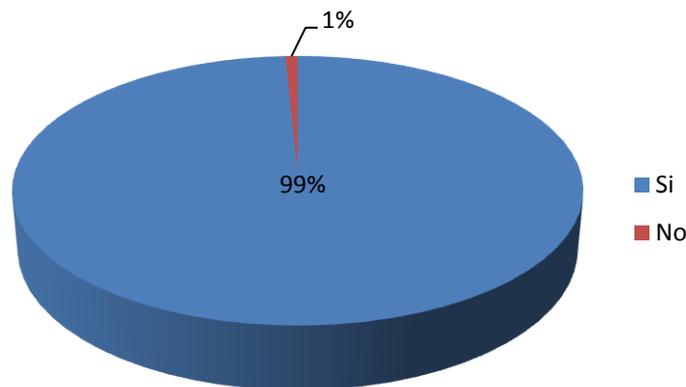
7.1. Análisis

Un (46%) cree que la distribución apropiada para el producto es la directa, porque permite que los precios se mantengan reducidos, un (37%) cree que la distribución apropiada es a través de almacenes, ya que se mantiene la venta abierta al público en todo momento, y para fácil localización del local comercial; un (11%) responde que la adecuada es a través de cadenas comerciales, ya que las mismas se encuentran a nivel nacional, no se descarta esta respuesta ya que es una buena oportunidad de expansión comercial al mercado nacional; un (6%) menciona que sería adecuada la distribución a través de intermediarios, porque serían los que se encargarían de la venta, mas no el productor, lo que garantizaría las ventas.

8. ¿Estaría dispuesto a adquirir nuestra artesanía elaborada a base de desechos naturales?

Variable	F	%	Detalle	Dirigida a	Encuestador
Si	375	99%	El cliente está dispuesto a adquirir la artesanía	75% nacionales y 25% extranjeros	Autor
No	3	1%	No consideran decorativo a la artesanía		
TOTAL	378	100%			

Grafico 8.1: Disposición a adquirir el producto artesanal



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

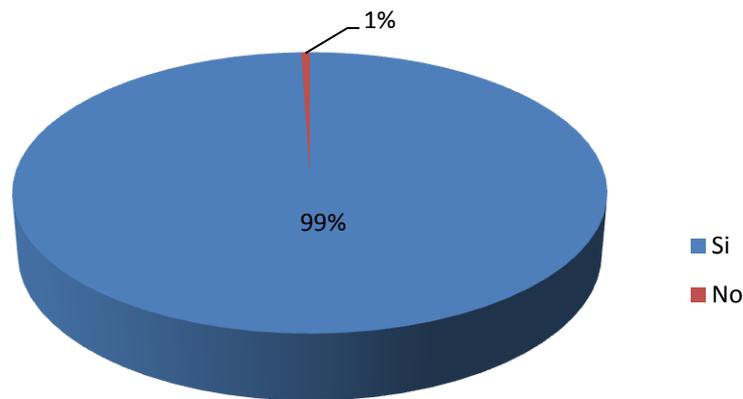
8.1. Análisis

Casi la totalidad menciona que estaría dispuesto a adquirir el producto artesanal, se menciona que es un producto innovador, artesanal, que involucra materiales que hasta el momento eran desechados; un mínimo grupo de encuestados no estaría dispuesto a adquirir la artesanía, debido a factores de degradación del material utilizado.

9. ¿Cree que nuestro producto estará en la capacidad de cumplir las necesidades de decoración del cliente?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a	Encuestador
Si	376	99%	Cumple las expectativas del cliente	75% nacionales y 25% extranjeros	Autor
No	2	1%	No cumple las necesidades decorativas		
TOTAL	378	100%			

Grafico 9.1: Capacidad de cumplir expectativas de decoración



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

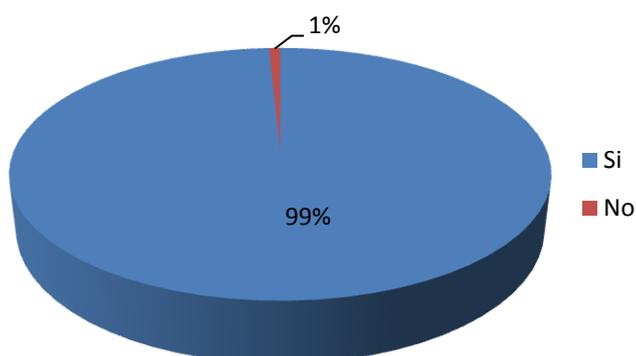
9.1. Análisis

La mayor parte de los encuestados responde que el producto en si es un producto de uso decorativo, por lo que si se cumpliría las necesidades de decoración del cliente, se menciona que el producto detallado con demás implementos decorativos como marcos, vidrio llegaría a ser una obra que se podría exhibir en salones de arte. Pocos encuestados creen que no podría cubrir las necesidades de decoración de diferentes ambientes en los hogares.

10. ¿Le llama la atención la elaboración de nuestro producto artesanal?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a	Encuestador
Si	375	99%	Llama la atención la producción de artesanía a base de desechos naturales	75% nacionales y 25% extranjeros	Autor
No	3	1%	No llama la atención de consumidores		
TOTAL	378	100%			

Grafico 10.1: Producción de la artesanía



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

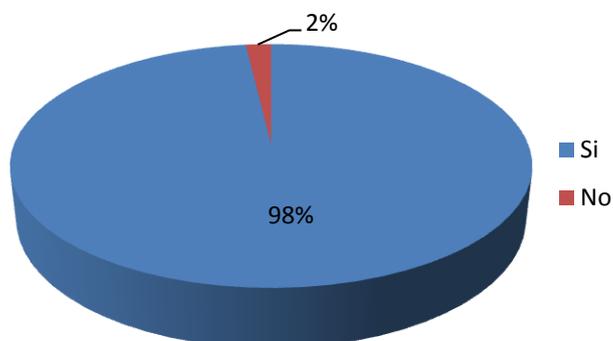
10.1. Análisis

A la mayoría de los encuestados les llama la atención la elaboración del producto artesanal, por lo que involucra materiales naturales novedosos, materiales que eran desechados, un pequeño número de encuestada muestra que no les llama la atención.

11. ¿Le gustaría que la artesanía este personalizado de acuerdo al gusto del cliente?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a	Encuestador
Si	371	98%	Se prefiere diseños personalizados	75% nacionales y 25% extranjeros	Autor
No	7	2%	Optan por la artesanía basada en diseños propios del artesano		
TOTAL	378	100%			

Grafico 11.1: Diseño personalizado de la artesanía



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

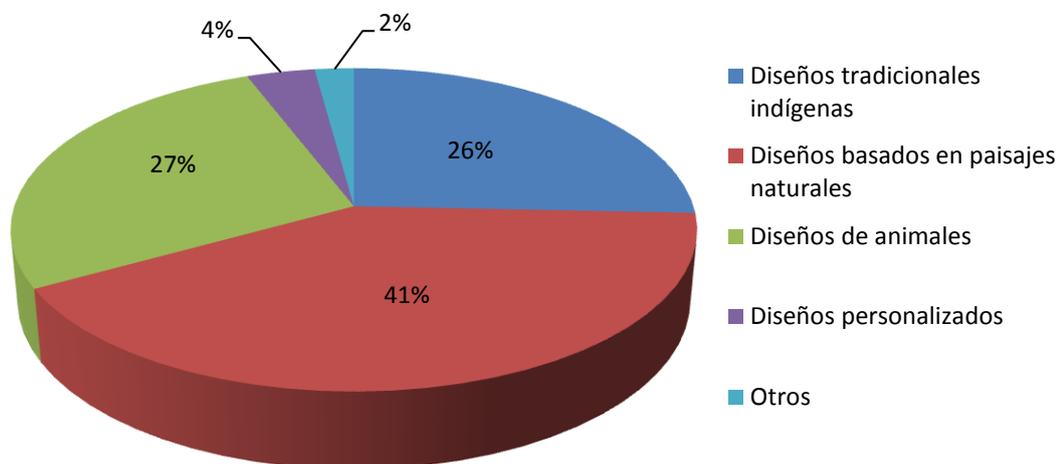
11.1. Análisis

La mayor parte de los clientes gustan que la artesanía sea en base a diseños propios del cliente, para así darle varios usos a la artesanía de acuerdo a los motivos de cada persona; un grupo selecto prefiere que la artesanía sea en base a diseños autóctonos de los artesanos, de acuerdo al medio y realidad en que vive la identidad indígena del cantón Otavalo.

12. ¿Qué diseños preferiría usted?

Variable	F	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Diseños tradicionales indígenas	97	26%	Diseños tradicionales	75% nacionales y 25% extranjeros	Autor
Diseños basados en paisajes naturales	156	41%	Basados en la identidad natural de los pueblos		
Diseños de animales	103	27%	Diseños varios		
Diseños personalizados	14	4%	Detallados a gusto del consumidor		
Otros	8	2%	Diseños varios		
TOTAL	378	100%			

Gráfico 12.1: Diseño de la artesanía



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

12.1. Análisis

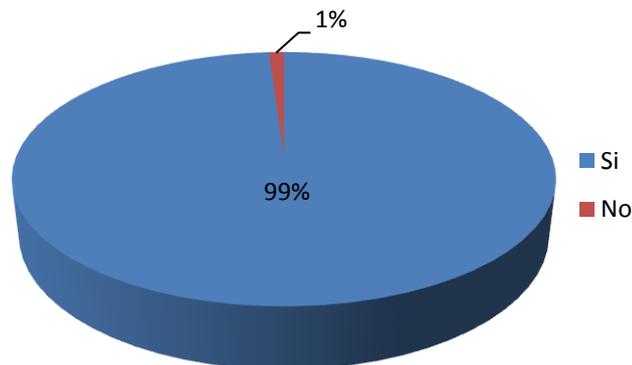
Los diseños de mayor preferencia son los basados en paisajes naturales con una aceptación poco menos de la mitad de la totalidad de

encuestas, seguidamente de una preferencia de diseños de animales, un grupo de igual número prefiere diseños tradicionales indígenas, porque se puede admirar la diversidad animal de las Galápagos, y la identidad cultural del pueblo indígena Otavaleño, un pequeño grupo prefiere los diseños personalizados, algunos de los encuestados preferiría una artesanía de acuerdo a motivos navideños, o tarjetería en varios motivos.

13. ¿Le llama la atención los materiales utilizados en la producción de la unidad artesanal elaborada a base de desechos naturales?

Variable	F	%	Detalle	Dirigida a	Encuestador
Si	374	99%	Materiales novedosos en producción	75% nacionales y 25% extranjeros	Autor
No	4	1%	Se considera como cualquier material común		
TOTAL	378	100%			

Gráfico 13.1: Producción de la artesanía



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

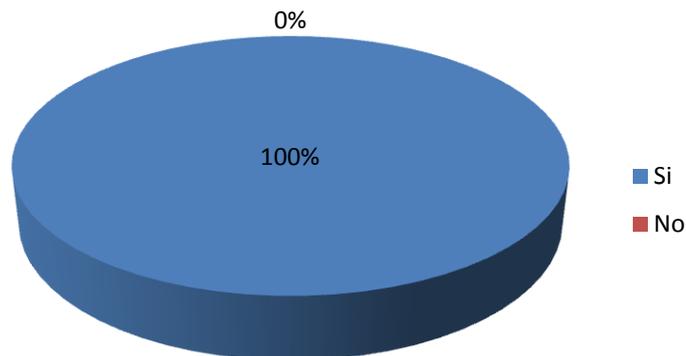
13.1. Análisis

Los materiales utilizados en la producción de la unidad artesanal son novedosos, no de muy uso común en la artesanía, por lo que cuenta con una aceptación en el mercado mostrando una respuesta positiva de (99%), lo que significa que a los clientes si les llama la atención la elaboración de la artesanía, en menor grado (1%) no les llama la atención la producción de la unidad artesanal.

14. ¿Le parece recomendable nuestra artesanía elaborada a base de desechos naturales a demás personas?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Si	378	100%	Se totalmente sugerible a demás consumidores	75% nacionales y 25% extranjeros	Autor
No	0	0%			
TOTAL	378	100%			

Grafico 14.1: Sugerencia a demás clientes



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

14.1. Análisis

La totalidad de los clientes considera que la artesanía cuenta con los requerimientos de decoración, innovación, reciclaje natural, por lo que se considera que es recomendable el producto artesanal a demás personas.

Mediante observación directa se determina que la artesanía es recomendada a personas no nacionales, es decir, se recomienda a clientes extranjeros, por lo que la expansión comercial del artículo artesanal este garantizado.



“ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES - ARTESANOS DEL CANTON OTAVALO”

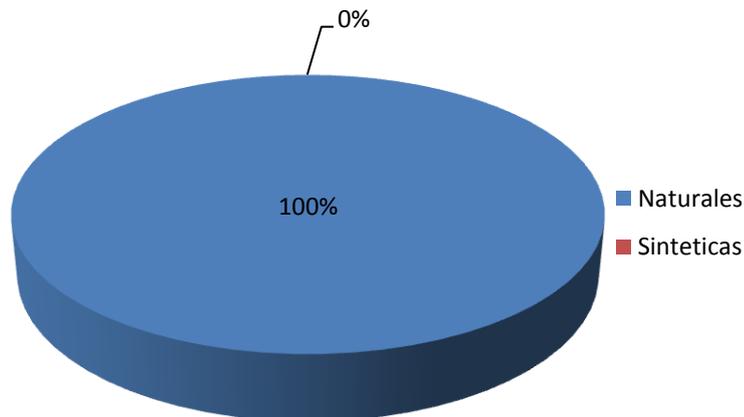
Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo recabar información de tipo académico que permita consolidar el estudio de factibilidad para realizar un diagnóstico técnico que permita determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades para la creación de artesanías elaboradas con desechos naturales.

RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA

1. ¿El tipo de materiales utilizados es?

Variable	F	%	Detalle	Dirigida a	Encuestador
Naturales	18	100%	El material utilizado es completamente natural	75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
Sintéticas	0	0%	No se utiliza materia prima sintética		
TOTAL	18	100%			

Grafico 1.1: Tipo de material utilizado



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

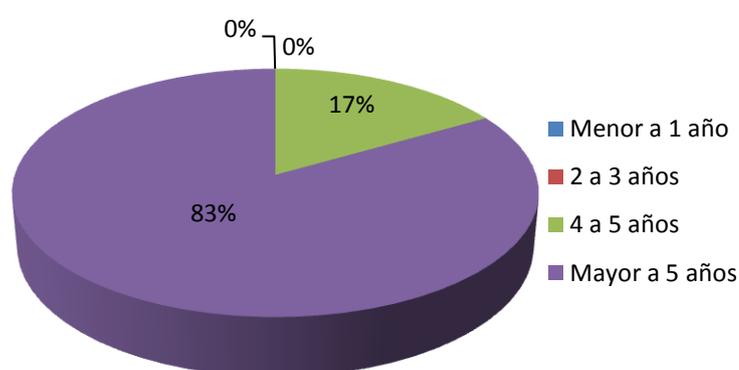
1.1. Análisis

Todos los artesanos utilizan materiales totalmente naturales lo que garantiza la durabilidad, calidad, innovación y creatividad de la unidad artesanal, se deja de lado totalmente la utilización materiales sintéticos, debido a que estos no garantizan la calidad total en la artesanía.

2. ¿Según su criterio la duración estimada de la artesanía es?

Variable	F	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Menor a 1 año	0	0%		75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
2 a 3 años	0	0%			
4 a 5 años	3	17%	Duración estimada garantizada		
Mayor a 5 años	15	83%	Duración no garantizada		
TOTAL	18	100%			

Grafico 2.1: Duración estimada de la artesanía



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

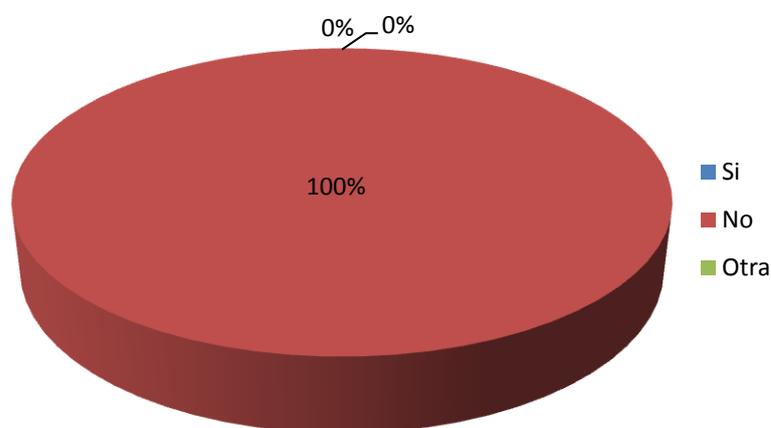
2.1. Análisis

Por la experiencia innata de los artesanos, la duración estimada de las artesanías hasta el momento elaboradas son de más de 5 años, con una respuesta de (83%), esto se debe a que los materiales utilizados son estrictamente naturales, y que el proceso de elaboración aplicado fue el correcto, garantizando así su calidad; un (17%) de artesanos cree que la duración estimada es de 4 a 5 años, esto puede ser porque el proceso de producción y preparación del material no fue el correcto, estas respuestas muestra que la artesanía elaborada con desechos naturales posee una duración estimada de más de 5 años, lo que garantiza la calidad en producción.

3. ¿Cree usted que la materia prima utilizada en la elaboración de la artesanía influye en la producción de la misma?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Si	0	0%		75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
No	18	100%	La MP utilizada no influye en la artesanía		
Otra	0	0%			
TOTAL	18	100%			

Grafico 3.1: Influencia de los materiales usados en la artesanía



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

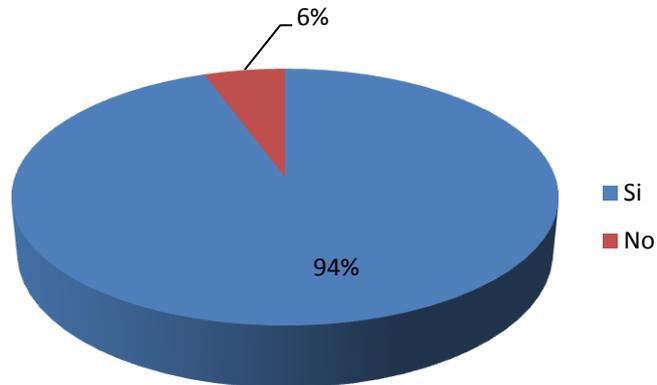
3.1. Análisis

Todos los artesanos conocen y saben que los materiales no influyen en la producción de la artesanía elaborada con desechos naturales, puede el material llegar a influir en la producción si este no fuere tratado de la manera correcta, y que no fuere seleccionado de acuerdo al proceso de degradación propia de la materia prima.

4. ¿La producción artesanal depende exclusivamente de los insumos utilizados y aplicados en su elaboración?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Si	17	94%	Para garantizar la calidad	75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
No	1	6%	No depende en su totalidad		
TOTAL	18	100%			

Grafico 4.1: Dependencia de los insumos utilizados



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

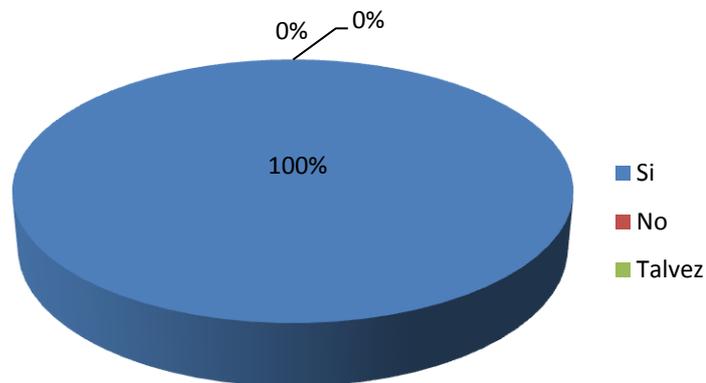
4.1. Análisis

El (94%) de los artesanos menciona que la producción si depende exclusivamente de los insumos utilizados, ya que si la materia prima no es seleccionada de manera adecuada los insumos utilizados no pueden garantizar su efectividad y así asegurar la duración de la unidad artesanal, el (6%) de los artesanos cree que la producción no depende de los insumos utilizados, lo cual no es lo suficientemente creíble, ya que por degradación propia del material natural no puede garantizar su duración sin la utilización de insumos.

5. ¿Cree usted estar capacitado para la elaboración de la artesanía con desechos naturales?

Variable	Frecue.	%	Detalle	Dirigida a	Encuestador
Si	18	100%	Se considera capacitado a todo el personal	75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
No	0	0%			
Tal vez	0	0%			
TOTAL	18	100%			

Grafico 5.1: Capacitación del personal de producción



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

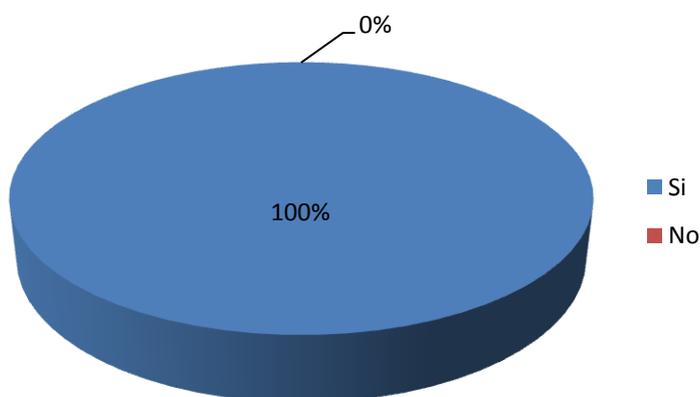
5.1. Análisis

Todos los artesanos se encuentran capacitados artesanalmente en la producción de artesanías elaboradas con desechos naturales, esto se debe por intuición, por heredación de conocimientos o por experiencia propia, los artesanos se encuentran capacitados adecuadamente para la producción de artesanías elaboradas con desechos naturales, lo que significa que los artesanos están en capacidad de cubrir cualquier demanda existente en el mercado.

6. ¿La diversificación del producto artesanal mejorara la producción?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Si	18	100%	Diversificar unidades artesanales ayuda a la producción artesanal	75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
No	0	0%			
TOTAL	18	100%			

Grafico 6.1: Diversificación del producto artesanal



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

6.1. Análisis

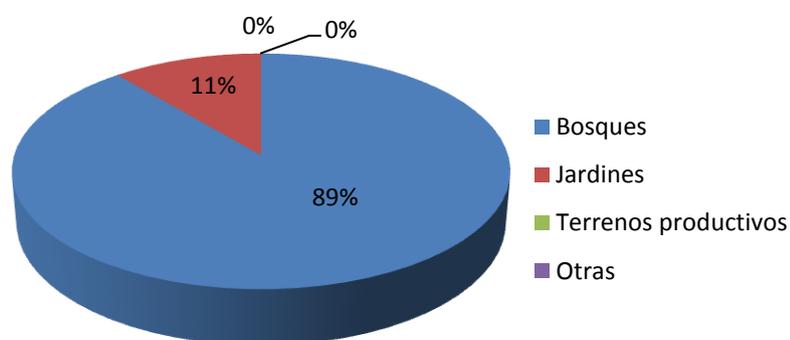
Los artesanos al elaborar la artesanía incurren en el diseño de varias formas artesanales, implica la diversificación de la artesanía en unidad, cantidad, tamaño, diseño, presentación, trabajo y calidad, por consiguiente si mejorara la producción, con un grado de aceptación total.

La diversificación de las unidades implica aceptar peticiones productivas, es decir; elaborar diseños solicitados por el cliente.

7. ¿Mencione cual es el área de recolección del material a usarse en la producción de la unidad artesanal?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Bosques	16	89%	Aquí se concentra la MP	75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
Jardines	2	11%	Se encuentra MP especifica		
Terrenos productivos	0	0%			
Otras	0	0%			
TOTAL	18	100%			

Grafico 7.1: Área de recolección de la materia prima



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

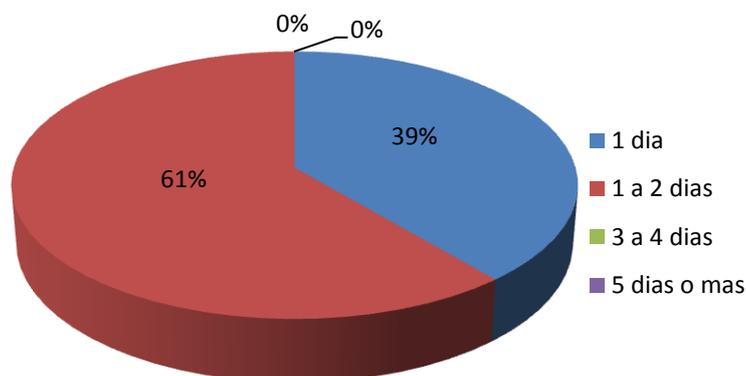
7.1. Análisis

El (89%) de la materia prima se recolecta en bosques porque es un lugar apropiado de aglomeración natural, en el que se puede encontrar diversos tipos de materia prima, basados en color, tamaño, cantidad y diseño; el (11%) de los encuestados recolecta el material en jardines, se dice que es ahí donde se puede cultivar plantas específicas, las mismas que generaran una materia prima específica para el diseño de la artesanía.

8. ¿El tiempo aplicado en la recolección del material a usarse para la producción es?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
1 día	7	39%	Tiempo utilizado para artesanías no detalladas	75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor/ ayudantes
1 a 2 días	11	61%	Utilizado para artesanías detalladas		
3 a 4 días	0	0%			
5 días o mas	0	0%			
TOTAL	18	100%			

Grafico 8.1: Tiempo de recolección de materia prima



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

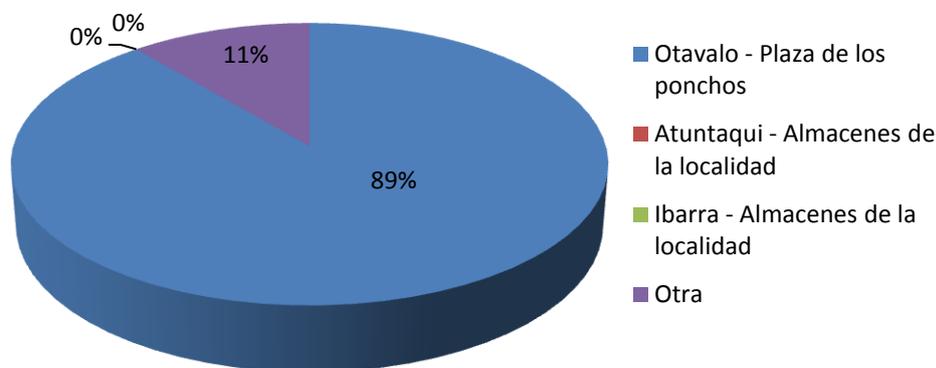
8.1. Análisis

El (61%) de los encuestados menciona que el tiempo promedio utilizado para la recolección del material es de 2 días, debido a que se debe seleccionar de manera apropiada a la materia prima, de modo que se garantice la duración y calidad de la artesanía. El (39%) de los artesanos recolecta el material en 1 día, esto puede ser variable de acuerdo a la demanda existente en el mercado.

9. ¿Cuál cree que es el mercado potencial apropiado para la venta del producto artesanal elaborado con desechos naturales?

Variable	F	%	Detalle	Dirigida	Encuestador
Otavallo - Plaza de los ponchos	16	89%	Considerado por la afluencia de turistas	75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
Atuntaqui - Almacenes de la localidad	0	0%			
Ibarra - Almacenes de la localidad	0	0%			
Otra	2	11%	Quito, el Ejido, mercado artesanal		
TOTAL	18	100%			

Grafico 9.1: Mercado potencial



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

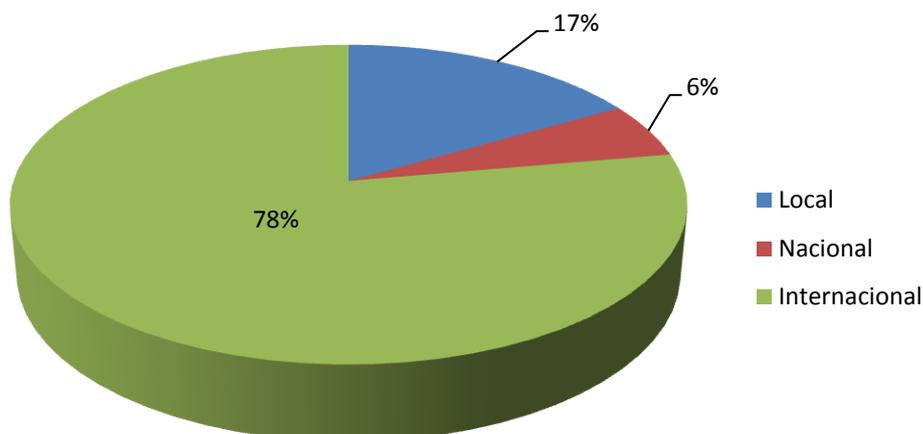
9.1. Análisis

El (89%) de los artesanos cree el nicho de mercado se encuentra en la plaza de los ponchos-Otavalo, debido a que ahí concurren gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros, a los cuales está dirigido el producto artesanal, un pequeño número de artesanos (11%) cree que el mercado potencial se encuentra en la ciudad de Quito, específicamente en el mercado artesanal, ubicado en el Ejido, ya que el mercado puede compararse semejante al de la ciudad de Otavalo-Plaza de los Ponchos, no se descarta esta respuesta porque si es un buen mercado potencial que puede ayudarnos a la expansión comercial del producto artesanal.

10. ¿Para una eficiente comercialización a qué tipo de mercado cree que debe estar dirigida nuestra artesanía?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Local	3	17%	Adecuado a la producción actual	75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
Nacional	1	6%	Identificado como mercado de menor potencial		
Internacional	14	78%	Se cree que el mercado internacional es el apropiado		
TOTAL	18	100%			

Grafico 10.1: Tipo de mercado potencial



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

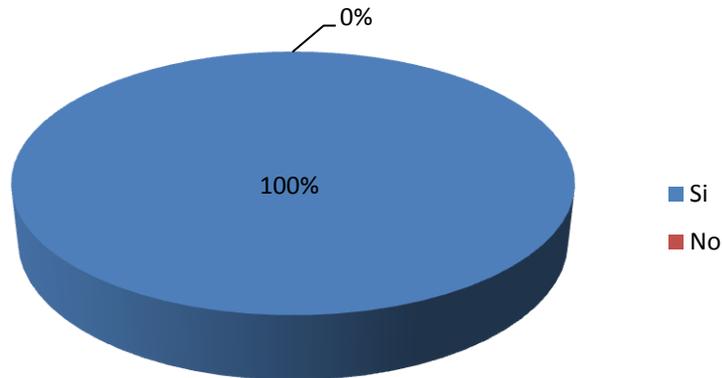
10.1. Análisis

Para lograr una eficiente comercialización el (78%) de los artesanos creen que el mercado apropiado sería el internacional, debido a que en el mismo se asegura la venta a precios razonables, y principalmente porque en el mercado internacional la artesanía sería completamente nueva, de modo que sería aceptado y valorado en el mercado extranjero. El (17%) responde que el mercado al que debería estar dirigido la artesanía sería el local porque es conocido y aceptado, el (6%) menciona que el mercado sería primeramente el nacional, abarcarlo para luego experimentar en campos internacionales.

11. ¿Cree poder cumplir con las demandas existentes?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Si	18	100%	Se puede cumplir con demandas existentes	75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
No	0	0%			
TOTAL	18	100%			

Grafico 11.1: Expectativas de cumplimiento de la demanda



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

11.1. Análisis

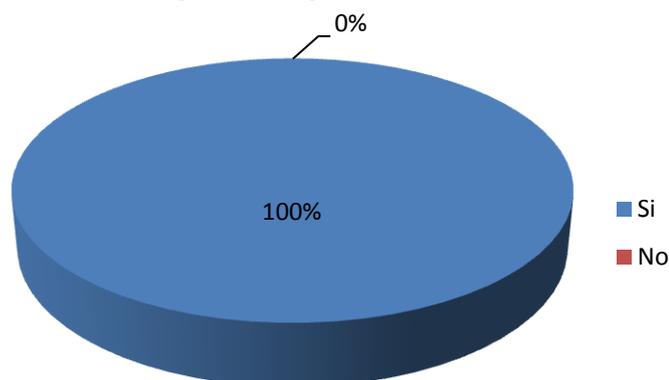
Los encuestados cuentan con el recurso humano suficiente, para cumplir con las demandas existentes, debido a que ya se lo ha hecho con anterioridad. No existen escases de materia prima, y recursos necesarios para la producción, al contrario existe suficiente cantidad de materia prima para la producción de artesanías en hojas naturales.

Los directivos consideran que el recurso humano de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque (U.N.A.I.S.A.R.), se encuentra legalmente capacitado para la producción de artesanía elaborada a base de desechos naturales, adicionalmente se cuenta con el apoyo organizacional y productivo de la Unión de Artesanos Indígenas del Cantón Otavalo (U.N.A.I.N.C.O).

12. ¿Cree que los artesanos estén capacitados productivamente?

Variable	Frecu.	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Si	18	100%	Se ha capacitado con anterioridad	75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
No	0	0%			
TOTAL	18	100%			

Gráfico 12.1: Capacidad productiva de los artesanos



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

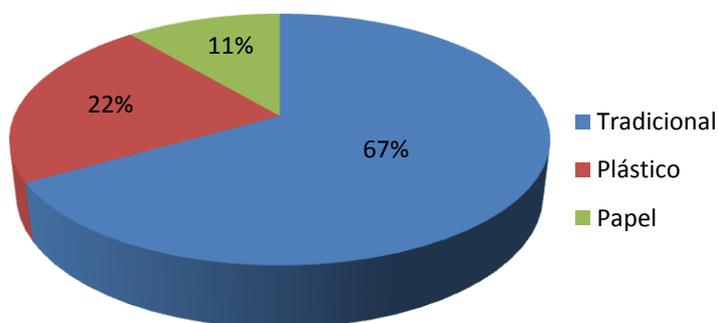
12.1. Análisis

Todos los artesanos creen estar capacitados productivamente, esto se debe que poseen una experiencia propia e innata en la productividad de la artesanía, pero se asumió que no están capacitados en aspectos de producción y patrones de cumplimiento laboral.

13. ¿El empaque del producto puede ser?

Variable	F	%	Detalle	Dirigida a	Encuestador:
Tradicional	12	67%	Se considera un empaque tradicional	75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
Plástico	4	22%	Es más utilizable en la producción tradicional		
Papel	2	11%	Adecuado para el transporte y conservación		
TOTAL	18	100%			

Gráfico 13.1: Empaque del producto artesanal



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

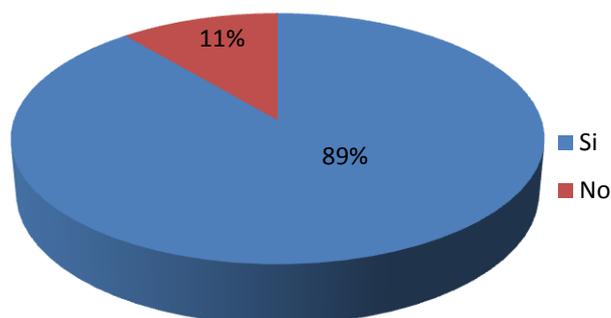
13.1. Análisis

El (67%) de los artesanos respondieron que el empaque tradicional es el apropiado, ya que el mismo puede agregar valor adicional al producto artesanal, y que es una buena forma de mostrar las tradiciones indígenas plasmadas en la artesanía; mientras que el (22%), creen que el empaque debería ser de plástico, ya que este no cubre en su totalidad a la artesanía, de modo que permite que la artesanía se esté exhibiendo constantemente, lo que los otros empaque no permiten; el (11%) sugieren que el empaque debe ser de papel, argumentando que es una bonita forma de presentación del producto.

14. ¿El costo por unidad artesanal admite una rentabilidad que permita sustentar la producción?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida:	Encuestador
Si	16	89%	La rentabilidad permite incurrir en mas producción	75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
No	2	11%	No admite una producción subsecuente		
TOTAL	18	100%			

Grafico 14.1: Sustento de la producción en la rentabilidad



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

14.1. Análisis

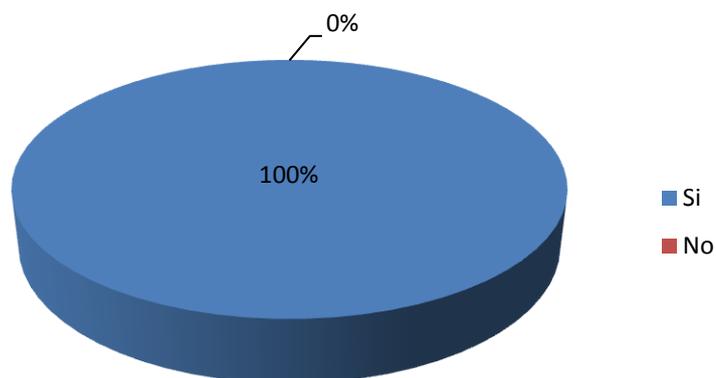
El precio promedio adecuado para los clientes es de \$3 a \$5 mientras que el costo máximo por unidad es de \$1,65 lo que si permite una rentabilidad adecuada por unidad artesanal, permitiendo una

rentabilidad adecuada que sustente la producción, con una respuesta favorable del (89%); mientras que el (11%) de los encuestados creen que no sustenta demás producciones debido a que sus expectativas en precio son más altas a las que el cliente está dispuesto a pagar por la artesanía.

15. ¿Cree que los puntos de venta deberán estar acorde al movimiento comercial del sector?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Si	18	100%	La venta depende exclusivamente de acuerdo al movimiento comercial del sector	75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
No	0	0%			
TOTAL	18	100%			

Grafico 15.1: Movimiento comercial acorde a las ventas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

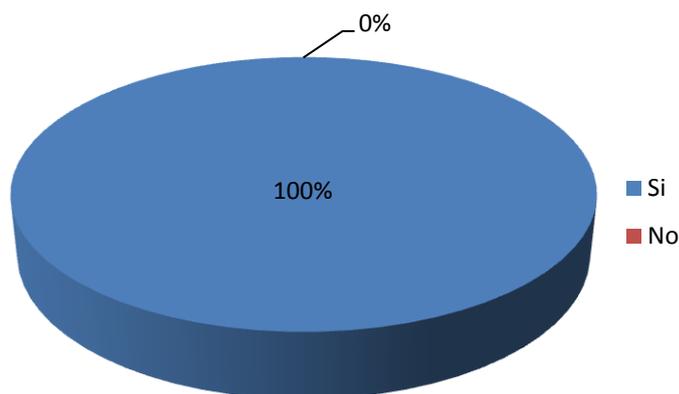
15.1. Análisis

La totalidad de los encuestados muestran que el centro de comercialización se debe encontrar en las principales arterias comerciales de la zona comercial, ya que de esta dependen las ventas del producto artesanal.

16. ¿El costo invertido en la elaboración de la artesanía sustenta la producción?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Si	18	100%	Se sustenta la producción con la rentabilidad generada	75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
No	0	0%			
TOTAL	18	100%			

Gráfico 16.1: Sustento del costo invertido en producción



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

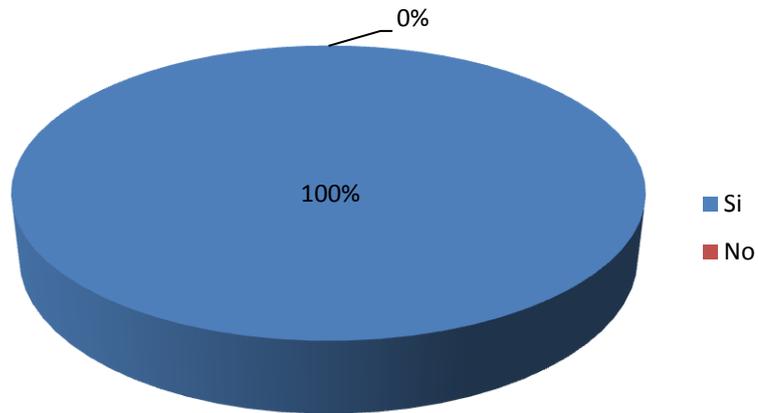
16.1. Análisis

El costo por unidad artesanal al ser material de desecho natural no implica algún costo monetario, lo que si implica algún valor económico sería los insumos adicionales que se le agrega al producto, también la presentación y empaque del producto, que en alguna manera representa un costo monetario.

17. ¿Cree que la producción artesanal le genere un nivel de rentabilidad aceptable?

Variable	Frecuencia	%	Detalle	Dirigida a:	Encuestador:
Si	18	100%	Genera un nivel de rentabilidad aceptable	75% Nacionales y 25% Extranjeros	Autor
No	0	0%			
TOTAL	18	100%			

Grafico 17.1: Generación de rentabilidad



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

17.1. Análisis

Todos los artesanos desean incurrir en la producción de la artesanía, por lo que el mismo genera un rédito aceptable de ganancia, que permite la producción y mantención del artesano, esto se debe al poco esfuerzo y casi ningún costo de la materia prima.

La producción de varias unidades artesanales, genera un monto redituable aceptable por lo que la producción de esta artesanía garantiza un modo de supervivencia adecuado, a las necesarias.



**“ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS DIRECTIVOS DE GRUPOS ARTESANOS DEL CANTON
OTAVALO”**

Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo recabar información de tipo académico que permita consolidar el estudio de factibilidad para realizar un diagnóstico técnico que permita determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades para la creación de artesanías elaboradas con desechos naturales.

RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA

1. ¿Cree que la innovación artesanal puede aplicarse a nuestra artesanía?

Análisis

Los directivos estiman como conveniente la aplicación de innovación a la artesanía, se menciona que en si la innovación ya se está aplicando en el diseño de la unidad artesanal, debido a que el cliente solicita la aplicación de materia prima específica, en diseños específicos.

La innovación es adecuada porque permite que la artesanía no sea tradicional en diseño, más bien la innovación permite que los diseños vayan mejorándose a través del tiempo.

2. ¿Cree usted que la materia prima utilizada en la elaboración de la artesanía influye en la producción de la misma?

Análisis

Pocos directivos cree que la materia prima si influye en la producción de la artesanía, ya que si no se utiliza una materia prima adecuada, no sirve de nada producir en cantidad, conociendo que el mismo puede deteriorarse a través de un poco tiempo, de igual manera la materia prima si influye en la producción, porque de no tener una materia prima adecuada, no se puede asegurar la calidad del producto; casi todos los directivos creen que la materia prima no influye en la producción,

argumentando que para eso se utiliza los insumos que garantizan la duración de la artesanía.

3. ¿Cree usted que la mano de obra artesanal está capacitada para la producción?

Análisis

Se considera que la mano de obra se encuentra capacitada artesanalmente en la elaboración del producto, así como de estrategias de producción adecuadas y aplicadas a las artesanías en general, se asume que los artesanos profesionalmente no se encuentran capacitados, pero se considera suficiente la intuición por experiencia artesanal.

4. ¿Qué controles aplicaría para verificar que la producción cumpla con la calidad deseada?

Análisis

Todos los directivos consideran que lo primordial para garantizar la producción, calidad, y duración de la artesanía se encuentra en el control de los materiales usados, por lo que es la parte fundamental de la producción, ya que de no aplicarse el control no se puede garantizar ninguna calidad artesanal.

5. ¿Cree usted que el mercado potencial para la venta del producto artesanal elaborado con desechos naturales se encuentra en los siguientes sitios?

Análisis

La mitad de los directivos ubican al mercado potencial en la ciudad de Otavalo-plaza de los ponchos, al lugar concurren un gran número de turistas nacionales y extranjeros, otro grupo en igual medida consideran que el mercado potencial se encuentra en la ciudad de Quito, sin argumentarse ningún comentario que sustente la respuesta.

6. ¿El mercado seleccionado anteriormente puede segmentarse a un solo grupo de persona o cliente?

Análisis

Todos los directivos creen que el mercado seleccionado no puede estar dirigido a un solo grupo de personas, más bien se encuentra dirigido a todo tipo de personas.

El mercado se puede segmentar en varias partes y dirigido a todo tipo de clientes.

7. ¿Cree estar en posibilidades de cumplir la demanda existente?

Análisis

Se menciona estar capacitados artesanalmente, que se cuenta con los recursos suficientes, número de mano de obra apropiada, por lo que si se está en capacidad de cumplir con la demanda existente en el mercado.

Se concluye que se puede cumplir con las demandas existentes porque se cuenta con los recursos humanos y materiales disponibles.

8. ¿Es necesario instaurar manuales administrativos para establecer una estructura administrativa eficiente?

Análisis

Los directivos no consideran necesario la instauración de manuales administrativos, más bien se confía en la capacidad de administración y respeto moral que cada artesano posee.

No es necesaria la implantación de manuales administrativos.

9. ¿La elaboración de una estructura organizacional mejorara el funcionamiento de la estructura productiva de la microempresa?

Análisis

Se considera que una estructura organizacional si ayudaría a que se mejore la estructura productiva de la microempresa, pero implicaría una

serie de conocimientos y estatus autoritarios que no necesariamente es aplicable a la organización administrada con los propios miembros de la organización.

10. ¿Para una eficiente comercialización a qué tipo de mercado cree que debe estar dirigido nuestra artesanía?

Análisis

Los directivos tienen como expectativa comercial el mercado internacional, por lo que se está buscando aliados comerciales para llegar a dicho mercado, debido a que este garantiza que el producto artesanal sea vendido a un precio adecuado que permitirá sustentar la producción.

11. ¿Nuestro producto artesanal está acorde al precio fijado en el mercado?

Análisis

Casi todos los directivos piensan que el precio no es el adecuado pero que tampoco es el peor, ya que el precio de adquisición fijado por el cliente de tres a cinco dólares lo que sí permite una rentabilidad aceptable.

Algunos directivos creen que el precio sí es el adecuado porque es el aceptado por el cliente.

12. ¿Los puntos de venta deberán estar acorde al movimiento comercial en el que se encuentre el mercado meta?

Análisis

Todos los directivos creen que el movimiento comercial debe ser el apropiado para ubicar puntos de venta, se dice que sin movimiento comercial no es necesario establecer puntos de venta.

13. ¿Cuál de las siguientes formas de comercialización cree que es la adecuada?

Análisis

Se menciona que por experiencia la adecuada comercialización es la directa porque permite que la artesanía llegue de manos del productor al consumidor directamente, también porque permite que el precio no sea manipulado por intereses económicos; Algunos directivos creen que la adecuada forma de comercialización es a través de puntos de venta, por la distribución constante del producto artesanal.

14. ¿La presentación del producto facilita la comercialización de la unidad artesanal?

Análisis

La presentación del producto si facilita la comercialización, a la misma que se le puede aplicar un costo adicional a la artesanía, todos los artesanos considera que la presentación del producto si facilita la comercialización de la unidad artesanal.

15. ¿La rentabilidad obtenida en la comercialización permite al artesano seguir produciendo el mismo producto artesanal?

Análisis

La rentabilidad obtenida en la venta del producto artesanal si permite incurrir en más producción, debido a que el mismo genera una rentabilidad aceptable por unidad artesanal, a todo se deberá el ningún costo de la materia prima, debido a que la misma se puede encontrar en lugares de aglomeración natural, que no involucran ningún costo.

16. ¿El margen de utilidad permite la incurrencia en más unidades de producción, de modo que permita obtener una rentabilidad aceptable?

Análisis

Todos los directivos creen que si se puede incurrir en mas unidades de producción, mismas que generaran una rentabilidad suficiente que

permita generar una renta adecuada al productor. La producción de artesanías elaboradas con desechos naturales si permite una rentabilidad aceptable.

17. ¿Se puede gestionar un manejo de inventarios, que permita satisfacer necesidades de comercialización para así generar una rentabilidad al artesano y microempresa?

Análisis

La totalidad de los directivos creen que sería estrictamente necesaria la aplicación de un manejo adecuado de inventarios ya que el mismo permitiría satisfacer demandas existentes de modo oportuno, generando credibilidad comercial en calidad y satisfacción del cliente a ventaja de la competencia.

18. ¿Cuál cree que es la mejor manera de generar rentabilidad a la microempresa?

Análisis

Se considera que una de las mejores maneras es la de capitalizar a la microempresa es a través de préstamos bancarios, a instituciones de apoyo social como el banco de fomento, misma que poya iniciativas laborales; mientras que otros directivos creen que la adecuada forma de capitalizar a la microempresa es a través de inversión de los artesanos.

19. ¿El nivel de rentabilidad nos permitirá sustentar la producción?

Análisis

La rentabilidad obtenida en la producción es la adecuada misma que permite sustentar la producción de más unidades artesanales.

Se permite sustentar la producción debido a que el margen de utilidad por unidad artesanal es la adecuada.

1.9. MATRIZ DE INVOLUCRADOS

Cuadro Nº: 2 Matriz de involucrados

MATRIZ	DETALLE
Aliados	Unión de Artesanos Indígenas del Cantón Otavalo (U.N.A.I.N.C.O.); proporcionaran la capacitación suficiente sobre la artesanía que se pretende elaborar.
	Comunidad donde se localizara la organización; existe colaboración directa de las personas de la localidad en lo que respecta a la mano de obra.
	Cooperación de la junta parroquial, ayudara a gestionar los recursos económicos con las entidades municipales.
	Cooperación del talento humano de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, ayudara a la producción de las unidades artesanales.
	Apoyo de intermediarios, facilitara la venta de la artesanía en más lugares comerciales.
	Personal técnico y altamente calificado artesanalmente; a través de la colaboración de la Unión de Artesanos Indígenas del Cantón Otavalo.
	Cámara de comercio de Antonio Ante, localización efectiva de un centro de comercialización.
Riesgos	Competencia, es un aspecto que se debe tomar muy en cuenta para ofrecer un producto y servicio distinto al comúnmente ofrecido.
	Productos sustitutos; entre ellos se encuentra en las obras de arte, litografías, fotografías, o los artificialmente elaborados.
	Límite máximo disponible de recursos económicos, para tal se gestionara prestamos a través de entidades financieras y con fondos propios.
	Factor climático inestable, perjudica

Riesgos	significativamente a la materia prima utilizada en la producción de las artesanías elaboradas con desechos naturales.
	Crisis económica mundial , lo que perjudica al turismo a nivel nacional.
	Disolución de la organización , por formación de intereses ajenos a los objetivos que como unión de artesanos se persigue.
	Falta de inversión de los socios , se debe incentivar a los 18 socios a invertir en la elaboración de la artesanía, comunicándole los beneficios redituables que se pueden generar en la producción de la misma.
	Falta de canales de comercialización , se gestionara canales de comercialización con aquellas entidades comercializadoras o empresas de turismo.
	No existe empoderamiento de los socios , se concientizará a los socios de los beneficios que se pueden obtener por la producción de la artesanía.
	No tener un segmento de mercado definido ; se buscara nichos de mercado específicos que ayuden a la comercialización eficiente de la artesanía.
Oportunidades	Posibilidades de expansión comercial a mercados internacionales , oportunidad que ofrece el municipio de Otavalo, e inversionistas particulares, lo que debe ser aprovechado al (100%), ofreciendo posiciones productivas adecuadas a la demanda existente.
	Accesibilidad a financiamiento del estado , el estado actualmente se encuentra apoyando a grupos organizados a través del (MIES), mediante la financiación de capitales necesarios para la iniciación de actividades grupales que vayan en beneficio colectivo.

Oportunidades	Promoción de productos por medio de ferias; promocionar en ferias lo que beneficiara a los productores, dando a conocer el producto artesanal.
	Promocionar los productos, mediante la creación de una página web.
	Local comercial adecuadamente legalizado y ubicado en la Plaza de los Ponchos-Otavalo.
	Cooperación de la Unión de Artesanos Indígenas del Cantón Otavalo; brindara la capacitación suficiente en lo que respecta a la capacitación de la mano de obra, y las nuevas formas de producción y administración.
	Clientes fijos; aquellos que se mantienen como clientes frecuentes, se llevara un registro en el que se haga mayor relevancia a dichos clientes, se ofertara beneficios adicionales.
Oponentes	La Cascada-Artesanías; este centro comercial puede ofrecer productos artesanales que pueden ser sustitos a los que se puede ofertar.
	Runa; centro artesanal que ofrece artesanías elaboradas a base de tahua, caña guadua, entre otras.
	Galería la Jungla; oferta arte a base de pinturas.
	Galería de arte Quipus; oferta arte a base de pinturas artificiales.
	D-CORAR-T; ofrece artesanías decorativas como atrapa sueños, tapices, sacos, que en algún momento pueden actuar como productos sustitutos
	Comerciantes locales; los mismos comerciantes locales pueden actuar como competidores, produciendo, elaborando o duplicando la artesanía.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

1.10. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Del análisis de la matriz de involucrados, aplicada y procesado los resultados de los instrumentos de investigación, se concluye:

La producción artesanal no cumple la satisfacción del productor, el de sustentar sus necesidades, debido a que el precio de venta es bajo, relacionado al aporte creativo de cada artesano, en este caso, la organización está dispuesta a buscar e invertir en nuevas formas de diversificación artesanal.

La totalidad de los miembros socios de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, no cree que la artesanía puede revalorizarse, se relacionada dicha apreciación al golpe económico de la dolarización ecuatoriana.

Los miembros socios de la organización poseen temor a realizar préstamos bancarios con instituciones financieras, debido a que no existe suficiente confianza en los mismos, o relacionado al riesgo que puede suceder a raíz del congelamiento monetario en anteriores gobiernos.

No existe promoción y empoderamiento de la artesanía, por parte de la sociedad Otavaleña.

No se ejecuta un programa de desarrollo productivo, artesanal y de conservación sostenida del medio ambiente.

De no darse una correcta solución a los presentes problemas en un mediano plazo, la organización puede desintegrarse, empeorando el desempleo, y situaciones de migración.

Por lo que la presente investigación propone una solución que contendrá ciertos lineamientos, que permitirá el óptimo manejo de la producción y comercialización de artesanías naturales en la ciudad de Otavalo, generando fuentes de empleo, así reduciendo la problemática social del sector.

Por todo lo anteriormente mencionado se considera necesario solucionar esta problemática a través del proyecto denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS ELABORADAS CON DESECHOS NATURALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO”.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. DEFINICIÓN DE ARTESANÍA

http://www.sololinksugeridos.com.ar/arte/artesantias_definicion.htm, define: ***“Son objetos artísticos de significación cultural, realizados manualmente o con máquinas movidas con energía básicamente humana, en forma individual por un artesano o colectiva por una unidad productora de artesanías. Dichos objetos reflejan una autenticidad que enorgullece y revitaliza la "identidad", y deben conservar técnicas de trabajo tradicionales y los diseños autóctonos de una determinada región”.***

2.1.1. Características

- a) La originalidad del diseño: cada pieza debe ser particular del artesano, y la misma debe identificarlo.
- b) El artesano debe tener oficio, que es la habilidad para manejar las herramientas y los materiales de su rubro en particular.
- c) Debe tener una producción no repetitiva, las series deben de ser pequeñas y personales.
- d) Debe transformar el material que labora en objeto de su creación partiendo de materias primas naturales o producto de la industria.
- e) Cada pieza debe ser funcional, y ser útil al fin y/o función para la cual ha sido creada
- f) Se hace a mano
- g) El producto es único
- h) Su elaboración toma tiempo
- i) Se elabora con materiales de la zona
- j) Se utilizan técnicas de antepasados
- k) Las materiales utilizadas son extraídas de la naturaleza.

2.1.2. La artesanía en Otavalo

Otavalo es considerado como el mayor mercado indígena de Sudamérica en Ecuador, dentro de Imbabura, la provincia de los lagos en Ecuador, se encuentran numerosos poblados de artesanos indígenas en medio de un paisaje de colinas de gran verdor y volcanes. Es una tierra encantadora y con gran historia que inspira a muchos vendedores del mercado de Otavalo, una feria multicolor que expone las obras de arte indígena más representativas de la región, es una ciudad conocida por su famosa habilidad con los productos textiles de coloridos y diseños representativos de la cultura andina. La feria de la artesanía indígena más grande de todo Sudamérica, y es el lugar ideal para comprar los coloridos productos textiles indígenas realizados en telares manuales.

2.1.3. La artesanía en el Ecuador

Ecuador es reconocido a nivel mundial por sus famosos atractivos turísticos, gastronomía, artesanías, dependiendo exclusivamente su economía del movimiento económico que genere la misma.

Las artesanías en el Ecuador son conocidos internacionalmente, ya que estos se exportan a países donde son valorados por su calidad e identidad cultural que se plasma en el producto.

Las artesanías ecuatorianas forman parte de importantes centros de exposición, de galerías de arte, en países europeos, llevando en si la calidad ecuatoriana plasmada en artesanías autóctonas Otavaleñas.

2.1.4. Tipos de artesanías en Otavalo

a) Artesanía Tradicional

Para su creación se utilizan materias primas de la región y herramientas de tipo rudimentario, conservando las raíces culturales transmitidas de generación en generación. Estas son creadas con fines utilitarios y decorativos.

b) Artesanía Indígena

Es la producción de bienes determinada por el medio ambiente que constituye la cultura material de comunidades relativamente cerradas para satisfacer necesidades materiales y espirituales, donde se integran los conceptos de arte y funcionalidad.

c) Artesanía Autóctona Aborígen

Mantiene viva la producción artesanal de los pueblos y comunidades indígenas, usando para ello útiles, técnicas y demás elementos proporcionados por su entorno.

d) Artesanía de Proyección Aborígen

Como su nombre lo indica establece un vínculo con los diseños de origen, pero proyecta los mismos adecuándolos a las exigencias del mercado.

e) Artesanía Típica Folclórica

Permite la diferencia de los demás países del mundo, se identifica con nuestras sólidas raíces folclóricas, manteniendo nuestra identidad. Es la producción de objetos resultantes de la fusión de las culturas americanas, africanas y europeas, elaborados por el pueblo en forma anónima con dominio completo del material, con elementos predominantes propios de la religión, transmitida de generación, que constituye expresión fundamental de su cultura y factor de identificación de la comunidad.

f) Artesanía Urbana

Utilizan insumos y técnicas urbanas en respuesta a una necesidad de consumo, surgen del ingenio popular e inspirado en la universalidad de la cultura.

g) Artesanía Suntuaria

Como su nombre lo indica, son aquellas creadas únicamente con fines de lujo, utilizándose materias primas de alto valor brindadas por la naturaleza.

h) Artesanía Contemporánea

Producción de objetos que incluyen los elementos provenientes de otras culturas y que tiene una característica de transición y de universalidad.

2.2. MICROEMPRESA

2.2.1. Definición

TORRES, Luis 2005 define: *“Es la organización económica de hecho administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales, su capital no supera los USD \$30.000, y el número de trabajadores no sobrepasan los 10, incluyendo el dueño”.*

<http://definicion.de/micro-empresa/>; define: *“Es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma”.*

MONTEROS, Edgar 2005: *“Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”.*

2.2.2. Características

Una microempresa en el Ecuador se caracteriza porque en la actividad se hace uso intensivo de la mano de obra, con escaso desarrollo tecnológico, una baja división del trabajo, pequeño capital, baja

productividad e ingreso, reducida capacidad de ahorro y con un limitado acceso a los servicios financieros y no financieros existentes.

Las características más comunes en nuestra sociedad, pueden ser:

- a) El propietario o propietarios de la empresa laboran en la misma.
- b) El número total de trabajadores pequeño
- c) Tamaño acotado.
- d) Tiene por objetivo el beneficio colectivo.
- e) Organiza a unidades familiares, que posteriormente se dedicaran a desarrollar una sola actividad.
- f) No produce unidades en serie.
- g) Cumple con pedidos exclusivos.
- h) Administración independiente.
- i) Incidencia no significativa en el mercado.
- j) Escasa especialización en el trabajo
- k) Actividad no intensiva en capital
- l) Limitados recursos financieros
- m) Una limitada cifra de obreros y empleados, nunca superior a 50 trabajadores
- n) Una reducida cifra de negocios comparativamente
- o) Un mercado pequeño
- p) Su forma jurídica toma por la común, la forma de sociedad individual o de responsabilidad limitada
- q) Las relaciones entre el empresario y sus colaboradores son personales y directas
- r) Constituyen para los empresarios – propietarios, la principal fuente de renta

2.2.3. Características generales de la microempresa en el Ecuador

Las microempresas, en su gran mayoría, están dedicadas a la actividad comercial. Este es el hecho más notorio. Aquellas microempresas que se dedican a la transformación de sus productos y los

comercializan ellas mismas, dejan de lado a los intermediarios y, al realizar sus ventas al detalle, establecen una relación más directa entre consumidor y productor. Este tipo de microempresas resulta más atractivo, en consideración de que montarlas es relativamente más fácil y porque los riesgos de sus operaciones son menores, inclusive tomando en cuenta que es uno de los sectores de la economía con más competidores y que normalmente deja menor margen de utilidades.

La actividad de la microempresa tiene una importancia fundamental dentro de la vida empresarial, pues cerca del 80% se dedica al comercio o a la prestación de servicios, y el 20% restante a las actividades de transformación. Su estructura jurídica más utilizada se acerca a lo que constituyen las sociedades de personas, por algunas razones, como la responsabilidad de los accionistas que se limita al monto del capital aportado, que se constituye como una persona jurídica distinta e independiente de sus accionistas, que puede transferir fácilmente la propiedad de sus acciones, deseos de crecimiento futuro, entre otros. Aun cuando, en el desarrollo formal, no se cumple, pues las condiciones legales de los gerentes y los accionistas se han distorsionado, ya que los propietarios son a la vez personal administrativo y directores de la misma, quien posee la mayoría de acciones, controla la empresa como si se tratara de un solo propietario, el nombra a los miembros de su familia (esposa, hijos....) como sus colaboradores en la dirección y administración, se auto – instala en el nivel más alto de dirección y control y, los demás aparecen solo como requisitos de ley para su constitución formal.

Como característica general de las microempresas se carece de una estructura formal en todas sus áreas. El trabajo que realiza el dueño se asemeja al de un <hombre – orquesta> y eventualmente recurre a la asesoría externa y en el mejor de los casos al manejo contable y financiero y en especial sobre aspectos legales de personal, finanzas y tributarios.

De la misma manera, como característica se establece que la microempresa crece principalmente a través de la reinversión de sus utilidades, y una de las razones de este fenómeno es que no cuenta con apoyo técnico – financiero significativo de instituciones privadas ni del gobierno, pues su actividad se autofinancia con recursos propios, ya que existe un gran desconocimiento con respecto a la existencia y funcionamiento de organismos de apoyo financiero y técnico.

Las áreas consideradas fuertes de las microempresas son las de producción y ventas. En ellas encuentran una forma satisfactoria de competir en su mercado y de satisfacer las nuevas exigencias del mismo, situación que les obliga a tomar decisiones sobre la marcha, contando frecuentemente con un contacto directo entre el propietario y su clientela, el cual le brinda un conocimiento más detallado de su mercado y de su producto.

La microempresa, en función de la orientación que le dé su dueño, determina si cumple o no satisfactoriamente su responsabilidad social, entregando a la comunidad lo que realmente necesita, para lo cual se concentra en incrementar la participación de su producto en el mercado.

2.2.4. Características generales de la microempresa en Imbabura

La microempresa en la provincia de Imbabura constituye un importante reglón de la economía regional y nacional, pues abarca el desarrollo de varias actividades, como la de los textiles y la confección, la metalmecánica, la construcción, el cuero y el calzado, el alimenticio, la artesanía, el gráfico e impresiones, los servicios técnicos y profesionales en las diversas ramas, entre otros. Todo esto, bajo la dirección en una gran mayoría de un solo propietario, que en el mejor de los casos tiene conocimientos de administración de negocios como fruto de la experiencia adquirida en algún trabajo anterior o por propia iniciativa y riesgo.

Concomitantemente, la actividad micro empresarial de la provincia de Imbabura, se encuentra presente de una manera dispersa, que podríamos

ubicarla por cantones. Así por ejemplo: el cantos Ibarra caracterizada por la elaboración de artesanías de madera y piedra, especialmente en el sector de San Antonio, así como la metalmecánica y los servicios técnicos profesionales; en el Cantón Otavalo, de preferencia las artesanías y textiles de fabricación indígena que son muy apreciados por los turistas extranjeros; en el Cantón Cotacachi, la actividad productiva y comercial del cuero y el calzado; en el Cantón Antonio Ante, la producción textil por excelencia, orientada hacia la población mestiza y finalmente, los Cantones de Urcuquí y Pimampiro que dirigen su actividad dentro del campo agrícola y pecuario, constituyendo un soporte al sector alimenticio.

De todas maneras, esta dispersión no significa que en los diferentes campos no desarrollen iguales o similares actividades, pero, con un mayor o menor grado de incidencia, lo cual presupone que la microempresa en la Provincia tiene niveles de operación más o menos equilibrados, es decir, que no existe un despegue acelerado pero, tampoco existe una desaceleración en su crecimiento, pues existen casos en los cuales microempresarios se han convertido en medianos y hasta grandes empresarios.

Hace referencia a que estas características, hacen que este importante sector, tenga muchas debilidades en el área de producción, ventas y finanzas, lo que en conjunto no ha permitido que haya un adecuado desarrollo o una visión de expansión hacia otros mercados con productos de calidad o producción nueva que permita un mejor grado de productividad y competitividad frente al país vecino del norte como es Colombia.

2.2.5. Clasificación de la microempresa en Imbabura por actividades

a) Alimenticio agroindustrial

Está constituido por restaurantes, cafeterías, fondas, actividades que se dedican a la elaboración y preparación de platos típicos en general.

b) Artesanales

Comprende las actividades permanentes de diversos grupos de artesanos que individualmente orientan su trabajo hacia la producción de artesanías manuales, tradicionales y folklóricas de cada sector de la provincia.

c) Producción y comercialización de cuero y calzado

De este sector que se conforma con los microempresarios del Cantón Cotacachi que en su mayoría se elaboran y comercializan artículos de cuero como maletas, zapatos, portafolios, chompas etc.

d) Metalmecánica

Este importante sector de la microempresa en la provincia de Imbabura está constituido por los talleres donde se transforma el hierro en productos terminados como puertas, pasamanos.

e) Textiles y confecciones

Estas actividades predominan en los cantones de Otavalo, Atuntaqui, caracterizadas por la elaboración de ropa con productos de tela y lana para toda clase de personas tanto en el mercado nacional como internacional.

f) Graficas e impresiones

Este sector está constituido por la actividad que realizan imprentas, tipografías, diseños y estampados.

g) De la construcción

A este sector se lo considera desde el punto de vista de la producción y comercialización de materiales necesarios para la construcción, edificación, enmarcado dentro del ámbito de la construcción y los materiales implicados en ello.

2.2.6. Tipos de microempresa

a) De acuerdo a la actividad que se dedica

- Servicios
- Producción

b) De acuerdo a su organización

- Comunitaria
- Familiar

c) De acuerdo a sus fines

- Utilitarios
- Beneficio común
- Beneficio colectivo

2.2.7. Actividad micro empresarial

La creación de una microempresa puede ser el primer paso de un emprendedor a la hora de organizar un proyecto y llevarlo adelante. Al formalizar su actividad a través de una empresa, el emprendedor cuenta con la posibilidad de acceder al crédito, contar con aportes jubilatorios y disponer de una obra social.

La microempresa puede enmarcarse dentro de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado (no vende en grandes volúmenes) y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital (en cambio, predomina la mano de obra).

Más allá de que la característica principal de las microempresas es su tamaño acotado, este tipo de empresas tiene una gran importancia en la vida económica de un país, en especial para los sectores más vulnerables desde el punto de vista económico.

2.3. COMERCIALIZACIÓN

2.3.1. Definición

<http://www.dimensionempresarial.com/11/comercializacion/>;
menciona: *“Planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requerida, garantizando así unas ventas rentables. Para el responsable de este proceso, la comercialización abarca tanto la planificación de la producción como la gestión. El precio se suele fijar de tal manera que el bien se pueda vender rápido, y con una tasa de beneficios satisfactoria. La cantidad producida tiene que ser la suficiente como para satisfacer toda la demanda potencial, pero tampoco debe resultar excesiva, evitando la reducción forzosa del precio con el fin de incrementar las ventas y aminorar el nivel de existencias”.*

2.3.2. Tipos de canales de comercialización

a) Canales directos

Encargados de efectuar la comercialización y entrega de los productos al cliente. Este tipo de canal de comercialización es adecuado para pequeñas y medianas empresas que se encuentran ubicadas y trabajan dentro de una ciudad que se puede abarcar con medios propios.

Para tales fines, la propia empresa crea toda una estructura de reparto de pedidos con días u horarios establecidos por áreas geográficas preestablecidas.

b) Canales indirectos

Son apropiados para medianas y grandes empresas, que están en condiciones de producir bienes o servicios para un número grande de consumidores, distribuidos por más de una ciudad o país, a los cuales estamos imposibilitados de llegar en forma directa con el personal de la empresa.

2.3.3. Ámbito de aplicación

Puede abarcar muchas áreas fundamentales de la empresa, entre las cuales se encuentra:

a) Las compras

Ya sea de materias primas, si es una empresa productora de bienes, o la compra de productos finales, si es una empresa comercializadora de bienes o servicios.

b) Las ventas

MOLINA, Pablo (2009); Acuerdo o contrato mediante el cual un vendedor transmite una propiedad, real o personal, a un comprador a cambio de un precio pagado con dinero. Una transacción de venta difiere de una transacción de trueque, en que ésta no implica la transferencia de dinero.

c) Manejo de los stocks de mercancías

Incluye la ubicación y almacenamiento de los mismos, así también, el manejo de los pedidos y entregas de los mismos, por los canales de distribución, propaganda, colocación, distribución, mantenimiento, etc. de los bienes o servicios, a los clientes inmediatos, a efectos de que la distribución cumpla los fines correspondientes, en las condiciones y características acordadas.

2.4. MATERIALES DE DESECHO NATURAL

2.4.1. Materiales naturales

2.4.1.1. Tipos de materiales naturales

- a) Maderas
- b) Celulosa
- c) Textiles
- d) Plásticos
- e) Cerámica

- f) Construcción (áridos)
- g) Pinturas (barnices)

2.4.1.2. Clases y origen de materiales naturales

Las clases de materiales dependerán exclusivamente del diseño que se desea, entre ellas se encuentra:

- a) Eucalipto
- b) Corteza de banano
- c) Corteza de maíz
- d) Buganvillas
- e) Hojas de aguacate

Estas clases de materiales se encuentran en lugares de aglomeración natural (bosques, huertos), específicamente en el propio patio.

2.4.1.3. Elección de los materiales

La elección de los materiales depende de muchos factores, entre los que se destacan:

- a) Propiedades del material: el uso que recibe un material depende de sus propiedades.
- b) Posibilidades de fabricación: la elección de uno u otro material depende de las máquinas y herramientas de las que se disponga, de la mayor o menor facilidad con la cual se trabaja, etc.
- c) Disponibilidad del material: depende de la mayor o menor abundancia del material y la mayor o menor proximidad de donde se necesita.
- d) *Coste del material y de los medios necesarios para usarlo*: si el producto que se quiere fabricar lo permite, se intentarán utilizar los materiales más baratos.

e) *Impacto medioambiental*: se intentará emplear materiales cuya obtención, producción, uso y desecho tengan el menor impacto ambiental posible.

2.4.1.4. Clasificación de los materiales:

Se determina la existencia de varios tipos de materiales naturales, entre ellas se encuentra los siguientes:

a) Según su origen:

- Materiales naturales: se encuentran directamente en el medio natural. Ej.: hojas de plantas nativas.
- Materiales artificiales: son el resultado de algún proceso de fabricación. Ej.: barnices

b) Según su composición:

- Homogéneos
- Heterogéneos,
- Metálicos
- No metálicos
- Inorgánicos
- Orgánicos

c) Según sus propiedades:

- Rígidos
- Flexibles
- Tenaces
- Frágiles
- Conductores
- Aislantes
- Reciclables
- No reciclables

2.4.2. Tipos de material natural

2.4.2.1. Clase de hojas

Las clases de hojas variara de acuerdo a la utilidad que se le dará, estos pueden ser:

- De tamaño pequeño (5cm a 10cm)
- De tamaño normal (10cm a 15cm)
- De tamaño grande (15cm o mas)

2.4.2.2. Clase de arboles

Los diferentes arboles que se puede aplicar para la producción, esta principalmente en los diferentes tipos de arboles de eucalipto, el más aplicado: eucaliptus regnans.

2.4.2.3. Color del material

Los colores variaran de acuerdo al tipo de diseño que se quiere plasmar en la artesanía, entre ellas:

- a) Rojo
- b) Amarillo
- c) Verde
- d) Naranja
- e) Purpura etc.

2.4.2.4. Otros tipos de materiales

- a) Cartón
- b) Palillos
- c) Flores
- d) Rosas etc.

2.4.3. Materiales degradable, no degradable

2.4.3.1. Materiales degradables, definición:

<http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20071023194915AAFaKaB>, define: ***“Podemos definir a materiales degradables a aquellos que pueden descomponerse en elementos químicos naturales por la acción de microorganismos”. La biodegradabilidad es la característica de algunas sustancias químicas de poder ser utilizadas como sustrato por microorganismos, que las emplean para producir energía (por respiración celular) y crear otras sustancias como aminoácidos, nuevos tejidos y nuevos organismos”.***

<http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20071023194915AAFaKaB>: menciona: ***“La biodegradación puede emplearse en la eliminación de ciertos contaminantes como los desechos orgánicos urbanos, papel, hidrocarburos, etc. En estos casos se hace necesario un tratamiento previo que deje el vertido en unas condiciones en la que las bacterias puedan realizar su función a una velocidad aceptable”.***

2.4.3.2. Materiales no degradables, definición:

http://www.biodegradable.com.mx/definicion_biodegradable.html, define: ***“Lo contrario corresponde a sustancias no degradables, como plásticos, latas, vidrios que no se descomponen o desintegran, o lo hacen muy lentamente. Los órganos clorados, los metales pesados, algunas sales, los detergentes de cadenas ramificadas y ciertas estructuras plásticas no son biodegradables. Característica de un material que conlleva su desagregación mecánica por procesos biológicos, generalmente de duración superior a veinte meses”.***

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.3. PRESENTACIÓN

La ciudad de Otavalo, caracterizada por ser el mayor centro artesanal de América Latina, posee paisajes naturales que realzan su belleza natural, se caracteriza por su ecosistema frágil, con una amplia diversidad vegetal y animal maravillosamente adaptada.

La artesanía forma parte importante de la cultura nativa del Ecuador, donde muchos pueblos como Otavalo gozan de fama por su particularidad artesanal.

Las artesanías en Otavalo son un destacado centro turístico, donde se combinan los mejores trabajos elaborados en lana de diferentes tipos.

Los turistas también acuden a Otavalo atraídos por el afamado trabajo artesanal de sus tejedores, que se ofrece en el mercado de la plaza de los Ponchos todo el año. Todos los días son destinados al comercio local, en la plaza se mercadea con tejidos como: sacos, bufandas, manillas, pinturas, mantas, tapices, vestidos, bordados, entre otras.

Las artesanías naturales gozan de particularidades artesanales, ya que los mismos forman parte de un rico patrimonio artesanal del cantón Otavalo.

La artesanía se relaciona directamente con la calidad, variedad e identidad que se plasma en la artesanía y sus diferentes diseños atractivos que se lo hace dependiendo de la temporada, o pedido.

3.4. OBJETIVOS

3.4.1. Objetivo general

Conocer la aceptación del producto artesanal en el mercado, para la creación y comercialización de artesanías elaboradas a base de desechos naturales en la ciudad de Otavalo.

3.4.2. Objetivos específicos

- a) Identificar la aceptación y los tipos de artesanías elaboradas a base de desechos naturales en el mercado Otavaleño, así como las características que estas deben cumplir para satisfacer las necesidades del cliente.
- b) Conocer los precios de las artesanías con las que opera la competencia y el precio que el cliente estaría dispuesto a pagar por la misma.
- c) Determinar la mejor forma de comercializar las artesanías en el mercado local.
- d) Buscar maneras de promocionar la artesanía producida con desechos naturales, sus estrategias y técnicas necesarias.

3.5. IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTO

3.5.1. De acuerdo a la duración y tangibilidad

3.5.1.1. De consumo no duradero

No corresponde a este segmento ya que no posee factores que influyen en la duración de la artesanía, adicionalmente porque posee agentes de protección que garantizaran su durabilidad.

3.5.1.2. De consumo duradero

Se caracteriza por una larga duración a través del tiempo porque posee patrones de producción que harán que el producto artesanal sea de larga duración, sin permitir el deterioro natural de los materiales utilizados.

Este producto artesanal es de consumo duradero porque posee agentes de calidad que garantizan su duración, este dependerá exclusivamente del uso que se le al mismo.

Se garantiza la duración cuando al mismo se le dé un correcto uso, es decir; de ser un producto decorativo, darle esa utilidad, de lo contrario no se podrá garantizar su duración.

3.3.2. Por el tipo de uso

3.3.2.1. De consumo

Al ser una artesanía decorativa no es un producto de consumo masivo, al contrario un producto elaborado artesanalmente con fines decorativos.

3.3.2.2. Decorativo

Está destinada a ser un producto decorativo, por ende será exclusivo ese uso, es considerado decorativo porque involucra el diseño de culturas nativas, diversidad de animales, naturaleza, paisajes y lugares turísticos, que forman parte del Ecuador, mismos que son plasmados en la producción de la artesanía, mostrando así la cultura, la identidad, el amor y el respeto a la naturaleza circundante.

Considerado decorativo también porque involucra la utilización de materiales y técnicas novedosas, que en un ambiente natural están en proceso de descomposición y olvido, beneficiando en alguna manera a la naturaleza y a la colectividad.

Se utiliza con fines decorativos ya que proporcionan al lugar de estancia un ambiente de tranquilidad y lo más importante la identificación de la persona con sus orígenes, plasmados en una artesanía que muestra una identidad cultural.

3.4. MERCADO META

El mercado al que se pretende introducir la implementación de la nueva elaboración artesanal de productos hechos a base de desechos naturales será a nivel local, con expectativas nacionales e internacionales.

El mercado que se pretende obtener es primeramente abarcar el mercado local, posteriormente con un estudio más detallado se buscara englobar el

mercado nacional y extranjero, el mercado meta se basa en el siguiente cuadro de porcentaje de turistas que llegan al Ecuador:

MES	2007 2004	2008	2009	2010	2011	VAR% VAR% 2011/2010
ENERO	84,070	92,378	86,544	96,109	105,541	9.81
FEBRERO	69,534	74,174	72,742	89,924	86,424	-3.89
MARZO	74,929	77,946	72,226	82,452	87,486	6.11
ABRIL	67,788	67,557	72,910	70,540	87,509	24.06
MAYO	68,583	74,667	70,277	77,618	82,811	6.69
JUNIO	85,769	89,262	89,889	91,602	99,944	9.11
JULIO	101,088	109,250	102,571	110,545	117,997	6.74
AGOSTO	91,309	96,336	87,221	95,219	98,987	3.96
Sub total	643,070	681,570	654,380	714,009	766,699	7.38
SEPTIEMBRE	64,966	73,757	68,124	71,776		
OCTUBRE	72,365	79,814	77,960	83,701		
NOVIEMBRE	73,273	83,458	76,965	81,253		
DICIEMBRE	83,813	86,698	91,070	96,359		
TOTAL	937,487	1,005,297	968,499	1,047,098		

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC (2007-2009-2010)
Dirección Nacional de Migración (2008 - 2011)

Elaboración: Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística
Ministerio de Turismo

El porcentaje de turistas que llegaron al Ecuador (**98.987**) agosto 2011, el 25% (Tesis: Plan de marketing para las operaciones turísticas comunitarias de la provincia de Imbabura”) deciden como destino turístico el Cantón Otavalo, al cual determinamos como mercado meta, es decir, el mercado meta será: 24.746.75 (a aplicar: 24.747)

Las variaciones están dadas de la siguiente manera:

Formula= VARIACION: Estadísticas 2011/estadísticas 2010*100-100;

Mes	Cálculo	Resultado	Aprox.
Enero	105.541/96.109*100-100	9.81385718	9.81
Febrero	86.424/89.924*100-100	3.89217561	-3.89
Marzo	87.486/82.452*100-100	6.1053704	6.11
Abril	87.509/70.540*100-100	24.0558548	24.06
Mayo	82,811/77,618*100-100	6.6904584	6.69
Junio	99,944/91,602*100-100	9.10678806	9.11
Julio	117,997/110,545*100-100	6.74114614	6.74
Agosto	98,987/95,219*100-100	3.95719342	3.96

3.5. SEGMENTO DE MERCADO

3.5.1. Ubicación geográfica

El estudio de mercado se dirige a clientes de diferentes niveles, exclusivamente a las personas inversionistas, nacionales y extranjeros, los mismos que se pueden encontrar ubicados en ciudades, regiones, países, o por zonas.

Según el mercado meta de turistas:

Cuadro N°: 3 Mercado meta por estratos

Estrato/turistas	%	Detalle
Nivel medio alto (extranjeros)	25%	Se captara inversionistas extranjeros durante la venta del producto artesanal, o mediante organizaciones que fomenten la expansión comercial de pequeños grupos de artesanos como por ejemplo: Maquipurashun
Nivel medio (nacionales)	75%	Se llegara a acuerdos con inversionistas locales, esto se puede lograr mediante conocimiento laboral cooperativista del autor de la presente investigación. Se puede conocer personas que estén interesados en invertir en el ámbito comercial, ya que la experiencia laboral del autor en captación de pólizas (plazos fijos en cooperativas) puede ayudar a que se facilite de una manera aceptable.
TOTAL	100%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

3.5.2. Zona demográfica

Para determinar el mercado meta según la zona demográfica, se tomara como factores primordiales:

- a) Edad: comprendida desde los 25 años en adelante,
- b) Género: masculino y femenino;
- c) Ocupación: empleados públicos, privados, amas de casa, comerciantes,
- d) Educación: Primaria, secundaria, superior, post grados, PHD,
- e) Ciclo de vida familiar. Niñez, adolescencia, adulto, adulto mayor,
- f) Religión: diversos tipos,
- g) Nacionalidad: diversos tipos de países,
- h) Clase social: alta, mediana, baja.

3.5.3. Zona psicológica

3.5.3.1. Tipos de compradores

Este estudio involucra un estilo de vida de los compradores e inversionistas, es decir; lo que hacen; el estudio de estos comportamientos permite conocer el hábito de compra de los mismos, de manera que como productores adaptemos dichas pautas que beneficiaran la venta de la artesanía.

3.5.4. De la personalidad

El estudio de la personalidad puede involucrar aspectos al momento de compra como:

a) Ocasionales.- si la artesanía comprende una personalidad y actitud de compra momentánea u ocasional. *Relacionados a la encuesta aplicada al cliente, se puede medir el nivel de satisfacción:*

¿Referente a la artesanía elaborada con desechos naturales, su nivel de satisfacción es? *(pregunta 1 – encuesta a clientes):*

Alta	358	95%
Media	17	4%
Baja	3	1%
TOTAL	378	1

Se determina que el 95% de los encuestados *NO corresponde a clientes ocasionales*, debido a que su preferencia por el producto artesanal, identificado en población de la muestra objetiva tenemos: 358 personas de 378 encuestados con un nivel alto de preferencia por el producto artesanal; de igual manera el 1% *SI* corresponde a clientes de tipo ocasionales, en población de la muestra objetiva tenemos: 3 personas de 378 con un nivel bajo de preferencia por el producto artesanal.

b) Beneficios que obtiene.- el cliente asume pensamiento de los favores o beneficios que recibirá antes y después de la compra del producto. Con la adquisición del producto artesanal, el beneficio directo que puede recibir el cliente es el decorativo.

c) Posición económica de los usuarios.- adquiere una actitud de responsabilidad de compra en base a las condiciones económicas en las que se encuentre el cliente. *Identificado en la encuesta aplicada a los clientes se puede medir en valores numéricos la capacidad de adquisición del producto artesanal*

¿Referente a la artesanía elaborada con desechos naturales, su nivel de satisfacción es? (*pregunta 2 – encuesta a clientes*):

Si	376	99%
No	2	1%
TOTAL	378	1

Se identifica (99%) que la posición económica de adquisición de la artesanía es realmente aceptable, debido a que involucra precios aceptados en base a encuestas que van desde: \$3,00 a \$5,00 (*pregunta 5 – encuesta a clientes*), expresado en valores cuantitativos: 376 clientes de 378

encuestados poseen una posición económica aceptable que si permitirá una adquisición del producto a un precio aceptable en el mercado.

d) Utilización que dé al artículo.- adjudica opciones decorativas adicionales que el cliente le pueda dar al producto.

Para una identificación cuantitativa relacionada a la encuesta aplicada, la artesanía puede *cumplir necesidades decorativas del cliente*:

¿Cree que nuestro producto estará en la capacidad de cumplir las necesidades de decoración del cliente? (*pregunta 9 – encuesta a clientes*):

Si	376	99%
No	2	1%
TOTAL	378	100%

El 99% de los clientes está de acuerdo que la utilización de la artesanía estaría destinada exclusivamente a cumplir necesidades de decoración, es decir 376 resultados positivos de 378 encuestados.

e) Lealtad al vendedor.- examina el comportamiento del vendedor y lo compromete por voluntad propia a seguir al mismo lugar de compra.

3.6. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

El mercado potencial de la artesanía está conformado por las diferentes clases sociales de un conjunto humano. En este sentido el mercado potencial del proyecto son los mercados locales de la ciudad, *específicamente los turistas nacionales y extranjeros* que llegan al cantón Otavalo.

Mediante la colaboración de la Dirección Nacional de Migración y la Cámara de turismo de Imbabura se determina que el universo poblacional de turistas que llegan al Ecuador es de 98.987 (a agosto 2011), de los cuales el 25% deciden como destino turístico al cantón Otavalo

(24.746,75), obteniendo (para aplicación: 24.747), como muestra aplicativa a la presente investigación **378**.

3.6.1. Proyección de la demanda

A fin de proyectar la demanda de la artesanía elaborada a base de desechos naturales, el presente estudio está dirigido a clientes del estrato de nivel medio y nivel medio alto, en este sentido el porcentaje de crecimiento está en base a un estudio realizado en el Cantón Otavalo (*detallado anexo*)

Estrato/turistas	%
Nivel medio alto (extranjeros)	25%
Nivel medio (nacionales)	75%
TOTAL	100%

Fuente: Tesis: PLAN DE MARKETING PARA LAS OPERACIONES TURÍSTICAS COMUNITARIAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA

La población que llega a Ecuador es de 98,987 (a agosto 2011), de los cuales el 25% deciden como destino turístico al cantón Otavalo (24.746,75) **a aplicarse (24.747)**, obteniendo como muestra de estudio de 378 aproximadamente.

A continuación la proyección de la población de turistas que llegan al Cantón Otavalo cada año:

Para determinar la proyección de la población de Otavalo a 5 años se utilizara la siguiente fórmula:

$$P_t = P_o (1+i)^n$$

DATOS:

P_t= Población proyectada

P_o= Población inicial

i= Tasa de crecimiento (se ha estimado de un 5%)

n= número de años a proyectarse

Determinación de la tasa de crecimiento

Proyección de inflación		
Tasa 2011	Tasa 2012	Promedio crecimiento
3.57%	6.12%	4.85%

Fuente: INEC 2012

Elaborado por: Autor

A aplicarse 5% (respaldado con proyecciones del BCE)

Proyección 2012

$$Pt = Po (1+i)^n = (98,987) (1+0.05)^1$$

Pt año 2012 = 103.936.35 x 25% = **25.984 Turistas llegan a Otavalo**

Proyección 2013

$$Pt = Po (1+i)^n = (98,987) (1+0.05)^2$$

Pt año 2013 = 109.133.17 x 25% = **27.283 Turistas llegan a Otavalo**

Proyección 2014

$$Pt = Po (1+i)^n = (98,987) (1+0.05)^3$$

Pt año 2014 = 114.589.83 x 25% = **28.647 Turistas llegan a Otavalo**

Proyección 2015

$$Pt = Po (1+i)^n = (98,987) (1+0.05)^4$$

Pt año 2015 = 120.319.32 x 25% = **30.080 Turistas llegan a Otavalo**

Proyección 2016

$$Pt = Po (1+i)^n = (98,987) (1+0.05)^5$$

Pt año 2016 = 126.335.28 x 25% = **31.584 Turistas llegan a Otavalo**

Cuadro N°: 4 Distribución equitativa de turistas durante la vida útil del proyecto

Meses/años	2012	2013	2014	2015	2016
Enero	2165	2274	2387	2507	2632
Febrero	2165	2274	2387	2507	2632
Marzo	2165	2274	2387	2507	2632
Abril	2165	2274	2387	2507	2632
Mayo	2165	2274	2387	2507	2632
Junio	2165	2274	2387	2507	2632
Julio	2165	2274	2387	2507	2632
Agosto	2165	2274	2387	2507	2632
Septiembre	2165	2274	2387	2507	2632
Octubre	2165	2274	2387	2507	2632
Noviembre	2165	2274	2387	2507	2632
Diciembre	2165	2274	2387	2507	2632
TOTAL	25984	27283	28647	30080	31584

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Resumen cuantitativo de la proyección de la población:

Distribución equitativa de turistas durante la vida útil del proyecto					
Años	2012 (1)	2013 (2)	2014 (3)	2015 (4)	2016 (6)
TOTAL	25.984	27.283	28647	30080	31584

Población proyectada para la vida útil del proyecto, para poder determinar de mejor manera la cantidad estimada de la demanda dispuesta a adquirir la artesanía es necesario hacer referencia a la pregunta 8 de la encuesta dirigida a clientes:

Cuadro N°: 5 Determinación de la demanda dispuesta a adquirir la artesanía

Años/encuesta	Años	Población	F	%	Demanda	Detalle
¿Estaría dispuesto a adquirir nuestra artesanía elaborada a base de desechos naturales? (Pregunta 8- encuesta clientes)	2012	25984	Si	99%	25724	Demanda año 1
			No	1%	260	
	2013	27283	Si	99%	27010	Demanda año 2
			No	1%	273	
	2014	28647	Si	99%	28361	Demanda año 3
			No	1%	286	
	2015	30080	Si	99%	29779	Demanda año 4
			No	1%	301	
	2016	31584	Si	99%	31268	Demanda año 5
			No	1%	316	

Fuente: Análisis autor

Elaborado por: Autor

3.6.2. Análisis objetivo

La presente investigación es rentable, en términos numéricos, el proyecto es económicamente sustentable porque su población de turistas objetos de estudio va aumentando a través del tiempo, determinado de la siguiente manera:

Distribución equitativa de turistas durante la vida útil del proyecto					
Años	2012 (1)	2013 (2)	2014 (3)	2015 (4)	2016 (6)
TOTAL	25.984	27.283	28647	30080	31584

Fuente: Cuadro N°4-Distribución de turistas durante vida útil del proyecto

Elaborado por: Autor

Estableciendo un patrón de crecimiento entre el año 2012-2016

El crecimiento poblacional de turistas que visitan Otavalo (**24.747 dato**) va creciendo conforme va avanzando la vida útil de la investigación, de los cuales en datos basados en encuestas realizadas el (**99%**) estaría dispuesto a adquirir la artesanía (*encuesta clientes - Pregunta 8*).

Cuadro resumen de la población dispuesta a adquirir la artesanía

Años	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL	25724	27010	28361	29779	31268

*Fuente: Cuadro N°5-Determinación de la demanda dispuesta a adquirir la artesanía
Elaborado por: autor*

Análisis:

Se considerara como **demanda proyectada** la población determinada en el cuadro anterior, ya que los mismos representan personas/clientes dispuestas a adquirir la artesanía, es decir, cantidad que será necesaria producir para abarcar el mercado local.

La población proyectada crece en forma apropiada, lo que garantiza que la producción de la artesanía a base de desechos naturales será adecuada a la demanda, es decir se tiene un crecimiento del **0.05%** en referencia del año 2012 al año 2013.

3.6.3. Análisis subjetivo

El proyecto tiene expectativas de crecimiento poblacional es decir las personas encuestadas si estarían de acuerdo en adquirir la artesanía (**99%**), lo cual beneficiará a la organización.

Por tanto la presente investigación es sustentable tanto productivamente y rentablemente, sustentados en los análisis anteriormente detallados.

3.7. IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

3.7.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

3.7.1.1. DIRECTA-OFERTA

La competencia y oferta se puede determinar gracias a pequeños productores de artesanía del mismo tipo y sustitutos adicionales, determinados en base a investigaciones de campo realizadas, en datos de producción representan una producción anual de 6716 artesanías en el 2012 con tendencia a reducción por el cumplimiento del 20% de la demanda insatisfecha.

La competencia directa puede darse debido a la existencia de centros artesanales, entre los cuales:

Locales comerciales	Artesanías		Participación en el mercado de la artesanía elaboradas con desechos naturales
	Naturales	Textiles	
Las Chaquiras-Art Gallery	Instrumentos	Pinturas, dibujos, manualidades.	25%
Runa	Manualidades en tagua	Sacos, bufandas, guantes, pochos, manualidades, tapices etc.	25%
Artesanías la Cascada	Artesanía de hojas, artesanías en rosas.	Cobertores, Sacos, bufandas, guantes, pochos,	25%
MalcVin Art		Pinturas	10%
Quipus Galería de Arte		Pinturas, litografías	5%
Galería la Jungla		Obras de arte, fotografía	5%
D-Corar-T	Muebles de totora		5%

Fuente: Investigación de campo – Análisis Autor

Elaborado por: Autor

Se observa la existencia de un solo local comercial que también oferta artesanías elaboradas con desechos naturales, con una participación estimada del **(25%)** en el mercado, la misma que no se realiza a un modo particular y no involucra mano de obra comunitaria.

Se implementará diversificaciones artesanales, difíciles de fabricación en modo de producción y copia, de modo que la reproducción total o parcial sea impedida.

3.7.1.2. Líder

Relacionado a la investigación, no se puede determinar de manera exacta la participación de un centro artesanal en el mercado local, debido a la existencia de diversos tipos de artesanía que se distinguen cada uno por su modo particular de ofrecer y producir la artesanía.

Locales comerciales	Participación en el mercado local
Las Chaquiras-Art Gallery	25%
Runa	25%
Artesanías la Cascada	25%
MalcVin Art	10%
Quipus Galería de Arte	5%
Galería la Jungla	5%
D-Corar-T	5%

Fuente: Unión de artesanos indígenas del cantón Otavalo (U.N.A.I.N.C.O.)

Elaborado por: Autor

Cabe recalcar que cada centro artesanal se distingue en los productos que ofrece al cliente, el porcentaje está dado en base a una entrevista a los directivos de U.N.A.I.N.C.O.

3.7.1.3. Retador

Este tipo de competencia puede ser cualquier centro artesanal que oferte de mejor calidad otros tipos de artesanía.

Definidamente el retador caracterizado por producir artesanías elaboradas con desechos naturales es: **Artesanías la Cascada.**

Producto	Diseño	Tamaño	Materiales
Artesanía natural	De animales	20*15	Flores
	Personajes indígenas	20*15	Hoja de maíz

*Fuente: Análisis autor
Investigación de campo*

El retador (artesánías la cascada) ofrece solo dos tipos de diseños artesanales, un solo tamaño y solo el uso de solo dos tipos de materiales, y en cantidades limitadas, a diferencia de la investigación propuesta:

Producto	Diseño	Tamaño	Materiales
Artesanía natural	De animales	Personalizado	Eucalipto, hoja y corteza de banano, maíz, buganvillas, corteza de árbol, totora, flores, etc.
	Diseños personalizados	Personalizado	
	Personajes indígenas	Personalizado	
	Paisajes	Personalizado	
	Tradicionales	Personalizado	
	Emotivos	Personalizado	

*Fuente: Análisis autor
Investigación de campo*

3.7.1.4. Seguidor

Todos los centros artesanales pueden ser considerados como seguidores, debido a que ofrecen una particularidad diferente en el aspecto artesanal.

Locales comerciales	Artesanías (oferta)		Categoría
	Naturales	Textiles	
Las Chaquiras-Art Gallery	Instrumentos	Pinturas, dibujos, manualidades	Seguidor debido a que ofrece artículos diferentes a la determinada en la investigación.
Runa	Manualidades en tagua	Sacos, bufandas, guantes, pochos, manualidades, tapices	

Artesanías la Cascada	Artesanía de hojas, artesanías en rosas.	Cobertores, bufandas, pochos, Sacos, guantes,	Retador
MalcVin Art		Pinturas	Seguidor debido a que ofrece artículos diferentes a la determinada en la investigación.
Quipus Galería de Arte		Pinturas	
Galería la Jungla		Obras de arte, fotografía	
D-Corar-T	Muebles de totora		

Fuente: Investigación de campo – Análisis Autor

Elaborado por: Autor

3.7.1.5. INDIRECTA

Constituye una producción de artesanías sustitutas que en algún momento pueden actuar como producto suplementario al propuesto. Una competencia que puede resultar riesgosa es a través de volantes, emitidos por la Unión de Artesanos Indígenas del Cantón Otavalo (U.N.A.I.N.C.O.).

También puede resultar aquel centro artesanal que impide que mi producto sea vendido de manera adecuada, propicia y normal, de igual manera los competidores realizan publicidad desleal, los productores participan o son parte de la competencia indirecta.

3.7.1.6. Competidores potenciales

En el campo artesanal del cantón Otavalo, la competencia desleal no existe por lo que no se puede expresar en datos cuantitativos y cualitativos. Como competidores potenciales pueden ser aquellos negocios dedicados a la exportación e importación de artesanías, por ejemplo:

Nombre	Ubicación
Tramaco express	Otavalo
Inti Pungo	Otavalo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

3.7.1.7. Proveedores

No se puede expresar en valores numéricos y cuantitativos debido a que no existe proveedores de la artesanía local, es por demás mencionar que la artesanía se produce dentro del círculo local, y se oferta al cliente lo que se realiza en el mismo, considerando así, la no necesidad de proveedores externos.

3.7.1.8. Productos sustitutos

Aquellos que pueden servir como reemplazo para la artesanía, en el mercado Otavaleño se encuentran aquellas artesanías o cuadros artísticos que pueden ser los llamados productos sustitutos. Se puede determinar que en la localidad se ofrece productos sustitutos entre los cuales:

Producto sustituto	Participación de la artesanía en el mercado local.	Local comercial ofertante
Pinturas	50%	Las Chaquiras-Art Gallery MalcVin Art Quipus Galería de Arte Galería la Jungla
Obras de arte		
Dibujos		
Litografías		
Tapices		
Fotografías		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

3.7.1.9. Intermediarios

Los intermediarios en la producción y distribución pueden representar en cierta manera un riesgo, ya que pueden aumentar el precio de la artesanía, de modo que no sea posible su adquisición.

En valores cuantitativos:

	Ámbito	(%) Intermediarios
Artesanías	Textiles	10%
	Naturales	5%
	Decorativas	20%

Fuente: Análisis autor

Elaborado por: autor

Los datos anteriormente presentados no corresponden a datos reales sino a datos propuestos intuitivamente, debido a que no existe base estadística del mismo, por su vasta complejidad.

3.7.1.10. Insatisfacción

Surge debido a la calidad de la producción, la elaboración de la artesanía crea una satisfacción total, haciendo que el cliente vuelva, atraído por la calidad y diseño de la artesanía.

La insatisfacción *no se puede medir en grados numéricos* por su vasta complejidad de identificarlo en el cliente.

3.7.1.11. Identificación de la oferta

Se oferta una artesanía completamente elaborada a mano, fabricada a base de desechos naturales obtenidos en lugares de aglomeración natural. En el mercado artesanal del cantón Otavalo de puede observar que existen centros artesanales, y locales comerciales que ofertan artículos similares o productos sustitutos al objeto de investigación, entre los cuales:

- a) Las Chaquiras-Art Gallery
- b) Runa
- c) Artesanías la Cascada
- d) MalcVin Art
- e) Quipus Galería de Arte
- f) Galería la Jungla
- g) D-Corar-T

3.7.2. Proyección de la oferta

La oferta está dado en base al número de artesanos que conforman la producción, se estima como jornada laboral 22 días al mes, al año 264 días, el tiempo de producción para cada unidad artesanal es

de 2 horas como mínimo, para poder cumplir con la demanda insatisfecha durante la vida útil del proyecto.

Días año	365
Días laborables	264
Mano de obra	1-7
Horas por unidad artesanal	2
Horas diarias laborables	8-10

Cuadro N°: 6 PROYECCIÓN DE LA OFERTA PARA LOS AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

Detalle	Año 2012			Año 2013			Año 2014			Año 2015			Año 2016		
	UP	HA	TH	UP	HA	TH	UP	HA	TH	UP	HA	TH	UP	HA	TH
Mano de Obra	UP	HA	TH	UP	HA	TH	UP	HA	TH	UP	HA	TH	UP	HA	TH
Artesano 1-7	6716	2	13432	4834	2	9669	5129	2	10258	5491	2	10982	5924	2	11848
Producción anual	6716			4834			5129			5491			5924		
Días laborables	264			264			264			264			264		
Producción anual	6716			4834			5129			5491			5924		

*Fuente Investigación de Campo
Elaborado por: Autor*

CODIFICACION:

UP	Unidades producidas
HA	Horas aplicadas
TH	Total horas

Se observa que para el año 2012 la producción es alta en comparación a los demás años, esto se debe a las fluctuaciones constantes en cuanto a la demanda y oferta de artesanías relacionadas a la producción objeto de investigación.

Para el primer año la demanda es significativa debido a que no se oferta demasiada artesanía.

Síntesis del cuadro anterior:

Años	Producción anual
2012	6716
2013	4834
2014	5129
2015	5491
2016	5924

3.7.3. Oferta de un artículo en el mercado

En el mercado de Otavalo se puede ofrecer al turista toda una gama de artesanías entre las cuales: artesanías textiles, decorativas, naturales, etc. No solo en el sector artesanal, sino también en el ámbito turístico, gastronómico, mismos que resaltan la identidad, cultura, modo de convivencia de los pueblos Otavaleños.

3.7.4. Demanda insatisfecha

El presente cuadro esta dado en base a la demanda y oferta previamente establecidas:

Cuadro N°: 7 Demanda Insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha	Porcentaje a cumplir
2012	25724	19008	6716	26.11%
2013	27010	22176	4834	17.90%
2014	28361	23232	5129	18.08%
2015	29779	24288	5491	18.44%
2016	31268	25344	5924	18.95%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

La oferta se da por parte de los competidores locales, como iniciativa productiva se cubrirá lo que es la demanda insatisfecha (6716 unidades al 2012 y 5924 unidades al 2016, con ligeras variaciones) se observa en el cuadro de porcentaje de cumplimiento, va reduciéndose conforme transcurre los años de vida útil en un promedio anual del 20% (*límite superior + límite inferior/2*), se demuestra de esta manera que la demanda insatisfecha llega a tal punto que con la producción cumplimos las expectativas del cliente satisfaciendo la demanda existente durante los años de vida útil.

3.8. COMERCIALIZACIÓN

Para poder determinar de manera optima los canales de comercialización es necesario dirigirnos a las encuestas realizadas, tomando como base la pregunta 7 de la encuesta realizada a los artesanos:

¿Qué cadena de distribución cree que es la apropiada para nuestro producto?

Respuesta	Muestra	Población
Distribución directa (46%)	175	11384
A través de intermediarios (6%)	22	1485
A través de almacenes (37%)	138	9156
Cadenas comerciales (11%)	43	2722
TOTAL	378	24747

Según el patrón de respuestas, los encuestados creen que la mejor cadena de distribución (comercialización) es la directa (46%) con 11384, ya que los precios se mantendrán adecuadas sin sufrir aumentos causados por los intermediarios, seguidamente a la cadena de distribución directa, sigue una comercialización a través de almacenes comerciales (37%) 9156 encuestados dispuestos a adquirir la artesanías a través de almacenes comerciales.

3.8.1. Producto

a) Calidad

El producto artesanal será orgánico, con materiales previamente seleccionadas y preparadas. Para una mejor resistencia al transporte y manipulación es conveniente trasladarlo cumpliendo normas de seguridad, agrupamiento, apilamiento y durabilidad.

Según el estudio de mercado, se tomara en cuenta aspectos como: peso, color, materiales usados, empaque.

b) Marca

Se identificara a la artesanía con el nombre de la organización "ARTEVERDE", utilizando el tipo de letra averen, tamaño 62, con un color

verde claro, franjas de color gris, acompañado de una hoja color amarillo, sin bordes; y de una ave tradicional llamada Colibrí.

Mediante este nombre y marca se hace referencia a que el producto es trabajado en base a materiales totalmente naturales, los mismos que no perjudican la naturaleza.

c) Logotipo



Autor: Milton Maldonado
Octubre/2012

El colibrí representa una ave nativa de los páramos andinos, compuesto por matices y partes naturales. Identificado en un color verde distinto al de las demás aves,

d) Slogan

Determinado como “REVIVIENDO TU IDENTIDAD CULTURAL”, este slogan refleja el diseño de la identidad cultural del pueblo Otavaleño plasmado en una artesanía, se puede expresar de diferentes maneras la cultura de los pueblos a través de las artesanías en hojas naturales

e) Diseño

Existe un amplia variedad de diseños artesanales, el mismos que estará de acuerdo al cliente, es decir se trabajara con diseños personalizados, adicionalmente se trabajara con diseños basados en la identidad, cultura, y paisajes naturales de la localidad.

3.8.2. Precio

Es necesario analizar y determinar el sistema productivo, que permita determinar costos y fijar un precio accesible.

Es indispensable precisar un precio acorde a la competencia.

Se estima una tasa de inflación del 6.12% para el año 2012, con una tasa de crecimiento del 4.85%, en referencia al año 2011; cuantitativamente el precio para el primer año de vida útil será de \$5.31, y para el 2013 el precio será fijado en \$ 5.55. Debido a que la producción involucra varios diseños, el precio es susceptible de variaciones, por lo cual no se puede fijar un precio fijo de venta al público.

3.8.3. Plaza

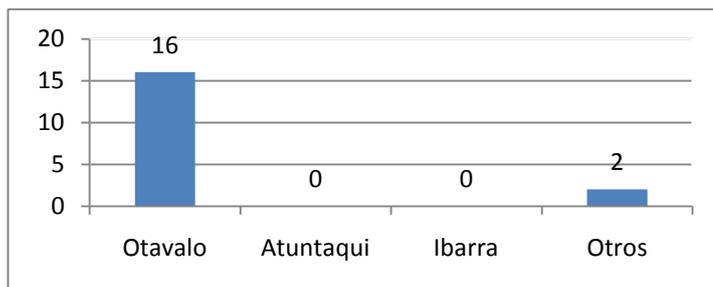
Se toma en cuenta la encuesta aplicada a los artesanos. Existen ciertos lugares de afluencia turística entre ellos Otavalo, Quito.

Según experiencia propia de los propios productores se toma como mercado potencial local, la plaza de los ponchos, ubicado en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura-Ecuador, para su distribución se utilizara a los intermediarios como: la Unión de Artesanos Indígenas del Cantón Otavalo, y comerciantes locales. Como nicho potencial secundario, el mercador artesanal, ubicado en el Ejido, Cantón Quito, provincia de Pichincha-Ecuador, la artesanía se realizará con distribución propia, dejando de lado los intermediarios, debido a que el margen de utilidad será más alto.

El mercado potencial puede ser:

¿Cuál cree que es el mercado potencial apropiado para la venta del producto artesanal elaborado con desechos naturales? (Preg. 9-encuesta artesanos)

Otavalo - Plaza de los ponchos (89%)	16
Atuntaqui - Almacenes de la localidad (0%)	0
Ibarra - Almacenes de la localidad (0%)	0
Otra – Quito (11%)	2
TOTAL - ENCUESTADOS	18



Otavalo es considerado como el cantón apropiado para la comercialización de artesanías elaboradas con desechos naturales, esto se debe a su particularidad artesanal conocido a nivel internacional.

3.8.4. Promoción

Entrega de muestras gratuitas del producto (pequeñas artesanías)

Regalos de objetos publicitarios / manillas, Esferos.

- **Descuentos.-** se realizará un (5%) de descuento por pedidos de artesanía en una cantidad significativa, debido a que los diferentes diseños involucran diferentes patrones de costos, por ende precios.
- **Calendarios.-** para el nuevo año 2013.
- **Afiches.-** con diseños de artesanías elaboradas.
- **Facilidades de pago.-** con tarjetas de crédito.
- **Facilidades de crédito directo.-** sin entrada, sin garante para cantidades superiores a 100 unidades.

3.9. PUBLICIDAD

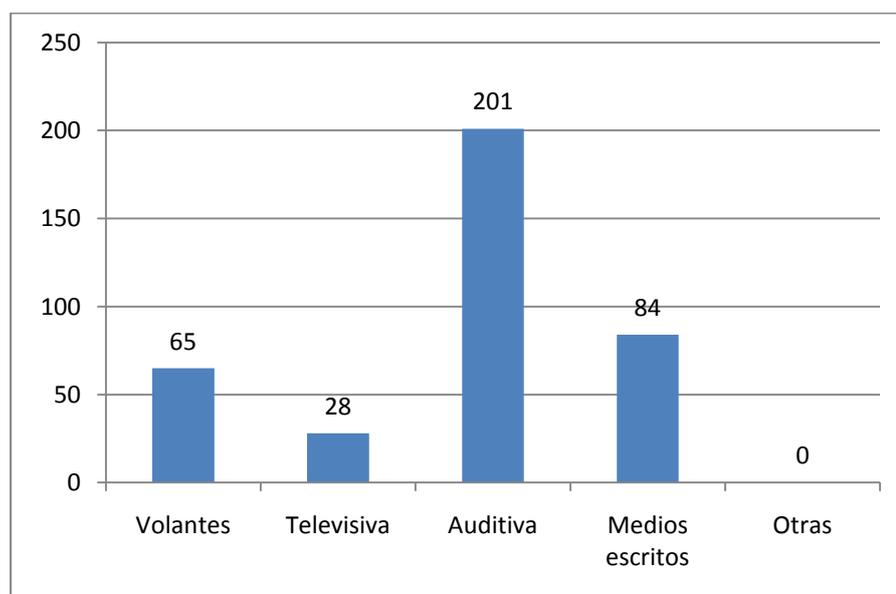
3.9.1. Radio

La opción radial más adecuada para este tipo de publicidad, es la realizada por la radio CHEVERISIMA, debido a su abarcamiento comercial, y por poseer nuevas actitudes de posicionamiento de marca radial.

La publicidad apropiada se determina en base a encuestas realizadas a los clientes:

¿Qué tipo de publicidad le gustaría que se realice? (pregunta 6 – encuestas clientes)

Volantes (17%)	65
Televisiva (7%)	28
Auditiva (radio) (53%)	201
Medios escritos (22%)	84
Otra (0%)	0
TOTAL - MUESTRA	378



El medio de preferencia mas mocionado es la auditiva (**53%**), en conclusión se adoptara convenios con radios locales para realizar la propuesta comercial a través de medios auditivos.

La frecuencia radial mediante encuesta ha mostrado ser un medio de difusión y publicidad muy frecuente y de fácil acceso, por lo que la mayoría de microempresas difunden sus productos a través de este medio, existen diversas frecuencias por las cuales optar, se busca un medio que implique costos económicos.

Hoja volante / Anuncio para la prensa:



Te ofrece:
Artesanías elaboradas con hojas naturales!!

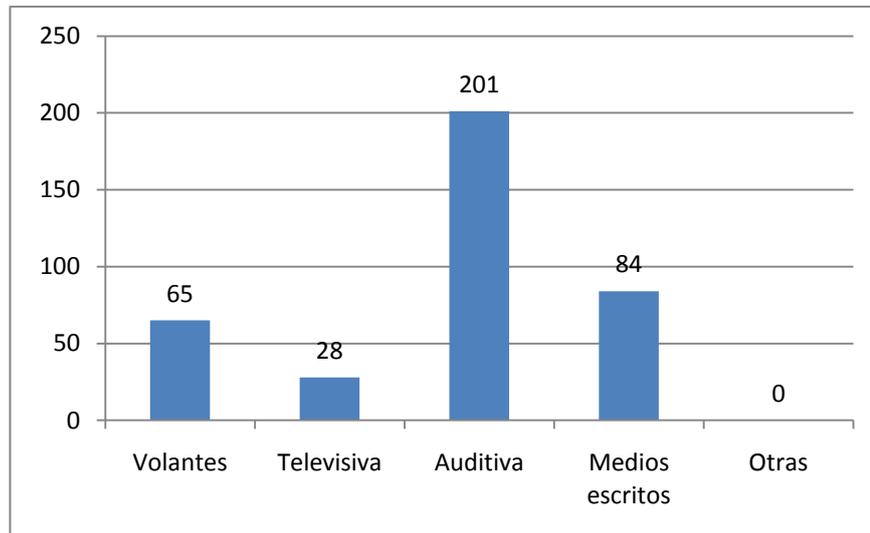


Ubicanos en:
Plaza de los Ponchos, Calle Sucre, puesto Nº 117.
Telf: 0989719577-0999118516
E-mail: maurim@yahoo.com
www.arteverde.blogspot.com
Otavalo-Ecuador

Hoja volante / anuncio para la prensa
Fuente: Autor
Elaborado por: Génesis Producciones

3.9.2. Revistas

Se toma en cuenta para este tipo de publicidad la revista RUNAKUNA, debido a su ámbito de publicación, nacional e internacional.



Según el análisis anterior, el medio de publicidad adecuadamente aceptable es a través de medios escritos (**22%**), se llegara a consensos con operadores turísticos, de modo que se pueda incluir en sus guías (folletos-revistas) promoción, y forma de producción de la artesanía.

3.9.3. Internet

La propuesta no incluye promoción a través de internet, pero sería una opción aceptable, debido a que es el medio donde los turistas extranjeros toman sus decisiones respecto al país al cual visitar. De tomarse en cuenta una opción de promoción a través de internet, se realizará la publicidad en las páginas web de cada operador turístico local, o la creación de una página web propia.

3.10. DETERMINACIÓN Y PROYECCIÓN DE PRECIOS

La elaboración de la artesanía involucra un esfuerzo en la recolección del material, así como en el proceso que se le dé, en este sentido los precios unitarios de la artesanía, está en base a la demanda, diseño, e inversión de tiempo.

Para determinar de manera apropiada el precio de venta, se hace necesario hacer referencia a la encuesta aplicada a los clientes:

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la elaboración de nuestra artesanía? (pregunta 5 – encuesta clientes)

\$1,00 a \$2,00	112	30%
\$3,00 a \$5,00	255	67%
\$6,00 a \$8,00	3	1%
\$9,00 a \$10,00	5	1%
\$10,00 o más	3	1%
TOTAL	378	100%

La mayoría de los encuestados muestra preferencia por la artesanía valorándolo económicamente entre \$3,00 a \$5,00 con un grado de aceptación del **(67%)**, en población de muestra 255 de 378 encuestados.

Para la proyección de precios se estima como costo adecuado de \$5,00, con una inflación anual del **5%**, aumentando en 2% para los años subsiguientes.

3.10.1. Agregando un porcentaje a los costos unitarios

Proyección de inflación		
Tasa 2011	Tasa 2012	Promedio crecimiento
3.57%	6.12%	4.85%

Fuente: INEC 2012

Elaborado por: Autor

Cuadro N°: 8 Proyección de precios

Proyección de inflación		
Tasa 2011	Tasa 2012	Promedio crecimiento
3.57%	6.12%	4.85%

Años	2012	2013	2014	2015	2016
Precio	5	5	5	5	5
Inflación	6.12%	10.97%	15.81%	20.66%	25.50%
Precio de venta	5.31	5.55	5.79	6.03	6.28

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

3.11. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Mediante el estudio de mercado realizado, y del análisis del medio y la aplicación de encuestas y entrevistas, se puede concluir que este proyecto es viable por las siguientes razones:

a) Existe una demanda insatisfecha (6716 al 2012) que se puede cumplir con la producción de dos unidades artesanales, con una mano de obra de 7 artesanos, con jornadas de 8 horas diarias, y 264 días laborables al año.

b) El precio aceptado por los clientes es de \$5.00, y mediante la inflación actual se ha determinado un P.V.P. de \$5.31 al 2012 y con un incremento de \$1.28 para el 2016, que no representan valores con variaciones representativas.

c) Se observa que el proyecto abarca un 26% de la demanda del producto artesanal para el año 2012, manteniéndose y aumentando para los demás años de vida útil, lo que garantiza un amplio campo para la producción de artesanías elaboradas con desechos naturales.

d) Se puede llegar a cumplir la demanda en un promedio del 20% durante la vida útil de la investigación, con expectativas de crecimiento.

e) La oferta está dado en base a observaciones y entrevistas a los comerciantes locales de la misma artesanía, no se puede garantizar el número exacto de artesanías, debido a que el entrevistado no arroja datos reales, pero si acercados a la realidad.

f) Con la implementación de la iniciativa productiva se llegara a cubrir en su totalidad la demanda existente.

g) El (67%) de los encuestados ratifica que su preferencia por la artesanía natural, es aceptable, por lo que si estarían dispuestos a adquirir la artesanía, en un precio que va desde \$3.00 - \$5.00 dólares. (*Pregunta 5 – encuestas aplicada a clientes*), no muy alejada a la realidad que es de \$5.31 al 2012 y \$6.28 al 2016, establecidos según proyección en precio e inflación actual.

h) La oferta y cumplimiento de la demanda insatisfecha se ve garantizada con la producción de la artesanía, debido a la experiencia productiva con la que se cuenta, capacitada en cuanto a mano de obra, y apoyo interinstitucional en colaboración de la Unión de Artesanos Indígenas del Cantón Otavalo.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. MACRO LOCALIZACIÓN Y MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1. Macro localización

La producción de la artesanía se hará en la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, ubicada en el Cantón Antonio Ante, parroquia de San Roque, barrio la Esperanza, para tal existen factores:

FACTOR	DETALLE
Transporte	Es necesario el uso del transporte cuando es inevitable transportar la materia prima, del lugar de recolección al lugar de acopio.
Energía eléctrica	No existen requerimientos en cuanto a energía eléctrica por lo que solo es necesaria una tensión normal. No existen problemas para el suministro del servicio.
Combustibles	No es indispensable el uso de combustible, debido a que la organización no posee, vehículos.
Agua	Se cuenta con el suministro constante del líquido, existen ventajas considerables en el servicio de agua potable, ya que la misma es administrada por los propios habitantes de la comunidad.
Comunicaciones	Se cuenta con una red de comunicación, pero no con una línea telefónica.
Leyes y reglamentos	Se posee todos los reglamentos necesarios para ser considerada como una organización productiva, enmarcada dentro de leyes y reglamentos gubernamentales.
Mercado	Se ostenta un mercado permanente de muy alto prestigio internacional, como es la Plaza de los Ponchos, que se encuentra a no más de 15 minutos al sur del lugar de producción.
Terrenos	La organización cuenta con sede propia.
Clima	Es un lugar donde se goza de particularidades climáticas, que permiten la diversidad de naturaleza, apropiada para la producción.
Actitud de la comunidad	La organización está ubicada en una comunidad rural, donde el apoyo mutuo es constante.

4.1.2. Micro localización:

Para determinar la micro localización de la planta de producción se determina factores como:

FACTOR	DETALLE
Localización urbana	Se encuentra ubicada en una comunidad rural, muy cerca de la cabecera parroquial, por lo que cuenta con todos los servicios básicos.
Localización rural	Ubicada en una comunidad rural donde las necesidades vitales son cubiertas con la propia administración comunitaria.
Transporte de personal	Los miembros de la organización son socios propios de la comunidad en la que se encuentra la organización, por lo que el transporte de personal no implica la inversión de recursos económicos.
Policía y bomberos	La organización se encuentra ubicada a 500 metros de la cabecera parroquial, por lo que el acceso y seguridad, está debidamente garantizada.
Disponibilidad de servicios	La Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, cuenta con todos los servicios básicos, los mismos que están adecuados para la producción.
Condiciones de las vías urbanas y de las carreteras	En el lugar donde se encuentra ubicada la organización, las condiciones viales son adecuadas.

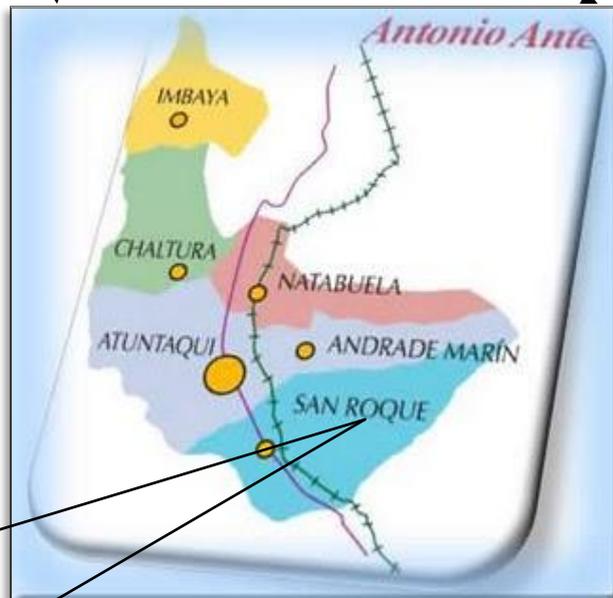
Una vez determinados los factores para la micro localización, gráficamente estará ubicado de la siguiente manera:

Cuadro N°:11 Mapa de la Provincia de Imbabura



Fuente: Buscador web Google.com
Elaborado por: Autor

Cuadro N°: 12 Mapa del Cantón Antonio Ante



Cuadro N°: 13 Mapa del Cantón Antonio Ante



Fuente: Buscador web Google.com
Elaborado por: Autor

Fuente: Buscador web Google.com
Elaborado por: Autor

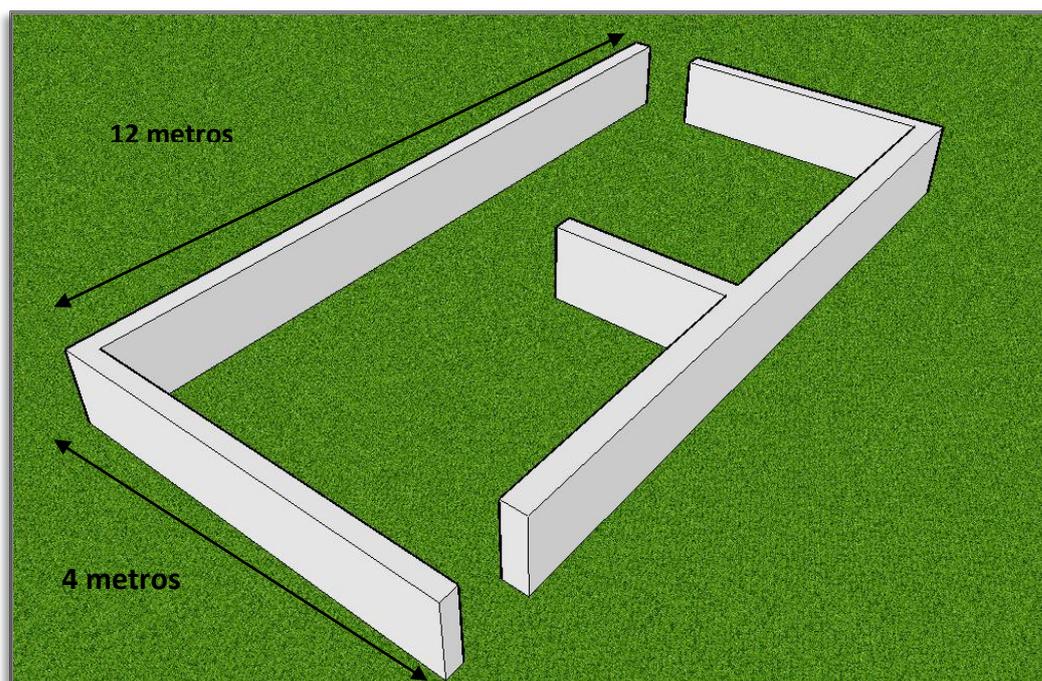
4.2. UBICACIÓN DE LA PLANTA

Las condiciones e instalaciones físicas de la organización se encontrara dentro de la sede principal, ha sido ubicada en base a condiciones de producción, de organización comunitaria, y de disponibilidad de materia prima.

4.3. DISEÑO DE INSTALACIONES

La producción de la artesanía no implica el uso de instalaciones estrictamente adecuados, más bien se utilizara los existentes, adecuándolos de manera que permita la eficiente distribución y producción. Las instalaciones necesarias son:

Cuadro N°: 14 Diseño de Instalaciones



*Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor*

4.4. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

En base a las condiciones existentes en la organización, el diseño abarca 48m² de construcción, distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro N°: 15 Distribución de la Planta



*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Autor*

- Atención al cliente.- abarca 3x3 metros de construcción.
- Mural de muestra.- 1x1 metros.
- Sala De estar.- 1x4 metros.
- Materia prima.- 2x2 metros.
- Producción.- 2x5 metros, aquí se realizará la fase de producción, proceso de corte, pegado, diseño final de la artesanía.
- Empaque.- 1x3 metros, se realizará el proceso de acabado final, revisión de errores, controles de calidad, y finalmente el proceso de empaque de la artesanía.

Cuadro N°: 16 Diseño final Unión de Artesanos Indígenas de San Roque



*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Autor – asesor civil*

4.5. PRESUPUESTO TÉCNICO

La implementación de esta iniciativa micro empresarial, no implica la inversión de grandes capitales, ya que no involucra materiales realmente costosos. El presupuesto técnico con el que se puede contar para la implementación de la iniciativa productiva, será:

4.5.1. Inversiones fijas

4.5.1.1. Terreno

Para la ejecución del proyecto se dispone de un terreno de 4x12 metros:

Característica	m2	Valor Unitario	Costo
Terreno 4*12 metros	48	312.50	\$ 15,000

Se identifica 48m² de superficie con un valor unitario del metro cuadrado \$312.50, el precio es adecuado de acuerdo a la situación geográfica en donde se encuentra ubicada la sede de la Unión de Artesanos indígenas de San Roque.

4.5.1.2. Edificio

Para la implementación de la producción se utilizara las instalaciones existentes de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque (U.N.A.I.S.A.R.), detallada de la siguiente manera:

Característica	m2	Valor Unitario	Costo
Edificio, estructura de hormigón armado	48	270.83	\$ 13,000

4.5.1.3. Equipo de computación

Cuadro N°: 17 Equipo de computación

Detalle	Q	Valor unitario	Valor total	Detalle
Computador	1	\$ 875	\$ 875	Incluye accesorios
Memory Flash 4GB	1	\$ 16	\$ 16	Flash DUE 4GB
Impresora	1	\$ 82	\$ 82	Xerox multifunción
Parlantes	1	\$ 15	\$ 15	Genius 2.0
TOTAL		\$ 988	\$ 988	

Fuente: factura de compra-Anexos

Elaborado por: Autor

Una vez dada de baja el activo se procederá a la adquisición de un nuevo equipo al 2015 con un porcentaje de crecimiento en precios de un 15% adicional al fijado para el 2012.

El porcentaje está basado en un promedio de inflación anual del 4.85% (3.57% inflación 2011+6.12% inflación 2012 / 2)

Determinada de la siguiente manera:

Detalle	Q	Valor unitario	Valor total nuevo equipo al 2015
Computador	1	\$ 1,006	\$ 1,006
Memory Flash 4GB	1	\$ 18	\$ 18
Impresora	1	\$ 94	\$ 94
Parlantes	1	\$ 17	\$ 17
TOTAL		\$ 1,136	\$ 1,136

4.5.1.4. Equipo de oficina

Cuadro N°: 18 Equipo de Oficina

Detalle	Q	Valor unitario	Valor total	Detalle
Teléfono	1	\$ 168.91	\$ 168.91	Convencional
FAX	1	\$ 168.91	\$ 168.91	
Carpeta archivador	25	\$ 2	\$ 50	Color verde
Implementos		\$ 50	\$ 50	Accesorios pequeños
TOTAL		\$ 389.82	\$ 437.82	

Fuente: facturas de compra-Anexos

Elaborado por: Autor

4.5.1.5. Muebles y enseres

Cuadro N°: 19 Muebles y enseres

Detalle	Q	Valor unitario	Valor total	Detalle
Mesa computador	1	\$ 35	\$ 35	Para 1 computador
Escritorios administración	3	\$ 120	\$ 360	Uso de admnistra.
Mesa producción	5	\$ 95	\$ 475	Uso producción
Silla con brazos	8	\$ 30	\$ 240	Giratorias
Archivador	1	\$ 95	\$ 95	4 cajones
Sillas de visitas	25	\$ 10	\$ 250	Plásticas/blancas
TOTAL	43	\$ 385	\$ 1,455	

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

4.5.2. Inversiones diferidas

Cuadro N°: 20 Inversiones diferidas

Detalle	Valor total
Gastos de constitución	\$ 320
Imprevistos	\$ 500
TOTAL	\$ 820

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

4.5.3. Costos de operación

Cuadro N°: 21 Costos por mantenimiento

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Equipo de computación	\$ 20	\$ 240
Permisos-contribuciones	\$ 50	\$ 600
Pagos legales	\$ 50	\$ 600
TOTAL	\$ 120	\$ 1,440

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

4.5.4. Costo de producción

Los materiales que a continuación se detallan proporcionaran un costo estimativo, que se utiliza para la producción de la artesanía, en valores unitarios y totales:

Cuadro N°: 22 Costos de producción

Detalle / materia prima	Q	Valor unitario	Valor total	Detalle
Materia prima (hojas naturales)	0	\$ 0.00	\$ 0.00	Sin costo
Cartón gris/doble	25	\$ 3.00	\$ 75.00	Doble 25ml
Cartulina blanca	25	\$ 0.50	\$ 12.50	Color blanco claro
Sobre manila	500	\$ 0.06	\$ 30.00	Color amarillo/correo
Empaques (fundas plásticas)	500	\$ 0.01	\$ 5.00	Trasparente con brillo
Cemento de contacto	5	\$ 4.00	\$ 20.00	Tarro en litros.
Laca con aditivo para brillo	3	\$ 10.00	\$ 30.00	Tarro en litros
TOTAL		\$ 17.57	\$172.50	

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

Los costos de producción en ningún momento permanecerán constantes a través del tiempo, al contrario, estos son susceptibles a variaciones en precio por temporada y demanda de la artesanía, los datos detallados se realizan en base a los costos de producción de un periodo de tiempo tomada al azar. Los costos invertidos (\$ 172.50), podrían sustentar una producción de más de 250 unidades artesanales.

Suministros de oficina producción

Cuadro N°: 23 Suministros de oficina producción

Detalle / MP	Q	Valor unitario	Valor total	Detalle
Calculadora	2	\$ 11.00	\$ 22.00	Casio 350
Perforadoras	3	\$ 2.50	\$ 7.50	Varios
Grapas	10	\$ 0.95	\$ 9.50	Normales
Carpetas	100	\$ 0.25	\$ 25.00	Cartón
Reglas	10	\$ 0.50	\$ 5.00	Big
Esferos	25	\$ 0.50	\$ 12.50	Big, varios colores
Resaltador	5	\$ 0.75	\$ 3.75	Varios
Corrector	5	\$ 1.25	\$ 6.25	Big color blanco
Tijeras	15	\$ 0.50	\$ 7.50	Varios
Clips (caja)	5	\$ 1.00	\$ 5.00	Varios
Porta sellos	2	\$ 10.00	\$ 20.00	Logo institucional
Papel (resma)	10	\$ 5.00	\$ 50.00	Papel multipropósito
TOTAL		\$ 34.20	\$ 174.00	

Fuente: investigación de campo

4.5.5. Gastos de administración

Cuadro N°: 24 Suministros de oficina de administración

Detalle / MP	Q	Valor unitario	Valor total	Detalle
Calculadora	2	\$ 11.00	\$ 22.00	Casio 350
Perforadoras	3	\$ 2.50	\$ 7.50	Varios
Grapas	10	\$ 0.95	\$ 9.50	Normales
Carpetas	100	\$ 0.25	\$ 25.00	Cartón
Reglas	10	\$ 0.50	\$ 5.00	Big
Esferos	25	\$ 0.50	\$ 12.50	Big, varios colores
Resaltador	5	\$ 0.75	\$ 3.75	Varios
Corrector	5	\$ 1.25	\$ 6.25	Big color blanco
Tijeras	15	\$ 0.50	\$ 7.50	Varios
Clips (caja)	5	\$ 1.00	\$ 5.00	Varios
Porta sellos	2	\$ 10.00	\$ 20.00	Logo institucional
Papel (resma)	10	\$ 5.00	\$ 50.00	Papel multipropó.
TOTAL	192	\$ 34.20	\$ 174	

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

El abastecimiento de los suministros de oficina se realizará con un gasto total de **\$174.00** anuales por lo que el gasto mensual sería **\$ 34.20**, sin considerar implementos tecnológicos por su larga duración.

Servicios Básicos

Cuadro N°: 25 Servicios básicos/administración

Detalle	Valor mensual	Valor Anual
Energía eléctrica	\$ 10	\$ 120
Agua potable	\$ 10	\$ 120
Teléfono (celular)	\$ 20	\$ 240
TOTAL	\$ 40	\$ 480

Fuente: Planillas de consumo

Elaborado por: Autor

4.5.6. Gastos de comercialización y ventas

Cuadro N°: 26 Gastos de comercialización y ventas

Gastos de comercialización y ventas			
Detalle	Valor mensual	Valor anual	Detalle
Transporte	\$ 20	\$ 240	Transporte de MP una vez a la semana por el valor de \$5.00.
Mantenimiento comercial	\$ 50	\$ 600	Limpieza y decoración.
Personal ventas / salario	\$ 292	\$ 3,504	Una persona.
Imprevistos local comercial	\$ 25	\$ 300	Para transporte y ventas.
TOTAL	\$ 387	\$ 4,644	

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

4.5.7. Capital de trabajo

A continuación se detalla el capital con la que la organización puede iniciar la actividad productiva sin tomar en cuenta las inversiones fijas y diferidas.

Cuadro N°: 27 Capital de trabajo

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Costos de operación		
Costos por mantenimiento	120	\$ 1,440
Costos de producción	17.57	\$ 172.50
Suministros de oficina producción	34.20	\$ 174
TOTAL	171.77	\$ 1,786.50
Gastos de administración		
Suministros de oficina administración	34.20	\$ 174
Servicios básicos, administración	40.00	\$ 480
TOTAL	74.20	\$ 654
Gastos de comercialización y ventas		
Gastos generalizados	387.00	\$ 4,644
TOTAL	387.00	\$ 4,644
TOTAL GENERAL		\$ 7,084.50

Fuente: investigación de campo-facturas

Elaborado por: Autor

El siguiente cuadro muestra el presupuesto técnico con el que se es necesario contar para la implementación de la iniciativa productiva, se encuentra en base al costo por unidad:

Cuadro Nº: 28 Presupuesto técnico por unidad

Materiales	Presupuesto (\$)
Hojas naturales	\$ 0.00
Recorte	\$ 0.25
Pegado	\$ 0.15
Cartón	\$ 0.50
Diseño	\$ 0.25
Acabado	\$ 0.25
Empaque	\$ 0.25
Precio por unidad	\$ 1.65
Precio de venta (encuestas)	\$ 5.00

*Fuente: Cuadro Nº8 Proyección de precios-investigación de campo
Elaborado por: Autor*

El precio de venta está dado en base a la para la fijación de precios el diseño y tiempo invertido en la artesanía. El precio mencionado es el valor promedio entre la artesanía de mayor y menor valor.

4.6. TAMAÑO TÉCNICO

4.6.1. FACTORES QUE DEFINEN EL TAMAÑO DEL PROYECTO

4.6.1.1. Tamaño del mercado

El tamaño del mercado no solo puede estar regido por un mercado potencial como lo es Otavalo, en este caso el tamaño del mercado dependerá exclusivamente de la iniciativa y creatividad de los productores, en la presente investigación se propone como iniciativa la expansión comercial dentro del mismo mercado, es decir la creación de sucursales dentro del cantón Otavalo. La expansión a ciudades o diferentes mercados amerita una investigación más detallada y en grandes proporciones.

4.6.1.2. Capital

La organización al momento no posee un capital definido, para poder contar con un capital la organización propone la creación de un capital por medio de la colaboración y aportación proporcional de los miembros socios de la organización, de ser necesario capitales adicionales se recurrirá a préstamos bancarios con instituciones financieras gubernamentales, de modo que no permita la aplicación de una tasa de interés que la organización no esté en capacidad de cubrir.

4.6.1.3. Disponibilidad de la materia prima

Se cuenta con la suficiente disponibilidad de la materia prima, esta se puede encontrar en bosques, o en lugares de aglomeración natural, donde la libre disponibilidad y selección de la materia prima se desarrolla de una manera eficaz. La materia prima disponible es suficiente para la implementación de una producción artesanal que pudiere cubrir cualquier tipo de demanda existente.

4.6.1.4. Programa de producción

El programa de producción estará dado en base a la demanda del producto, se plantea realizarlo de la siguiente manera:

Cuadro N°: 29 Programa de producción

Día	Actividad
Lunes	Recolección y secado del material
Martes	Preparación del material
Miércoles	Recorte del material
Jueves	Proceso de pegado
Viernes	Lacado, brillo y empaque

*Fuente: investigación de campo
Elaborado por: Autor*

4.6.1.5. Cálculo de la mano de obra

La mano de obra necesaria esta dado en base a la oferta y demanda detalladas de la siguiente manera:

Capacidad diaria de producción por artesano: 4 diarias

Horas invertidas: 2 horas por unidad

Días laborables anuales: 264 (excepción de fines de semana)

Cuadro Nº: 30 Cálculo de la mano de obra

Años	Producción anual	Artesano 1	Artesano 2	Artesano 3	Artesano 4	Artesano 5	Artesano 6	Artesano 7	Total
2012	6716	959	959	959	959	959	959	959	6716
2013	4834	691	691	691	691	691	691	691	4834
2014	5129	733	733	733	733	733	733	733	5129
2015	5491	784	784	784	784	784	784	784	5491
2016	5924	846	846	846	846	846	846	846	5924

Fuente: investigación de campo-productor U.N.A.I.S.A.R.

Elaborado por: Autor

Cuadro Nº: 31 Detalle de la mano de obra

Descripción	Q	Departamento	Actividad 1	Actividad 2
Atención al cliente	1	Administrativo	Administración de la microempresa	Atención al cliente que visita la organización
Ventas internas	1	Administrativo	Sera el encargado de la venta al interno de la organización	Administración de las ventas externas de la organización
Servicios generales- Archivo	1	Administrativo	Proveer de los implementos de oficina tanto a administración como a producción	Manejo de archivo
Materia Prima	1	Producción	Responsable de la recolección de la materia prima.	
Control de materia prima	1	Producción	Control de los materiales necesarios para producción.	Recolección de materia prima específica para producción
Empaque	1	Producción	Creación de un empaque adecuado para el transporte de la artesanía	Embalaje de la artesanía
Control de calidad	1	Producción	Responsable en la calidad de la artesanía, tanto en MP con en los detalles Finales	Control de los materiales usados
Bodega	1	Producción	Manejo y control de bodega de artesanías	Cumplir en existencias, demandas previstas o no

Comercialización	1	Marketing	Control de oferta y demanda	Búsqueda de nuevos mercados
Diseño	1	Marketing	Creación de nuevos diseños y reportarlos a producción	Diseño de artesanías propios del cliente.
Distribución	1	Marketing	Distribución de la artesanía al punto de venta y a intermediarios reportados por comercialización	Distribución de la artesanía de manera apropiada y oportuna
Ventas	1	Marketing	Ventas a exteriores de la organización, en el punto de venta	Administración de cobro a intermediarios y aliados
Publicidad	1	Marketing	Llamar la atención al cliente mediante la creación de publicidad	Descubrir el mercado potencial
Planificación y reclutamiento del TT. HH.	1	Talento humano	Planificara la mano de obra necesaria para cumplir la oferta	Establecerá patrones de cumplimiento laboral
Selección, control, evaluación del personal	1	Talento humano	Seleccionara y controlara el personal adecuado a la organización	Evaluara su desempeño en el área correspondiente
Contabilidad	1	Financiero	Control del aspecto contable dentro y fuera	
Tesorería	1	Financiero	Control y manejo de recursos económicos	Disponer de recursos suficientes
Compras y ventas	1	Financiero	Compra de materiales necesarios para administración y producción	Venta de materiales complementarios

Fuente: investigación de campo-productor U.N.A.I.S.A.R.

Elaborado por: Autor

Proyección de la mano de obra:

Se estima que los sueldos del personal aumentaran un 6% anual.

Cuadro N°: 32 Proyección de la mano de obra

Años	Producción	Costo MO por unidad	Proyección de la mano de obra				
			2012	2013	2014	2015	2016
2012	6716	\$ 1.65	\$ 11,081.81				
2013	4834	\$ 1.65		\$ 7,976.86			
2014	5129	\$ 1.65			\$ 8,462.82		
2015	5491	\$ 1.65				\$ 9,060.20	
2016	5924	\$ 1.65					\$ 9,774.57

Fuente: investigación de campo-productor U.N.A.I.S.A.R.

Elaborado por: Autor

4.7. SEGUIMIENTO Y MONITOREO DE LA OFERTA Y DEMANDA

El monitoreo de la oferta (producción) se realiza de acuerdo al cronograma de actividades establecidas, para cada semana del año, de modo que no permita disminuir la producción. El monitoreo y seguimiento de la demanda (clientes), se lo realizará de acuerdo al porcentaje de turistas que deciden visitar Otavalo, con la colaboración del Ministerio de Turismo, INEC, Dirección Nacional de Migración, a través de reportes estadísticos mensuales.

4.8. CAPACIDAD DEL PROYECTO

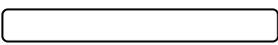
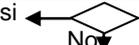
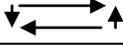
El proyecto de producción y comercialización está en capacidad de cubrir cualquier tipo de demanda, ya que cuenta con las posibilidades físicas, materiales y de mano de obra que permitirán alcanzar la producción deseada, de ser necesario la inmersión de altos niveles financieros se realizará préstamos bancarios.

4.9. PROCESO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

4.9.1. FLUJO GRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO

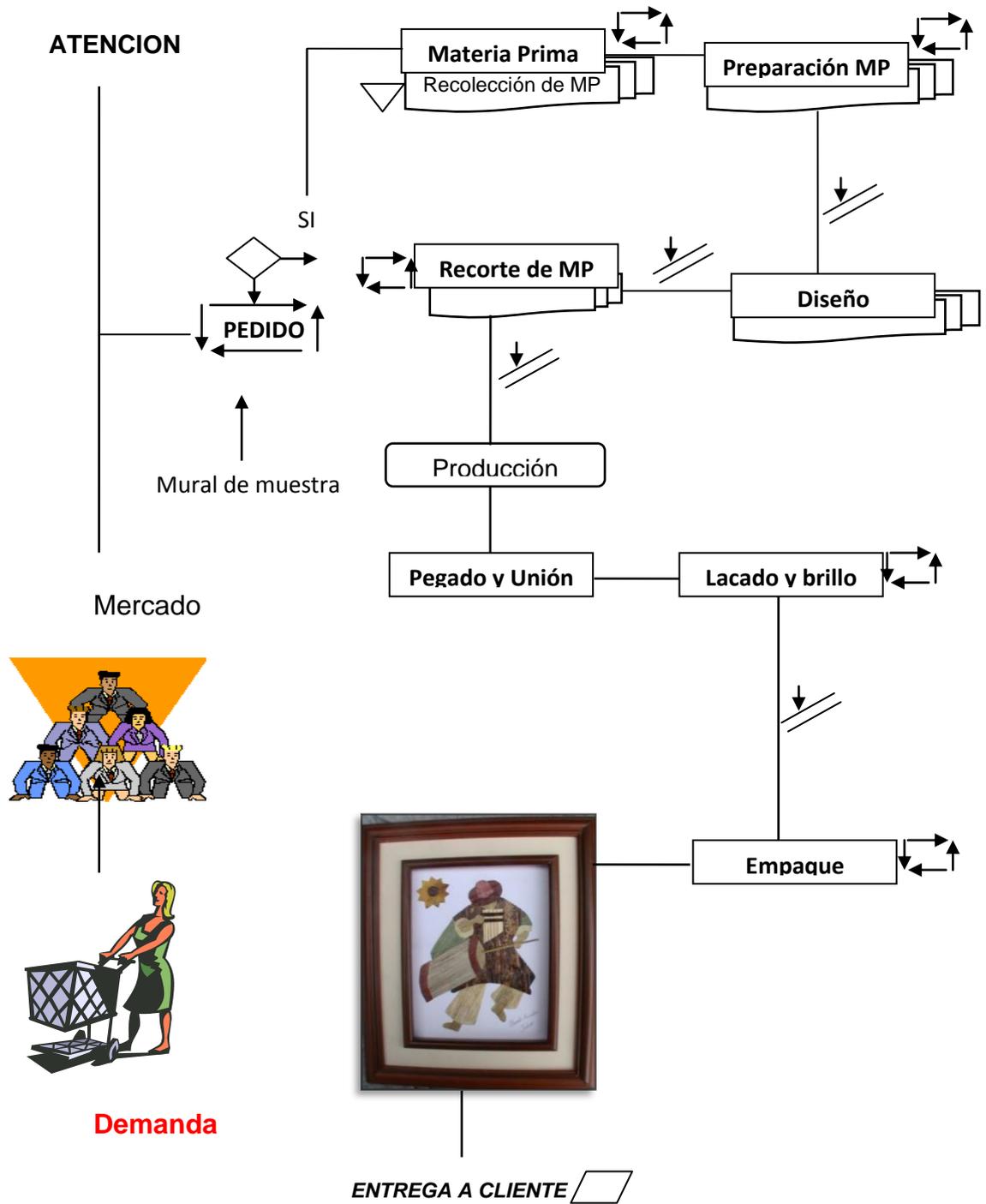
El presente flujo grama muestra el proceso productivo llevado a cabo para la producción y entrega de la artesanía, para eso es necesario utilizar la siguiente simbología:

Cuadro N°: 33 Simbología

Representación	Definición
	Titulo del puesto, funcionario responsable, inicio o fin de la actividad.
	Actividad
	Datos adjuntos, respaldo de actividades
	Verificación
	Decisión o decisor
	Archivo o almacenamiento
	Conector a otro proceso
	Secuencia de proceso

Fuente: Ing. Edgar Monteros – FACAE-UTN
Elaborado por: Autor

Cuadro N°: 34 Flujo grama del proceso productivo

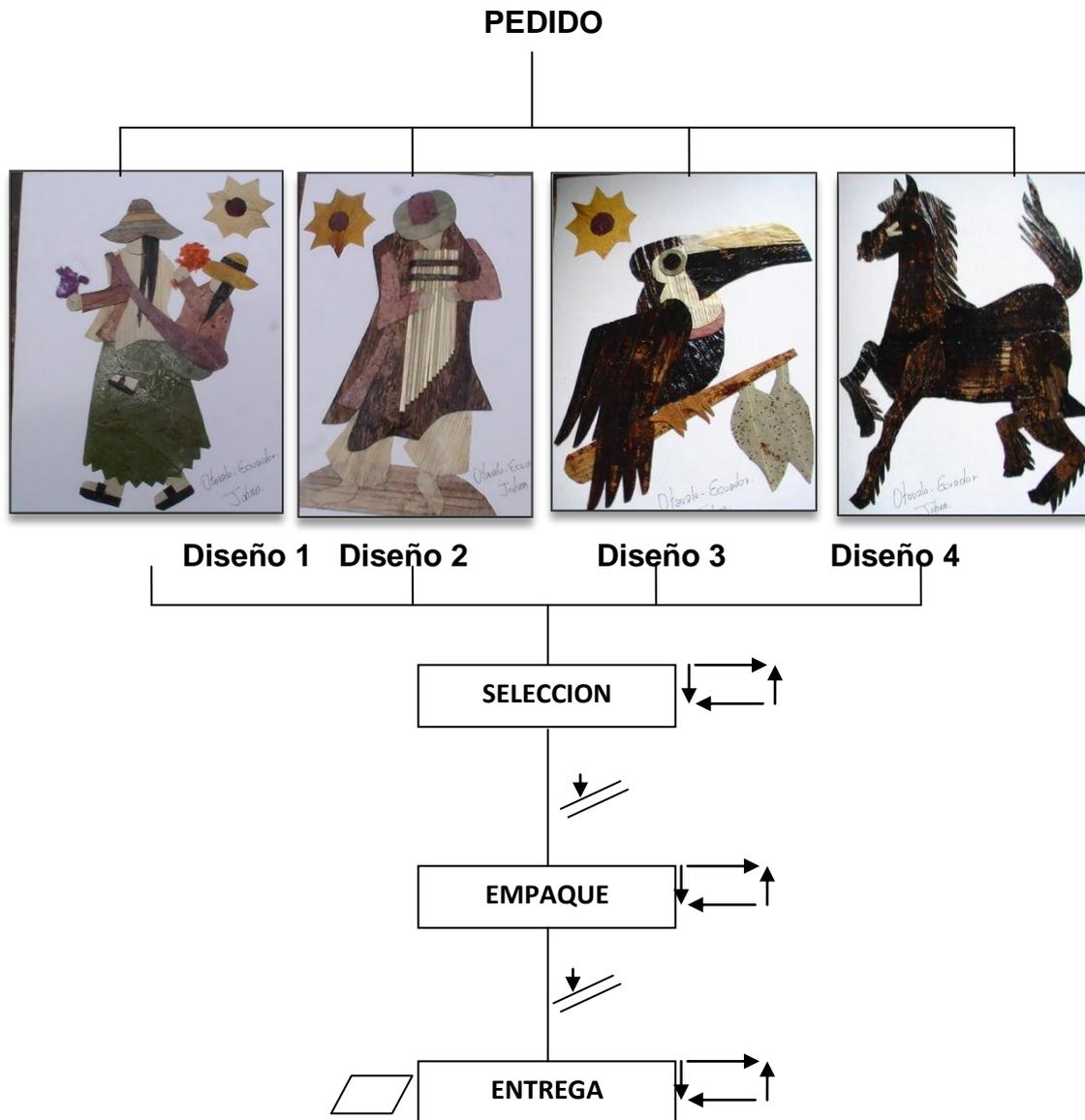


Demanda

**Fuente: investigación de campo-productor U.N.A.I.S.A.R.
Elaborado por: Autor**

Se observa un proceso que inicia con el deseo del cliente en adquirir la artesanía en un mercado donde se encuentra la unidad productiva, se inicia con el pedido del cliente, de acuerdo a las necesidades del mismo, seguidamente se recolecta el materia necesario, se prepara y se un proceso al mismo, el mismo que concluye con la entrega al cliente.

Cuadro N°: 35 Flujo grama de ventas.



Fuente: investigación de campo-productor U.N.A.I.S.A.R.
Elaborado por: Autor

El proceso de ventas inicia cuando el cliente realiza el pedido, elige su diseño o puede personalizarlo de acuerdo a los gustos y preferencias del cliente, se ofrece una gama de artesanías elegibles al artesano, a continuación se procede a empacar el producto y entregar al consumidor final.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

5.1. PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN

El siguiente cuadro muestra el presupuesto que se es necesario contar para la implementación de la iniciativa productiva, está en base al costo por unidad:

Presupuesto técnico por unidad

Materiales	Presupuesto (\$)
Hojas naturales	\$ 0.00
Recorte	\$ 0.25
Pegado	\$ 0.15
Cartón	\$ 0.50
Diseño	\$ 0.25
Acabado	\$ 0.25
Empaque	\$ 0.25
Precio por unidad	\$ 1.65
Precio de venta (encuestas)	\$ 5.00

*Fuente: Cuadro N°27-Investigación de campo-Presupuesto técnico por unidad.
Elaborado por: Autor*

El presupuesto está formado en base a la aportación de los miembros socios de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque (U.N.A.I.S.A.R), para cubrir la demanda existente, el presupuesto necesario estará formado por préstamos bancarios con la CFN, el mismo que dependerá de la producción existente, y de la demanda del artículo.

5.2. CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

Para calcular el valor ponderado de la inversión financiada, se toma la tasa activa referencial, 8.17% (*Banco Central del Ecuador*); mientras que para la inversión propia se toma como referencia el valor de la tasa pasiva, que es 4.53% (*Banco Central del Ecuador*).

Cuadro N°: 36 Cálculo del costo de oportunidad

Detalle	Valor	Porcentaje (%)	Ponderación	Valor ponderado
Valor a financiarse	\$ 7,084.50	100%		
Inversión propia	\$ 3,542.25	50%	4.53%	2.27
Inversión financiada	\$ 3,542.25	50%	8.17%	4.09
Inversión total	\$ 7,084.50	100%		6.35

Fuente: investigación de campo
Elaborado por: Autor

CK= 6.35%

Para determinar el valor ponderado se procede a multiplicar la financiación (%), por la tasa esperada activa y pasiva, obteniendo como costo de oportunidad: **6.35%**

5.3. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.3.1. Evaluación financiera

Cuadro N°: 37 Terrenos

Característica	m2	Valor Unitario	Costo
Terreno 4*12 metros	48	312.50	\$ 15,000

Fuente: investigación de campo
Elaborado por: Autor

Cuadro N°: 38 Edificios

Característica	m2	Valor Unitario	Costo
Edificio, estructura de hormigón armado	48	270.83	\$ 13,000

Fuente: investigación de campo
Elaborado por: Autor

Cuadro N°: 39 Activo fijo

Activo fijo	Valor unitario	Valor total anual
Terreno	\$ 312.50	\$ 15,000
Edificio	\$ 270.83	\$ 13,000
Equipo de computación	\$ 988	\$ 988
Equipo de oficina	\$ 389.82	\$ 437.82
Muebles y enseres	\$ 385	\$ 1,455
TOTAL	\$ 2,346.15	\$ 30,880.66

Fuente: investigación de campo

Inversión variable:

Se determina el capital de trabajo del primer año de operación de la microempresa:

Cuadro N°: 40 Activo corriente

Activo corriente	Valor anual
Costos de operación	
Costos por mantenimiento	\$ 1,440
Costos de producción	\$ 4,634.04
Suministros de oficina (producción)	\$ 174
Gastos de administración	
Suministros de oficina (Administración)	\$ 174
Servicios básicos, administración	\$ 480
Gastos de comercialización y ventas	
Gastos generalizados	\$ 4,644
TOTAL	\$ 11,546.04

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

Los costos de producción están dados en base al cálculo de la materia prima invertida en 250 unidades artesanales, y en base a la oferta existente durante el año de producción, matemáticamente:

Producción 2012/unidades producidas*costo invertido en UP

$$6716/250 = 26.86 * 172.50 = 4634.04$$

Inversión diferida:

Cuadro N°: 41 Activo diferido

Activo diferido	Valor Anual
Gastos de constitución	\$ 320
Imprevistos	\$ 500
TOTAL	\$ 820

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

Amortización activos diferidos

Los gastos de constitución e imprevistos se amortizaran para la vida útil del proyecto de 5 años, a continuación se muestra una proyección para los años de vida útil:

Cuadro N°: 42 Amortización de activos diferidos

Activo diferido	Valor \$	Año 0	2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL
Gastos de constitución	\$ 320	\$ 320	\$ 64	\$ 64	\$ 64	\$ 64	\$ 64	\$ 320
Imprevistos	\$ 500	\$ 500	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 500
TOTAL	\$ 820		\$ 164	\$ 820				

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

5.3.2. Estructura de la inversión

A continuación todas las inversiones que van a ser necesarias para poder iniciar las actividades así como el monto necesario:

Cuadro N°: 43 Estructura de la Inversión

Detalle de inversiones	Valor anual
Activo corriente	\$ 11,546.04
Activo fijo	\$ 30,880.66
Activo diferido	\$ 820
TOTAL	\$ 43,246.70

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

5.3.3. Destino de la inversión

Cuadro N°: 44 Destino de la Inversión

Detalle de inversiones	Valor anual	Porcentaje (%)
Activo corriente	\$ 11,546.04	26.70%
Activo fijo	\$ 30,880.66	71.41%
Activo diferido	\$ 820	1.90%
TOTAL	\$ 43,246.70	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

Se determinará un porcentaje en la que se identifica los activos de mayor inversión, principalmente el activo fijo centra un mayor presupuesto de inversión.

5.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS

El presupuesto de ingresos esta dado en base a la producción normal de la organización y a la demanda insatisfecha, dado de la siguiente manera:

Ingresos de la demanda insatisfecha

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas (Q)	6716	4834	5129	5491	5924
Precio de venta	\$ 5.31	\$ 5.55	\$ 5.79	\$ 6.03	\$ 6.28
Ventas proyectadas	\$ 35,636	\$ 26,823	\$ 29,699	\$ 33,126	\$ 37,173

Elaborado por: Autor

Fuente: investigación de campo

Cuadro N°: 45 Presupuesto de ingresos

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas proyectadas	\$ 35,636	\$ 26,823	\$ 29,699	\$ 33,126	\$ 37,173
Ingresos netos por ventas	\$ 35,636	\$ 26,823	\$ 29,699	\$ 33,126	\$ 37,173

Elaborado por: Autor

Fuente: investigación de campo

5.4.1. Proyección de ventas

Cabe recalcar que la proyección de las ventas esta dado en base a la población dispuesta a adquirir la artesanía, según encuestas aplicadas a clientes, (pregunta 8); cuyos resultados fueron: Si (99%), No (1%):

Cuadro N°: 46 Proyección de ventas

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha	Precio de venta	Ventas Proyectadas
2012	25724	19008	6716	\$ 5.31	\$ 35,636
2013	27010	22176	4834	\$ 5.55	\$ 26,823
2014	28361	23232	5129	\$ 5.79	\$ 29,699
2015	29779	24288	5491	\$ 6.03	\$ 33,126
2016	31268	25344	5924	\$ 6.28	\$ 37,173

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

5.5. PRESUPUESTOS DE EGRESOS

Resulta difícil contabilizar, debido a que son muy susceptibles de variaciones, se estima con un valor promedio el presupuesto de egresos que se invertirá durante el primer año de vida útil del proyecto:

Cuadro N°: 47 Presupuesto de egresos

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Activo Fijo		
Terreno		\$ 15,000
Edificio		\$ 13,000
Equipo de computación		\$ 988
Equipo de oficina		\$ 437.82
Muebles y enseres		\$ 1,455
TOTAL		30,880.66
Activo Corriente/Costos de operación		
Costos por mantenimiento	\$ 120	\$ 1,440
Costos de producción	\$ 386.17	\$ 4,634.04
Suministros de oficina producción	\$ 14.50	\$ 174
TOTAL	\$ 521	6,248.04
Activo Corriente/Gastos de administración		
Suministros de oficina administración	\$ 14.50	\$ 174
Servicios básicos, administración	\$ 40	\$ 480
TOTAL	\$ 54.50	\$ 654
Activo Cte./Gastos de comercialización y ventas		
Gastos generalizados	\$ 387	\$ 4,644
TOTAL	\$ 387	\$ 4,644
Activo Diferido		
Gastos de constitución		\$ 320
Imprevistos		\$ 500
TOTAL		\$ 820
TOTAL GENERAL	\$ 962.17	43,246.70

Fuente: Capital de trabajo Cap. IV – Investigación de campo

Elaborado por autor.

Depreciación de activos fijos

Cuadro N°: 48 Depreciación de activos fijos

Activo fijo	Valor	Vida útil	%	Depreciación						TOTAL
				2012	2013	2014	2015	2016	N - Años	
Terreno	\$ 15,000									\$15,000
Edificio	\$ 13,000	20	5%	\$ 650	\$ 650	\$ 650	\$ 650	\$ 650	\$ 9,750	\$13,000
Equipo de comput.	\$ 988	3	33.33%	\$329.30	\$329.30	\$329.30	\$378.63	\$378.63	\$378.63	\$ 1,136
Equipo de oficina	\$ 437.82	10	10%	\$ 43.78	\$ 43.78	\$ 43.78	\$ 43.78	\$ 43.78	\$218.91	\$437.82
Muebles y enseres	\$ 1,455	10	10%	\$145.50	\$145.50	\$145.50	\$145.50	\$145.50	\$727.50	\$ 1,455
TOTAL				\$1,169	\$1,169	\$1,169	\$ 1,218	\$ 1,218	\$11,075	\$31,029

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

Se adquiere un nuevo equipo de computación al 2015 valorado en un 15% adicional al precio fijado en el año 2012.

5.5.1. Costo de producción

La presente matriz muestra el costo de los materiales necesarios para la iniciativa productiva:

Costo de materiales necesarios para producción

Detalle / materia prima	Q	Valor unitario	Valor total	Detalle
Materia prima (hojas naturales)				No implica algún costo
Cartón gris/doble	25	\$ 3.00	\$ 75.00	Doble 25ml
Cartulina blanca	25	\$ 0.50	\$ 12.50	Color blanco claro
Sobre manila	500	\$ 0.06	\$ 30.00	Color amarillo/correo
Empaques (fundas plásticas)	500	\$ 0.01	\$ 5.00	Trasparente puro con brillo
Cemento de contacto	5	\$ 4	\$ 20.00	Tarro en litros.
Laca con aditivo para brillo	3	\$ 10	\$ 30.00	Tarro en litros
TOTAL		\$ 17.57	\$ 172.50	

Fuentes: Cuadro N°22: -Costo de producción-investigación de campo

Elaborado por: Autor

Datos basados a la demanda de la artesanía, es decir, costo invertido en materia prima para la producción de al menos 250 unidades artesanales.

Suministros de oficina producción

Detalle / MP	Q	Valor unitario	Valor total	Detalle
Calculadora	2	\$ 11	\$ 22	Casio 350
Perforadoras	3	\$ 2.50	\$ 7.50	Varios
Grapas	10	\$ 0.95	\$ 9.50	Normales
Carpetas	100	\$ 0.25	\$ 25	Cartón
Reglas	10	\$ 0.50	\$ 5	Big
Esferos	25	\$ 0.50	\$ 12.50	Big, varios colores
Resaltador	5	\$ 0.75	\$ 3.75	Varios
Corrector	5	\$ 1.25	\$ 6.25	Big color blanco
Tijeras	15	\$ 0.50	\$ 7.50	Varios
Clips (caja)	5	\$ 1.00	\$ 5	Varios
Porta sellos	2	\$ 10	\$ 20	Logo institucional
Papel (resma)	10	\$ 5	\$ 50	Papel multipropósito
TOTAL		\$ 34.20	\$ 174.00	

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

5.5.2. Gastos de administración

Suministros de oficina administración:

Detalle / MP	Q	Valor unitario	Valor total	Detalle
Calculadora	2	\$ 11	\$ 22	Casio 350
Perforadoras	3	\$ 2.50	\$ 7.50	Varios
Grapas	10	\$ 0.95	\$ 9.50	Normales
Carpetas	100	\$ 0.25	\$ 25	Cartón
Reglas	10	\$ 0.50	\$ 5	Big
Esferos	25	\$ 0.50	\$ 12.50	Big, varios colores
Resaltador	5	\$ 0.75	\$ 3.75	Varios
Corrector	5	\$ 1.25	\$ 6.25	Big color blanco
Tijeras	15	\$ 0.50	\$ 7.50	Varios
Clips (caja)	5	\$ 1.00	\$ 5	Varios
Porta sellos	2	\$ 10	\$ 20	Logo institucional
Papel (resma)	10	\$ 5	\$ 50	Papel multipropósito
TOTAL		\$ 34.20	\$ 174	

Fuente: Cuadro Nº 23 Suministros de oficina Cap. IV- investigación de campo
Elaborado por: Autor

Servicios básicos/administración:

Detalle	Valor mensual	Valor Anual
Energía eléctrica	\$ 10	\$ 120
Agua potable	\$ 10	\$ 120
Teléfono (celular)	\$ 20	\$ 240
TOTAL	\$ 40	\$ 480

Fuente: Cuadro Nº: 24 Servicios básicos-Cap.- IV- investigación de campo
Elaborado por: Autor

5.5.3. Gastos de ventas

Cuadro Nº: 49 Gastos generalizados

Gastos de comercialización y ventas			
Detalle	Valor mensual	Valor anual	Detalle
Transporte	\$ 20	\$ 240	Transporte de materia prima una vez a la semana por el valor de \$5.00
Mantenimiento comercial	\$ 50	\$ 600	Limpieza y decoración.
Personal ventas / salario	\$ 292	\$ 3,504	Una persona.
Imprevistos local comercial	\$ 25	\$ 300	Para transporte y ventas.
TOTAL	\$ 387	\$ 4,644	

5.6. PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

De igual manera que la proyección de precios la inflación estimada es para costos de operación, administración y comercialización 4%.

Cuadro N°: 50 Proyección de Costos y Gastos

Detalle de Activos Corrientes	Valor mensual	Valor anual	Crecimiento %	Años de vida útil				
				2012	2013	2014	2015	2016
Costos de operación/producción								
Costos por mantenimiento	\$ 120.00	\$ 1,440.00	4%	\$ 1,440	\$ 1,497.60	\$ 1,557.50	\$ 1,619.80	\$ 1,684.60
Costos de producción	\$ 386.17	\$ 4,634.04	4%	\$ 4,634.04	\$ 4,819.40	\$ 5,012.18	\$ 5,212.66	\$ 5,421.17
Suministros de oficina (prod)	\$ 14.50	\$ 174.00	4%	\$ 174	\$ 180.96	\$ 188.20	\$ 195.73	\$ 203.56
TOTAL	\$ 520.67	\$ 6,248.04		\$ 6,248.04	\$ 6,497.96	\$ 6,757.88	\$ 7,028.20	\$ 7,309.32
Gastos de administración								
Suministros de oficina (adm)	\$ 14.50	\$ 174.00	4%	\$ 174	\$ 180.96	\$ 188.20	\$ 195.73	\$ 203.56
Servicios básicos, administración	\$ 40.00	\$ 480.00	4%	\$ 480	\$ 499.20	\$ 519.17	\$ 539.93	\$ 561.53
TOTAL	\$ 54.50	\$ 654.00		\$ 654	\$ 680.16	\$ 707.37	\$ 735.66	\$ 765.09
Gastos de comercialización y ventas								
Gastos generalizados	\$ 387.00	\$ 4,644.00	4%	\$ 4,644	\$ 4,829.76	\$ 5,022.95	\$ 5,223.87	\$ 5,432.82
TOTAL	\$ 387.00	\$ 4,644.00		\$ 4,644	\$ 4,829.76	\$ 5,022.95	\$ 5,223.87	\$ 5,432.82
TOTAL GENERAL	\$ 962.17	\$ 11,546.04		\$ 11,546.04	\$ 12,007.88	\$ 12,488.20	\$ 12,987.72	\$ 13,507.23

*Fuente: Investigación de campo – Cap. IV-Estudio Técnico
Elaborado por: Autor*

5.7. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA-FINANCIAMIENTO

La fijación de las inversiones es difícil de calcularse con exactitud, debido a su amplitud en el campo de la producción, inversiones y en lo que respecta a la implantación de una microempresa, por lo que es necesaria la aplicación de las estadísticas dadas a través del Banco Central del Ecuador, se considera las publicadas recientemente en la página web del BCE.

Para determinar con precisión las inversiones a realizarse se establece como un 8.17% de la tasa activa y la financiación será del 50% con financiamiento propio, 50% créditos bancarios a una tasa pasiva del 4.53%, detallada de la siguiente manera:

DATOS:

Tasa Activa	8.17%
Financiamiento propio	50%
Créditos bancarios	50%
Tasa pasiva	4.53%
Tasa de Interés	12%

Iniciales:

P: Ponderación

VP: Valor ponderado

%: Porcentaje

FINANCIAMIENTO

El 50% que corresponde a \$21623.35 dólares serán financiados mediante un crédito otorgado por la COORPORACION FINANCIERA NACIONAL, bajo los términos siguientes: un plazo de 2.5 años, con una tasa de interés del 12% anual, la amortización del mismo se efectuará a través de cuotas mensuales de acuerdo al ciclo de producción de la microempresa como se detalla a continuación:

Cuadro Nº: 51 Financiación

Detalle	(%) Financiación	Ponderación	Valor ponderado	Inversión inicial
Valor a financiarse	100%			\$43,246.70
Inversión propia	50%	4.53%	2.265	\$21,623.35
Inversión financiada	50%	8.17%	4.085	\$21,623.35
Inversión total	100%		6.35	\$43,246.70

Fuente: Corporación financiera nacional-investigación de campo

Elaborado por: Autor

Existe una inversión financiera por un valor de \$21623.35, se realizará con un préstamo bancario en la CFN a un periodo de 2.5 años a una tasa del 12%.

A continuación se presenta una tabla de amortización conferida por la Corporación Financiera Nacional:

Cuadro N°: 52 Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION					
BENEFICIARIO	U.N.A.I.S.A.R.				
INSTIT. FINANCIERA	CFN				
MONTO EN USD	21,623.35				
TASA DE INTERES	12.00%			T. EFECTIVA	12.6825%
PLAZO	2.5		años		
GRACIA			años		18500
FECHA DE INICIO	01-Ene-2013				
MONEDA	DOLARES				
AMORTIZACION CADA	30		días		
Número de períodos	30		para amortizar capital		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		21,623.35			
1	31-Ene-2013	21,001.72	216.23	621.63	837.86
2	02-Mar-2013	20,373.87	210.02	627.85	837.86
3	01-Abr-2013	19,739.75	203.74	634.13	837.86
4	01-May-2013	19,099.28	197.40	640.47	837.86
5	31-May-2013	18,452.41	190.99	646.87	837.86
6	30-Jun-2013	17,799.07	184.52	653.34	837.86
7	30-Jul-2013	17,139.20	177.99	659.87	837.86
8	29-Ago-2013	16,472.72	171.39	666.47	837.86
9	28-Sep-2013	15,799.59	164.73	673.14	837.86
10	28-Oct-2013	15,119.72	158.00	679.87	837.86
11	27-Nov-2013	14,433.05	151.20	686.67	837.86
12	27-Dic-2013	13,739.52	144.33	693.53	837.86
13	26-Ene-2014	13,039.05	137.40	700.47	837.86
14	25-Feb-2014	12,331.58	130.39	707.47	837.86
15	27-Mar-2014	11,617.03	123.32	714.55	837.86
16	26-Abr-2014	10,895.33	116.17	721.69	837.86
17	26-May-2014	10,166.42	108.95	728.91	837.86
18	25-Jun-2014	9,430.22	101.66	736.20	837.86
19	25-Jul-2014	8,686.66	94.30	743.56	837.86
20	24-Ago-2014	7,935.67	86.87	751.00	837.86
21	23-Sep-2014	7,177.16	79.36	758.51	837.86
22	23-Oct-2014	6,411.07	71.77	766.09	837.86
23	22-Nov-2014	5,637.31	64.11	773.75	837.86
24	22-Dic-2014	4,855.82	56.37	781.49	837.86
25	21-Ene-2015	4,066.52	48.56	789.31	837.86
26	20-Feb-2015	3,269.32	40.67	797.20	837.86
27	22-Mar-2015	2,464.15	32.69	805.17	837.86
28	21-Abr-2015	1,650.92	24.64	813.22	837.86
29	21-May-2015	829.57	16.51	821.35	837.86
30	20-Jun-2015	0.00	8.30	829.57	837.86
			3,512.57	21,623.35	25,135.92

Fuente: Corporación financiera nacional-investigación de campo

Elaborado por: Autor

Se determina como gastos financieros los producidos al año de vida útil, generado como interes, determinado de la siguiente manera:

Total gasto financiero		3,512.57
Gasto financiero año 2012	702.51	
Gasto financiero año 2013	702.51	
Gasto financiero año 2014	702.51	
Gasto financiero año 2015	702.51	
Gasto financiero año 2016	702.51	

Fuente: Costo de oportunidad-investigación de campo

Elaborado por: Autor

Tasa de rendimiento medio

Se requiere financiar la inversión propia e inversión financiera solo para el primer año (2012).

Servicios financieros (inversión financiera) = 8.17%

Cuadro N°: 53 Tasa de rendimiento medio

Detalle	Inversión inicial	(%) Financiación	Ponde.	Valor ponderado
Valor a financiarse	\$43,246.70	100%		
Inversión propia	\$21,623.35	50%	4.53%	2.265
Inversión financiera	\$21,623.35	50%	8.17%	4.085
Inversión total	\$43,246.70	100%		6.35%

Fuente: Costo de oportunidad- investigación de campo

Elaborado por: Autor

Forma de Cálculo:

Tasa de Redescuento o TRM= Costo de oportunidad + Tasa de Inflación-1

$$TRM = (1 + CK)(1 + IF) - 1$$

DATOS:

CK= 6.35%

Inflación 2012= 6.12%

TRM= (1+0.0635)(1+0.0612)-1= (1.0635)(1.0612)-1

TRM= 12.86%

5.7.1. Balance general inicial

Cuadro N°: 54 Balance general inicial
UNION DE ARTESANOS INDIGENAS DE SAN ROQUE
BALANCE DE SITUACION INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
Detalle/Años	2012	Detalle/Años	2012
Activo Corriente	\$ 11,546.04	Inversión financiada	\$ 21,623.35
Activo fijo	\$ 30,880.66		
Activo diferido	\$ 820.00	TOTAL PASIVOS	\$ 21,623.35
		Patrimonio	
		Inversión Propia	\$ 21,623.35
TOTAL ACTIVOS	\$ 43,246.70	TOTAL P+P	\$ 43,246.70

Fuente: investigación de campo
Elaborado por: Autor

5.7.2. Estados de pérdidas y ganancias

Cuadro N°: 55 Estado de pérdidas y ganancias

UNION DE ARTESANOS INDIGENAS DE SAN ROQUE
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 35,636	\$ 26,823	\$ 29,699	\$ 33,126	\$ 37,173
Ventas proyectadas	\$ 35,636	\$ 26,823	\$ 29,699	\$ 33,126	\$ 37,173
(-) Costos de producción	\$ 6,248.04	\$ 6,497.96	\$ 6,757.88	\$ 7,028.20	\$ 7,309.32
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	\$29,388.36	\$20,324.83	\$22,941.50	\$26,097.83	\$29,863.66
(-) GASTOS OPERACIONALES					
(-) Gastos administrativos	\$ 654	\$ 680.16	\$ 707.37	\$ 735.66	\$ 765.09
Suministros de oficina (adm)	\$ 174	\$ 180.96	\$ 188.20	\$ 195.73	\$ 203.56
Servicios básicos, administración	\$ 480	\$ 499.20	\$ 519.17	\$ 539.93	\$ 561.53
(-) Gastos de comercia. y ventas	\$ 4,644	\$ 4,829.76	\$ 5,022.95	\$ 5,223.87	\$ 5,432.82
Gastos generalizados	\$ 4,644	\$ 4,829.76	\$ 5,022.95	\$ 5,223.87	\$ 5,432.82
(-) GASTOS NO OPERACIONALES					
(-) Gastos financieros	\$ 702.51				
TOTAL GASTOS PROYECTADOS	\$ 6,000.51	\$ 6,212.43	\$ 6,432.83	\$ 6,662.04	\$ 6,900.42
UTILIDAD ANTES DEL 15% PT	\$23,387.85	\$14,112.39	\$16,508.66	\$19,435.78	\$22,963.24
(-) Participación trabajadores 15%	\$ 3,508.18	\$ 2,116.86	\$ 2,476.30	\$ 2,915.37	\$ 3,444.49
UTILIDAD NETA PROYECTADA	\$19,879.67	\$11,995.54	\$14,032.36	\$16,520.42	\$19,518.75

Fuente: investigación de campo
Elaborado por: Autor

5.7.3. Flujo de caja

Se considera las entradas y salidas de efectivo, mismas que pueden provenir de fuentes diferentes de los ingresos facturados por la organización:

Cuadro N°: 56 Flujo de caja
UNION DE ARTESANOS INDIGENAS DE SAN ROQUE
FLUJO DE CAJA

Detalle	0	2012	2013	2014	2015	2016
Inversión	(\$ 43,246.70)					
INGRESOS						
Utilidad neta proyectada		\$19,879.67	\$11,995.54	\$ 14,032.36	\$ 16,520.42	\$19,518.75
Depreciación		\$ 1,169	\$ 1,169	\$ 1,169	\$ 1,218	\$ 1,218
Amortización		\$ 164	\$ 164	\$ 164	\$ 164	\$ 164
TOTAL INGRESOS		\$21,212.25	\$13,328.11	\$ 15,364.94	\$ 17,902.32	\$20,900.66
EGRESOS						
Pago capital del préstamo		\$ 4,324.67	\$ 4,324.67	\$ 4,324.67	\$ 4,324.67	\$ 4,324.67
TOTAL EGRESOS		\$ 4,324.67	\$ 4,324.67	\$ 4,324.67	\$ 4,324.67	\$ 4,324.67
FLUJO NETO	(\$ 43,246.70)	\$16,887.58	\$ 9,003.44	\$ 11,040.27	\$ 13,577.65	\$16,575.99

Fuente: investigación de campo
 Elaborado por: Autor

El capital financiado se harán a 30 meses plazo (2.5 años), por lo que se deberán ajustar dichos valores, obteniendo un valor uniforme de (\$4324.67), durante la vida útil de la investigación.

5.8. EVALUADORES FINANCIEROS

5.8.1.1. Valor actual neto

$VAN = \sum \text{flujos netos actualizados} - \text{inversión}$

$$VAN = \langle \text{Inversión} \rangle + \sum \frac{\text{Flujos de caja neto}}{(1+i)^n}$$

VAN=	Valor positivo (FACTIBLE)
VAN=	Valor "0" indiferente (PUEDO INVERTIR O NO)
VAN=	Valor negativo (NO ES FACTIBLE)

Años	Flujos netos	F netos actualizados
2012	\$ 16,887.58	14963.30
2013	\$ 9,003.44	7068.52
2014	\$ 11,040.27	7679.97
2015	\$ 13,577.65	8368.82
2016	\$ 16,575.99	9052.72
TOTAL		47133.33

Tasa descuento	0.1286
-----------------------	---------------

$$VAN = < 43246.70 > - \frac{16887.6}{(1+0.1286)^1} + \frac{9003.44}{(1+0.1286)^2} + \frac{11040.27}{(1+0.1286)^3} + \frac{13577.65}{(1+0.1286)^4} + \frac{16575.99}{(1+0.1286)^5}$$

VAN= 3886.63

El resultado de éste evaluador permite conocer que existe rentabilidad en el diseño propuesto y que teóricamente el proyecto es factible mientras que las condiciones o escenario de mercado no cambien significativamente.

5.8.1.2. Tasa interna de retorno

$$TIR = t_i + (t_s - t_i) \left[\frac{VAN_{t_i}}{VAN_{t_s} + VAN_{t_i}} \right]$$

Si $TIR \leq r$ Se rechazará el proyecto.

Si $TIR > r$ Se aceptará el proyecto

r = Costo de Oportunidad o Tasa de Descuento.

Datos			
Ts=	0.000		
Ti=	0.1286	VAN1=	3886.6
VAN1=	3886.63	VAN1-VAN2=	4422.9
VAN2=	-536.32		

Años	Flujos netos	F netos actualizados
2012	\$ 16,887.58	14433.83
2013	\$ 9,003.44	6577.13
2014	\$ 11,040.27	6893.22
2015	\$ 13,577.65	7245.71
2016	\$ 16,575.99	7560.49
TOTAL		42710.38

$$TIR = 0.1286 + (0.17 - 0.1286) \left[\frac{3886.63}{-536.32 + 3886.63} \right]$$

$$TIR = 0.1286 + (0.0414) (1.160080709)$$

$$TIR = 0.1286 + (0.048027341)$$

$$TIR = 0.176627341$$

$$TIR = 0.18$$

TIR	TRM	
0.1766	0.1286	0.05

Si la TIR es mayor a la TRM, el proyecto debe ejecutarse.

CONCLUSION: El proyecto es factible de ejecutar

5.8.1.3. Costo beneficio

Relación de los flujos de efectivos positiva con los flujos negativos; ayudara a establecer cómo retornan los ingresos en función de los egresos.

Cuadro N°: 57 Cálculo del Costo beneficio

Año	Total ingresos	Ingresos actualizados	Total egresos	Egresos actualizados
2012	\$ 35,636	31575.76	\$ 12,248.55	10852.87
2013	\$ 26,823	21058.33	\$ 12,710.40	9978.82
2014	\$ 29,699	20659.85	\$ 13,190.71	9175.89
2015	\$ 33,126	20417.81	\$ 13,690.24	8438.22
2016	\$ 37,173	20301.46	\$ 14,209.75	7760.44
TOTAL	\$ 162,458	114,013.20	\$ 66,049.65	46,206.23

$$\frac{114,013.20}{46,206.23} = 1.24$$

$$= 1.24$$

Se puede determinar que por cada dólar que invierte la organización obtiene una rentabilidad de \$ 0.24 centavos de dólar.

5.8.1.4. Periodo de recuperación.

Se estima que el periodo de recuperación de las inversiones realizadas se realizará en un plazo máximo de 2.5 años debido a que mientras menor sea el periodo de recuperación, mejor será el proyecto.

El periodo de recuperación se aplicará solo a los 2.5 años de vida útil debido a que las posteriores inversiones se realizarán con las utilidades generadas por la microempresa.

El periodo de recuperación de la inversión se realizará de la siguiente manera:

Cuadro N°: 58 Detalle de inversión

Detalle de inversiones	Valor anual	Periodo de recuperación porcentual					Periodo de recuperación cuantitativa			TOTAL
		(%)	1 a 12 meses	13 a 24 meses	25 a 30 meses	TOTAL	1 a 12 meses	13 a 24 meses	25 a 30 meses	
Activo fijo	\$ 30,880.66	0.7141	0.286	0.286	0.143	0.71	\$ 12,352.26	\$ 12,352.26	\$ 6,176.13	\$ 30,880.66
Activo corriente	\$ 11,546.04	0.2670	0.107	0.107	0.053	0.27	\$ 4,618.42	\$ 4,618.42	\$ 2,309.21	\$ 11,546.04
Activo diferido	\$ 820.00	0.02	0.008	0.008	0.004	0.02	\$ 328	\$ 328	\$ 164	\$ 820.00
TOTAL	\$ 43,246.70	1.00	0.40	0.40	0.20	1.00	\$ 17,298.68	\$ 17,298.68	\$ 8,649.34	\$ 43,246.70

Fuente: Cap. V- investigación de campo

Elaborado por: Autor.

5.8.1.5. Tasa de descuento

Cuadro N°: 59 Tasa de rendimiento medio

Detalle	2012	(%) Financiación	Ponderación	Valor ponderado
Valor a financiarse	\$ 43246.70	100%		
Inversión propia	\$ 21623.35	50%	4.53%	2.265
Inversión financiada	\$ 21623.35	50%	8.17%	4.085
Inversión total	\$ 43246.70	100%		6.35%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

5.8.1.6. SENSIBILIDAD

Existe un factor que puede afectar a la producción y comercialización de artesanías elaboradas con desechos naturales en la ciudad de Otavalo, este pueden ser: el factor climático, por cuanto la recolección de materia prima se ve afectada por las condiciones, especialmente en la época de invierno, en la cual la materia prima no cumple la calidad requerida para la producción.

Otro factor que puede perjudicar a la organización, son las políticas económicas que implanta el gobierno, como medida de protección económica.

5.9. RIESGO DEL PROYECTO

La investigación de campo sustenta unos parámetros de medidas de crecimiento de la demanda, el riesgo inevitable de esta es que la artesanía Otavaleña decaiga de una manera vertiginosa como ocurrió a raíz del cambio de la moneda nacional por el dólar estadounidense, un riesgo que no es fácil evitarlo. Este proyecto de investigación establece unos parámetros de medidas que ayudaran a determinar el crecimiento económico de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, durante el periodo de vida útil del mismo.

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

Cuadro N°: 60 Indicadores de evaluación financiera

Indicador	Valor	Conclusión
Valor actual neto VAN	3886.63	Viable
Tasa interna retorno TIR	0.17	Viable
Costo Beneficio	0.24	Viable
Periodo de recuperación	2.5 años	Viable

5.10. PUNTO DE EQUILIBRIO

Determinación del Punto de equilibrio en ventas

Es decir se realizará los cálculos para determinar en qué punto los ingresos son iguales a los egresos. El punto de equilibrio se calculó para el primer año donde los datos tienen mejor aproximación.

DATOS:

CF	13465
CV	11198
Ventas	\$ 35,636.40

$$PE(ventas) = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VENTAS}}$$

$$PE(ventas) = \frac{13465}{1 - \frac{11198}{35636.40}}$$

$$PE (Ventas) = \$ 19634.7$$

Es necesario produzca como margen de utilidad un monto de \$19634.7

Determinación del punto de equilibrio en unidades

DATOS:

CF	13465
PVq	5.31
CVq	\$ 1.65

Calculos

CVq	\$ 1.65
-----	---------

$$PE(\text{unidades}) = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

$$PE(\text{Unidades}) = \frac{13465}{5.31 - 1.65}$$

$$PE (\text{Unidades}) = 3,682.96$$

Es necesario que se produzcan 3683 al año para que la producción de artesanías elaboradas con desechos naturales no decaiga.

COMPROBACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO:

PE (Ventas)/ PE (Unidades)= PRECIO DE VENTA

$$19634.7/3682.96= \mathbf{5.31}$$

Para que exista un equilibrio entre los gastos e ingresos, es necesario tener un promedio de ventas de **\$ 19634.7** durante la vida útil del proyecto, trabajando 7 artesanos, con una jornada laboral de 8 horas diarias, invirtiendo 2 horas por unidad, a un precio estimado de no menor a \$5.31 según encuesta y posibilidades de compra del cliente.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Con la estructura administrativa se consigue tener metas específicas y aportar una visión unificada para todo el personal y demás miembros que forman parte de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque. Además al aplicar los principios que permitan una buena toma de decisiones para ejercer el control de los bienes, compromisos, obligaciones y alcanzar la misión, visión y objetivos trazados.

Toda organización debe tener una estructura la cual define su forma, detallado en el diseño de su estructura organizativa y administrativa, basado en la especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, amplitud del control, centralización, descentralización y formalización.

6.1. DENOMINACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Se denomina “ARTEVERDE”, ubicada en la parroquia de San Roque, cantón Antonio Ante, tendrá como función principal la producción y comercialización de productos artesanales, elaborados a base de desechos naturales.

6.2. IMPORTANCIA

Establecer un sistema de tareas que han de desarrollar las personas que conforman la microempresa, para trabajar juntos de forma óptima, para así alcanzar las metas y objetivos planteados.

6.3. BENEFICIARIOS

Como beneficiarios directos los habitantes de la comunidad donde se ubica la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, debido a que aloja mano de obra local; también como beneficiarios indirectos son los clientes.

6.4. TIPO DE EMPRESA:

ARTEVERDE, es una microempresa de elaboración y comercialización de artesanías elaboradas con desechos naturales.

6.5. MISIÓN:

Lograr la satisfacción del cliente, nacional y extranjero, siendo de responsabilidad de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, satisfacer necesidades decorativas, superar expectativas y exigencias del consumidor, promoviendo y sustentando calidad artesanal, proporcionando un servicio excelente que permita garantizar al cliente eficacia artesanal.

6.6. VISIÓN:

Al 2016 ser una organización líder y rentable que brinde productos artesanales de calidad, cumpliendo a cabalidad necesidades, expectativas en calidad y servicio otorgado al consumidor, generando una economía auto sostenible con compromiso social.

6.7. OBJETIVOS

- a) Incentivar el desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes del sector;
- b) Buscar la profesionalización y especialización de las personas que laboran en la unidad productiva;
- c) Mantener la vegetación con campañas y actividades de reforestación;
- d) Participar en las capacitaciones que brindan los organismos del estado.

6.8. VALORES Y PRINCIPIOS DE LA MICROEMPRESA ARTEVERDE

Constituye condiciones éticas de respeto y responsabilidad valorativa ante el cliente y comunidad, que permitirá distinguarnos y sobresalir ante los demás.

6.8.1. Valores:

a) Responsabilidad.- constituye la obligación de asumir las consecuencias negativas o positivas de los actos; relacionado a la microempresa constituye la producción de artesanías con fines de responsabilidad social, cumplimiento laboral en satisfacción y calidad en el producto.

b) Confiabilidad.- la producción de artesanías involucra la confianza que se otorga al artesano, en que la seguridad se podrá alcanzar a través de metas y objetivos en cuanto a conquistar el mercado local.

c) Integridad.- forman parte de la microempresa aquellos artesanos que por su cualidad como persona y artesano son realmente aceptables.

d) Reconocer y aceptar errores.- en la organización constituye un fragmento del carácter personal, que durante el transcurso del tiempo se va formando, creando un carácter de respeto y valor personal.

e) Crecimiento personal.- necesario para edificar un carácter personal y productivo dentro de la organización.

f) Respeto.- valor primordial que ayuda a crecer como persona, y ante los demás; cualidad muy importante dentro de la microempresa, que permite un ambiente de respeto y comprensión mutua.

g) Veracidad.- involucra un grado de credibilidad que se le otorga a un artesano.

h) Honradez.- se refiere más a la integridad, cualidad, virtud, valor, y actitud de la persona como artesano-trabajador, dentro de la organización.

i) Hospitalidad.- Se encarga de crear un ambiente familiar entre la organización y el cliente. En la organización, todos sus conformantes deben crear un ambiente de hospitalidad, de manera que el cliente este satisfecho en todos sus ámbitos y requerimientos.

j) Humildad.- característica de aquellas personas que tienen un valor significativo de respeto mutuo y muchos otros valores.

6.8.2. Principios:

a) Calidad en la artesanía; se puede evidenciar en la artesanía, materiales completamente naturales, evitándose al 100% el uso de materiales no degradables, lo que puede perjudicar la credibilidad artesanal que se posee, al mencionarse que se realiza artesanías con desechos naturales.

b) Máximo control de materia prima.- los materiales utilizados en todos los procesos, desde su recolección hasta su presentación final; constituye materia prima completamente degradable, no implica el uso de materiales tóxicos.

c) Ejecutar a cabalidad las funciones delegadas.- permite controlar de manera adecuada la producción, en cuanto al cumplimiento de metas productivas.

d) Compromiso con las metas establecidas.- principio de producción esencial para el cumplimiento de metas productivas, contribuye al logro de expectativas comerciales dentro o fuera del mercado local.

e) Buenas relaciones interpersonales.- permite la superación en procesos de crecimiento personal.

f) Mejora continua.- constituye un principio de crecimiento y superación personal; en cuanto a producción coadyuva a la mejora de procesos de producción y comercialización.

g) Actualización permanente.- principio de superación profesional, orienta al logro de resultados mediante la capacitación constante, en cuanto a producción y comercialización.

h) Fundamentar el éxito en la calidad, servicio y competitividad.- mejorar la calidad que se plasma en la artesanía, el servicio que se le da al cliente, con un producto que se diferencie de la competencia.

i) Compromiso.- principio que compromete de varias maneras al artesano a ser parte de un grupo de artesanos productivos con fines sociales.

j) Innovación.- necesario para diversificar la artesanía en cuanto a producción y uso de materiales.

k) Creatividad.- involucra un ámbito de producción y diversificación de las unidades artesanales, permite ofertar un producto distinto al de la competencia.

6.9. NORMAS GENERALES

Considerando que LA UNION DE ARTESANOS INDIGENAS DE SAN ROQUE, con domicilio en la parroquia de San Roque, Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, ha presentado una solicitud tendiente a obtener la aprobación de sus estatutos, que fueron discutidos por la asamblea general de socios en sesión de 14, 15 y 20 de julio de 1987.

Que los citados estatutos no se oponen a la constitución y leyes vigentes y se ha acompañado todos los documentos exigidos por el decreto

ejecutivo N° 213-B, de 25 de abril de 1980, publicado en el **registro oficial N° 182 de 7 de mayo** del mismo año.

Que es deber del poder público, impulsar la creación y fomento de las entidades que promueven el desarrollo económico del país y uso de las facultades que le confiere la ley.

6.10. NIVELES ADMINISTRATIVOS

6.10.1. DIRECTIVO

a) Presidente

El presidente es el encargado de representar jurídicamente, administrativamente, y organizacionalmente a la Unión de Artesanos indígenas de San Roque.

Desempeña el papel de buscar demandas de artesanías, buscar nuevos mercados, aliados comerciales, principalmente de guiar a sus representados a una correcta producción, venta y distribución de las artesanías elaboradas con desechos naturales.

b) Vicepresidente

Actúa en representación del presidente, en caso de que el mismo no esté en capacidades ocupacionales del cargo sea por enfermedad, administrativamente, entre otros.

Desempeña y tiene las mismas responsabilidades del presidente.

6.10.2. INTERMEDIO

a) Secretario

Desempeña actividades administrativas de la organización, así como también la administración eficaz de las alianzas comerciales, entre proveedor y consumidor.

b) Tesorero

Encargado de la administración correcta de los recursos existentes en la organización de artesanos, debe presentar informes mensuales, o cuando la organización así lo amerite, de modo que la administración de los recursos económicos sea de forma clara, concreta y responsable.

6.10.3. OPERATIVO

a) Miembros socios

Constituido por las personas que iniciaron la actividad económica, aportando bajo voluntad propia un capital inicial.

Cuerpo operacional de la organización, son la base de la producción, desempeñaran actividades de producción de manera eficiente, eficaz y responsable.

Poseen voz y voto durante las elecciones de las respectivas dignidades, así como asumen suyas las responsabilidades de puntualidad, capacidad productiva, sigilo institucional, administración eficiente de los recursos, entre otras obligaciones y derechos que como socio adquiere desde la aprobación del presente reglamento.

b) Miembros

Actúan en calidad de miembros artesanos, representados con voz y voto dentro de la organización, son los artesanos que formaran parte de la organización una vez iniciada las actividades operacionales.

Pueden constituirse miembros de la organización aquellos (as) que desempeñen actividades netamente artesanales, también aquellos que se encuentren cerca a la comunidad donde se aloja la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, para tal no se requerirá requisitos que acrediten la experiencia y conocimiento académico de la labor artesanal, sino mas bien el único requisito que deberá cumplir es el compromiso con la organización, comunidad y consigo mismo.

6.11. PROCESO ADMINISTRATIVO

6.11.1. Disposiciones generales

La entidad por su naturaleza y fines no podrán intervenir en cuestiones de índole política o religiosa. La reforma de los presentes estatutos podrá efectuarse a petición de por lo menos diez de sus miembros, cuyo proyecto se presentara a la asamblea general, previo informe de la junta directiva.

6.11.2. Definición U.N.A.I.S.A.R.

La Unión de Artesanos Indígenas de San Roque es una organización con personería jurídica integrada por artesanos, operarios, ubicadas en la parroquia de San Roque, Cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura. Busca el fortalecimiento artesanal y productivo mediante la organización de sus miembros con el fin de satisfacer la demanda de producción artesanal requerida.

6.11.3. De la denominación, sede y domicilio

La sede permanente de la unión será la parroquia de San Roque, comunidad la Esperanza, a 4km al sur de la ciudad de Atuntaqui.

6.11.4. De los socios

6.11.4.1. De las obligaciones y derechos de los miembros

Asistir a las asambleas ordinarias y extraordinarias de la Unión de Artesanos Indígenas, con voz y voto, elegir y ser elegido para las dignidades, cumplir y hacer cumplir las disposiciones, estar al día en las cuotas fijadas por la asamblea general, aceptar los cargos en las comisiones que fueren nombrados.

6.11.4.2. De las obligaciones y derechos de los miembros honorarios

Asistir a las asambleas ordinarias y extraordinarias, velar por el cumplimiento de los estatutos, reglamentos. En caso de no dar cumplimiento al mismo, se ordenara de forma inmediata la sanción respectiva, ordenada por los miembros socios de la organización.

6.11.5. De las sanciones

La inasistencia no justificada de cualquiera de los miembros a las sesiones será sancionada con multas, la inasistencia no justificada de cualquier miembro de la directiva será sancionada, el miembro que no asistiera tres veces seguida será sancionado.

6.11.6. De los organismos directivos

- a) La junta directiva
- b) Órganos administrativos

6.11.7. De la asamblea general

- a) La asamblea general es el máximo organismo.
- b) Las asambleas generales se efectuaran una vez trimestralmente.
- c) La asamblea general se constituye con la mitad mas uno.

6.11.8. De la junta directiva

6.11.8.1. De las funciones de los miembros de la junta directiva

Las funciones de la junta directiva son las disposiciones que serán reglamentadas al inicio de cada administración elegida, o en base a los estatutos o el reglamento interno existente en la organización.

El incumplimiento del reglamento será sancionada con:

- Primera llamada de atención
- Segunda llamada de atención
- Sanción económica
- Destitución del cargo.

6.11.9. De los bienes de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque

Constituye los fondos recaudados de los socios por concepto de cuotas ordinarias y extraordinarias, multas y otros ingresos, las donaciones de

socios, productos de comercialización y cualquier otro bien adquirido por otro concepto, que permanezca dentro de la organización.

En ningún momento el socio administrativo, directivo, productivo, podrán hacer uso de los bienes de la organización para uso particular, punto a considerarse con la autorización de los socios, debidamente justificado el uso que se le dará al mismo; en caso de encontrarse defectuoso ocasionado por el mal uso, el socio prestamista incurrirá en reparar el daño del equipo.

6.11.10. De las elecciones

Las dignidades de la junta directiva, serán elegidas por mayoría simple de votos de los miembros de la organización, estará conformada con cinco de sus miembros.

Para la elección de dignidades administrativas, podrán participar socios que:

- a) Pertenezcan a la organización por más de un año.
- b) Que desempeñe actividades artesanales.
- c) Que contribuya a los logros y expectativas institucionales.
- d) Que posea credibilidad debidamente acreditada por instituciones en las cuales prestó sus servicios.
- e) Poseer imparcialidad mental.
- f) Expectativas sociales.
- g) Patrones de cumplimiento comercial.
- h) Estar al día en el pago de contribuciones.
- i) Respaldo por una mayoría de socios.

6.11.11. De la disolución de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque

Se realizará y decidirá por mayoría de la asamblea, mediante votación secreta y obligatoria de todos sus socios, una vez realizada la disolución los bienes de la Unión será distribuida entre los miembros, bajo un inventario.

En ningún momento se decidirá que los bienes pasen a nombre de ninguna autoridad que estuvo vigente en el ejercicio de sus funciones hasta el momento de disolución de la organización.

Los bienes podrán donarse a instituciones de la localidad, en caso de decidirse por la mayoría.

6.11.12. Disposiciones transitorias

Se mencionan entre otras que la asamblea se elegirá por mayoría de votos a la directiva provisional. Los estatutos deberán ser aprobados en tres discusiones por la asamblea general.

6.12. DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA BÁSICA

La estructura básica de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, se basa en las siguientes representaciones:

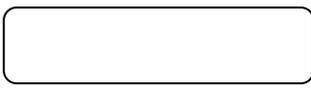
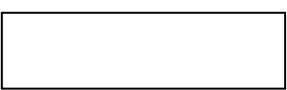
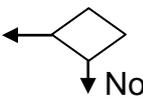
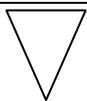
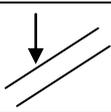
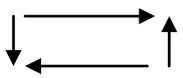
- La junta directiva
- Presidente
- Vicepresidente
- Tesorero
- Secretario
- Miembros socios
- Artesanos asociados

6.13. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

La microempresa contara con poco personal, que realizará múltiples funciones tanto en producción, contabilidad y comercialización, debido a que es una pequeña empresa que cuenta con una producción que irá incrementando cada año.

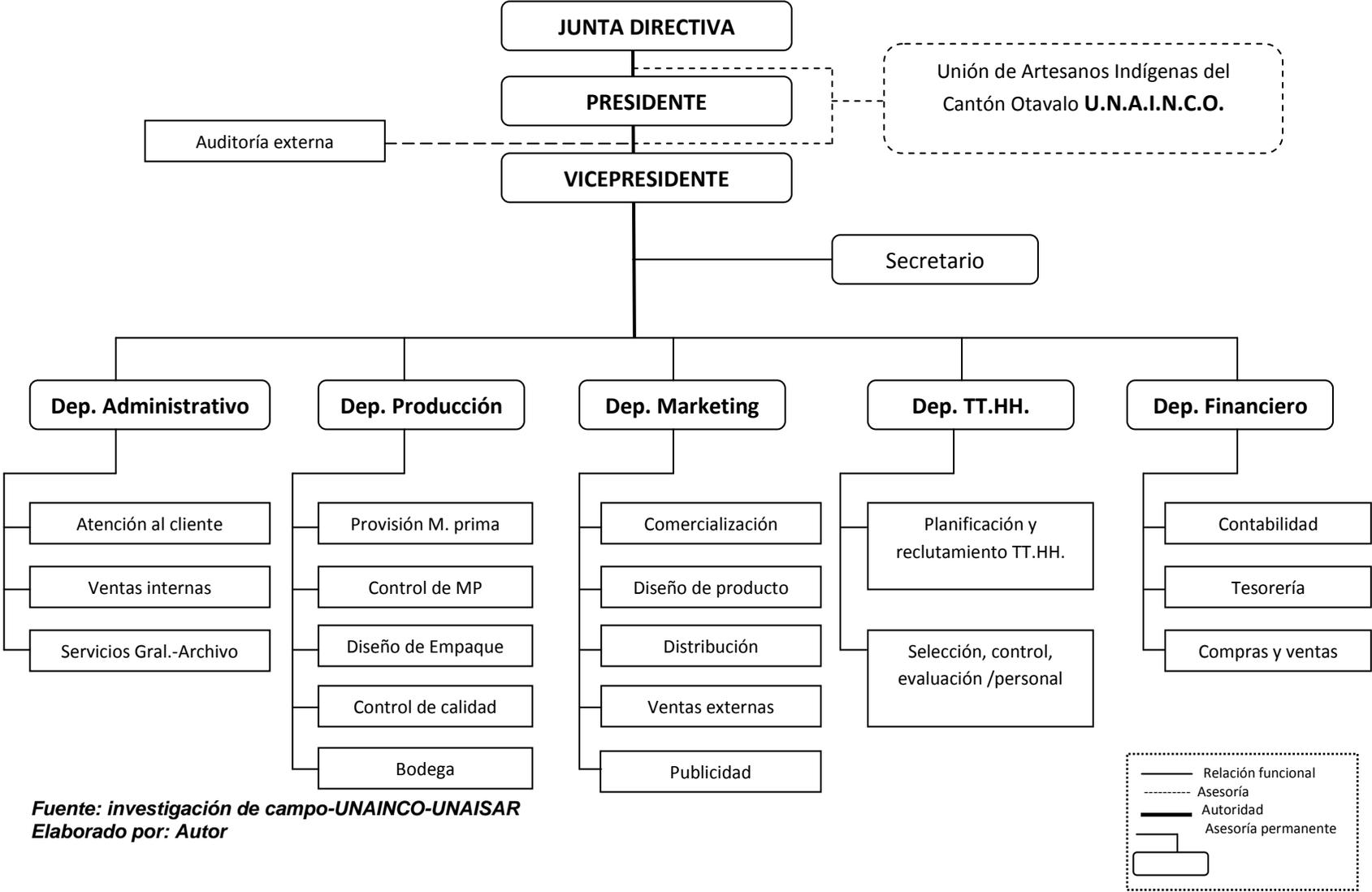
El sistema de estructura orgánica que se ha designado para implementar en este proyecto, es el sistema de organización lineal, ya que los niveles de responsabilidad y de retribución estarán condicionados por la posición en el organigrama el cual debe ser flexible y adaptarse a las necesidades de la organización.

Cuadro N°: 61 Simbología

Representación	Definición
	Titulo del puesto, funcionario responsable, inicio o fin de la actividad.
	Actividad
	Datos adjuntos, respaldo de actividades
	Verificación
si  No	Decisión o decisor
	Archivo o almacenamiento
	Conector a otro proceso
	Secuencia de proceso

Fuente: Ing. Edgar Monteros – FACAE-UTN
Elaborado por: Autor

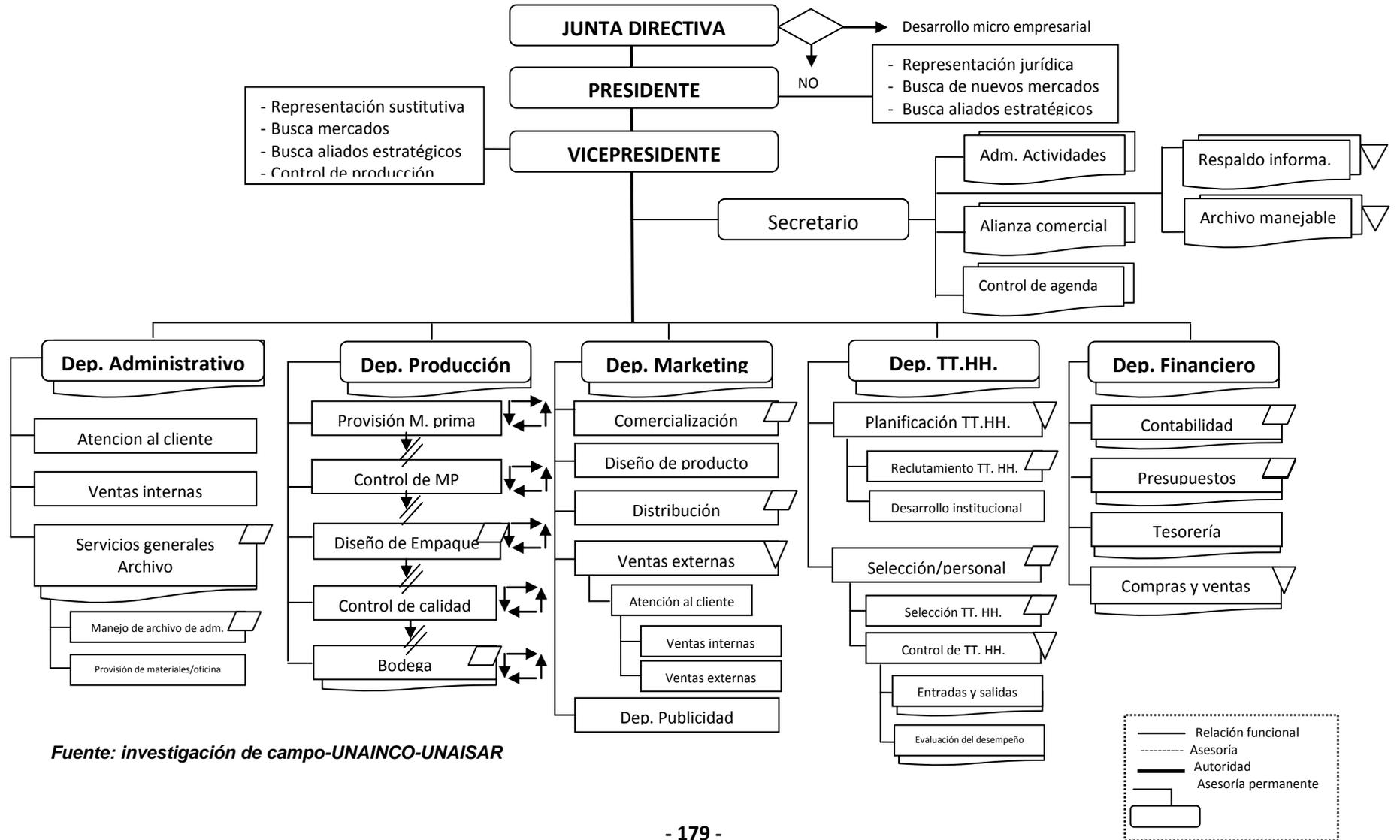
Cuadro N°: 62 Organigrama estructural



Fuente: investigación de campo-UNAINCO-UNAISAR
Elaborado por: Autor

6.14. Organigrama funcional

Cuadro Nº: 64 ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Fuente: investigación de campo-UNAINCO-UNAISAR

Niveles Administrativos:

Nivel directivo

- a) Junta Directiva
- b) Presidente
- c) Vicepresidente
- d) Secretario

Nivel Intermedio

- a) Departamento Administrativo
- b) Departamento Producción
- c) Departamento Marketing
- d) Departamento Talento Humano
- e) Departamento Financiero

Nivel operacional

- a) Personal operacional departamento administrativo.
- b) Personal operacional departamento de producción.
- c) Personal operacional departamento de marketing.
- d) Personal operacional departamento del talento humano.
- e) Personal operacional departamento financiero.

6.15. MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos nivel directivo

6.15.1. Presidente

Descripción del puesto.- Persona representada con voto popular, tendrá como objetivo cumplir y hacer cumplir las disposiciones y reglamentos internos, así como la normatividad externa vigentes y aplicables a la producción artesanal, con el único fin de lograr los objetivos y metas de la organización, esto se ejecutara mediante la toma de decisiones procurando la optimización de los recursos económicos, financieros y humanos.

Sus funciones son:

- a) Representar jurídicamente a la organización;
- b) Tener buenas relaciones interpersonales con todos los miembros de la organización y la comunidad;
- c) Persona que busque el beneficio colectivo y no el común;
- d) Formular y ejecutar planes, proyectos y programas;
- e) Generar y optimizar los recursos;
- f) Buscar nuevos mercados;
- g) Buscar aliados estratégicos;
- h) Establecer políticas motivacionales;
- i) Mejorar los procesos de producción de la artesanía;
- j) Capacitación permanente a los miembros socios de la organización.
- k) Revisar y evaluar constantemente los procesos de administración y producción;
- l) Delegar funciones;

m) Responsabilidad en el manejo de fondos financieros.

Perfil del puesto:

- a) Título de artesano calificado;
- b) Estudios afines, de preferencia superior;
- c) Artesano activo;
- d) Experiencia laboral;
- e) Tener don de mando y autoridad;
- f) Persona con experiencia laboral en los campos de la artesanía;
- g) Poseer el carnet de artesano conferido por la Unión de Artesanos Indígenas del Cantón Otavalo (U.N.A.I.N.C.O.);
- h) Pertenecer a la organización por más de un año, así como desempeñar actividades artesanales por el mismo lapso.
- i) Ser uno de los socios fundadores de la organización;
- j) Disponibilidad de tiempo;
- k) Trabajo bajo presión;
- l) Predisposición para asistir a capacitaciones;
- m) Registro único de contribuyentes, RUC;

Habilidades:

- a) Liderar grupos
- b) Expansión de mercados
- c) Conocimientos técnicos
- d) Interactuar con personas

- e) Formulación de ideas
- f) Entender relaciones abstractas
- g) Resolver problemas de forma creativa
- h) Crear nuevos conceptos
- i) Saber escuchar
- j) Negociación
- k) Fijación de metas

Destrezas:

- a) Comunicacional
- b) Sociabilidad
- c) Ajustar recursos
- d) Ajustar presupuestos
- e) Formulación de equipos eficaces
- f) Manejo de conflictos
- g) Manejar la resistencia al cambio
- h) Partir de experiencias

Competencias:

- a) Criterio lógico
- b) Pensamiento analítico
- c) Iniciativa
- d) Trabajo a presión

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos nivel directivo

6.15.2. Vicepresidente

Descripción del puesto.- Actuara en representación jurídica y legalmente del presidente, cumplirá funciones delegadas, persona representada con voto popular, tendrá como objetivo cumplir y hacer cumplir las disposiciones y reglamentos internos, así como la normatividad externa vigentes y aplicables a la producción artesanal, con el único fin de lograr los objetivos y metas de la organización, esto se ejecutara mediante la toma de decisiones procurando la optimización de los recursos económicos, financieros y humanos.

Sus funciones son:

- a) Representar activamente a la organización en cualesquiera de los ámbitos;
- b) Llevar muy bien las relaciones interpersonales con todos los miembros de la organización y la comunidad;
- c) Desarrollar convenios institucionales con organizaciones que permitan la expansión micro empresarial;
- d) Responsabilidad en el manejo de fondos;
- e) Optimizar recursos;
- f) Mejorar procesos y diseños;
- g) Buscar nuevos mercados;
- h) Responsabilizarse por la expansión comercial;
- i) Capacidad para adoptar decisiones;
- j) Capacidad para adoptar responsabilidades delegadas por el inmediato superior;
- k) Obediencia.

Perfil del puesto:

- a) Persona representada con voto popular;
- b) Artesano calificado
- c) Estudios afines, de preferencia superior;
- d) Don de mando y autoridad;

- e) Persona que busque el beneficio colectivo y no el común, como perfil opcional, que sea miembro de los fundadores de la organización;
- f) Artesano activo y poseer el carnet de artesano conferido por la Unión de Artesanos Indígenas del Cantón Otavalo (U.N.A.I.N.C.O.);
- g) Persona con experiencia laboral en los campos de la artesanía;
- h) Ser socio fundador;
- i) Experiencia laboral;

Habilidades:

- a) Liderazgo
- b) Conocimientos técnicos
- c) Interactuar con personas
- d) Formulación de ideas
- e) Resolver problemas de forma creativa
- f) Crear nuevos conceptos
- g) Saber escuchar
- h) Negociación
- i) Fijación de metas

Destrezas:

- a) Comunicacional
- b) Sociabilidad
- c) Ajustar recursos
- d) Ajustar presupuestos
- e) Formulación de equipos eficaces
- f) Manejo de conflictos
- g) Manejar la resistencia al cambio
- h) Partir de experiencias

Competencias:

- a) Lógica
- b) Análisis
- c) Iniciativa
- d) Trabajo a presión

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos nivel directivo

6.15.3. Secretario

Descripción del puesto.- Su objetivo principal es planificar, ejecutar las labores de secretaria y mantener al día la agenda del personal administrativo en especial de la presidencia. Persona interesada por el bienestar de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, representado por voto popular, miembro de la organización, ser artesano calificado por la misma organización, no poseer antecedentes de irresponsabilidad dentro de la organización.

Sus funciones son.

- a) Planificar y ejecutar mensualmente las acciones a desarrollar tomando en cuenta recomendaciones de presidencia;
- b) Llevar los registros de entrada y salida de todo el personal que laborara en la microempresa;
- c) Llevar respaldos de toda la información en impreso y magnéticos;
- d) Realizar un archivo manejable;
- e) Mantener al día la agenda de gerencia;
- f) Llevar un inventario de los suministros de oficina;
- g) Llevar un inventario de los materiales de producción;
- h) Generar reportes legibles a presidencia,
- i) Brindar un servicio adecuado;
- j) Administrar y canalizar los pedidos de artesanía;
- k) Comunicar eficientemente a los departamentos las decisiones tomadas en presidencia;
- l) Ejecutar las disposiciones de la presidencia.

Perfil del puesto:

- a) Estudios afines, como mínimo en secretaria;
- b) Acreditar como mínimo dos años de experiencia laboral;
- c) Honradez certificada mediante documentos;
- d) Disponibilidad de tiempo;

- e) Tener predisposición para asistir a capacitaciones;
- f) No tener dificultad para relacionarse con los clientes, socios, artesanos;
- g) Dar solución prioritaria a los asuntos de mayor relevancia.

Habilidades:

- a) Administración de actividades micro empresariales
- b) Alianzas estratégicas
- c) Control
- d) Respaldo de información
- e) Sociabilidad
- f) Experiencia
- g) Liderazgo

Destrezas:

- a) Orden
- b) Secuencias documental
- c) Comunicacional
- d) Manejo de conflictos
- e) Ajuste de recursos

Competencias:

- a) Lógica
- b) Voluntad
- c) Análisis
- d) Iniciativa

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento Administrativo

6.15.4. Atención al cliente

Descripción del puesto.- Prestar un atención eficiente, eficaz y oportuna al cliente de la organización, satisfacer las necesidades de decoración que el cliente posee, orientar al diseño, ofrecer alternativas de decoración, mismas que deberán cumplir las expectativas del cliente oportunamente.

Sus funciones son.

- a) Planificar y ejecutar acciones administrativas;
- b) Prestar una atención eficiente;
- c) Brindar atención oportuna;
- d) Satisfacer necesidades decorativa;
- e) Mantener al día la agenda de gerencia;
- f) Registro de visitas;
- g) Sugerir decoraciones al cliente;
- h) Administrar y canalizar los pedidos de artesanía;
- i) Comunicar eficientemente a los departamentos las decisiones tomadas en presidencia;
- j) Ejecutar las disposiciones de la presidencia.

Perfil del puesto:

- a) Estudios afines, como mínimo bachiller en secretariado ejecutivo/a;
- b) Manejo de al menos dos idiomas
- c) Experiencia mínimo de dos años;
- d) Honradez certificada mediante documentos;
- e) Disponibilidad de tiempo completo;
- f) Predisposición para asistir a capacitaciones;
- g) Sociabilidad;
- h) Excelente presencia
- i) Buenas relaciones interpersonales

Habilidades:

- a) Manejo al menos de dos idiomas
- b) Liderazgo
- c) Manejo de paquetes utilitarios
- d) Patrones de cumplimiento
- e) Alianzas estratégicas
- f) Administración de actividades micro empresariales
- g) Respaldo de información
- h) Experiencia

Destrezas:

- a) Manejo de paquetes utilitarios
- b) Satisfacción de necesidades
- c) Secuencias documental
- d) Comunicacional
- e) Manejo de conflictos
- f) Ajuste de recursos

Competencias:

- a) Amabilidad
- b) Respetuoso
- c) Responsable
- d) Lógica
- e) Voluntad

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento Administrativo

6.15.5. Ventas internas

Descripción del puesto.- encargado de las ventas internas, así como la generación de alianzas comerciales dentro de la organización, buscar nuevos nichos de mercado con los cuales generar expectativas de venta de cantidades significativas. Ofertar al cliente artesanías adecuadas a sus expectativas.

Sus funciones son.

- a) Planificar y ejecutar acciones de venta;
- b) Cronograma de visita a aliados comerciales;
- c) Poder de convencimiento;
- d) Ofertar artículos y estar convencidos de su garantizada calidad;
- e) Satisfacción de necesidades decorativas;
- f) Brindar atención oportuna;
- g) Mantener al día la agenda de gerencia, sobre reportes de venta;
- h) Registro de visitas;
- i) Sugerencia de decoraciones alternativas;
- j) Administrar y canalizar los pedidos de artesanía;
- k) Ejecutar las disposiciones de la presidencia;
- l) Elaborar un cronograma de pedidos;

Perfil del puesto:

- a) Estudios afines, como mínimo bachiller en secretariado ejecutivo/a;
- b) Manejo de al menos dos idiomas
- c) Buena presencia
- d) Experiencia mínimo de dos años;
- e) Honradez certificada mediante documentos;
- f) Disponibilidad de tiempo completo;
- g) Predisposición para asistir a capacitaciones;
- h) Sociabilidad;

i) Dar solución prioritaria a los asuntos de mayor relevancia.

Habilidades:

- a) Poder de convencimiento
- b) Liderazgo
- c) Patrones de cumplimiento
- d) Manejo al menos de dos idiomas
- e) Manejo de paquetes utilitarios
- f) Generación de alianzas estratégicas
- g) Administración de actividades micro empresariales
- h) Respaldo de información
- i) Experiencia en el campo de ventas

Destrezas:

- a) Manejo de paquetes utilitarios
- b) Satisfacción de necesidades
- c) Secuencias documental
- d) Comunicacional
- e) Manejo de conflictos
- f) Ajuste de recursos

Competencias:

- a) Amabilidad
- b) Respetuoso
- c) Responsable
- d) Lógica
- e) Voluntad
- f) Iniciativa

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento Administrativo

6.15.6. Servicios generales - Archivo

Descripción del puesto.- encargado de las actividades de administración y producción, satisfacer sus necesidades departamentales, en cuanto a requerimientos de implementos y suministros de oficina, tanto para producción y administración.

Llevar un cronograma lógico en la administración de archivo de producción y administración.

Responsable en la administración de documento importantes para la organización.

Sus funciones son.

- a) Satisfacer necesidades de administración y producción;
- b) Provisionar de implementos de oficina a administración y producción;
- c) Manejo de archivo de administración y producción;
- d) Brindar y controlar un adecuada servicio al cliente;
- e) Cuidar y conservar los activos fijos;
- f) Establecer patrones de cumplimiento laboral en producción;
- g) Proveer de materia prima a producción;
- h) Colaboración en áreas productivas;
- i) Administrar y canalizar los pedidos de artesanía;
- j) Ejecutar las disposiciones de la presidencia;

Perfil del puesto:

- a) Estudios afines, como mínimo bachiller;
- b) Buena presencia
- c) Experiencia en áreas afines;
- d) Honradez certificada mediante documentos;
- e) Disponibilidad de tiempo completo;
- f) Predisposición para asistir a capacitaciones;
- g) Sociabilidad;
- h) Dar solución prioritaria a los asuntos de mayor relevancia.

Habilidades:

- a) Ordenado
- b) Liderazgo
- c) Manejo de paquetes utilitarios
- d) Generación de alianzas estratégicas
- e) Administración de actividades micro empresariales
- f) Respaldo de información
- g) Experiencia en el campo de archivo

Destrezas:

- a) Manejo de paquetes utilitarios, Word, Excel, etc.
- b) Secuencias documental
- c) Comunicacional
- d) Manejo de conflictos
- e) Ajuste de recursos
- f) Orden lógico de las cosas
- g) Simplificación de recursos

Competencias:

- a) Amabilidad
- b) Respetuoso
- c) Responsable
- d) Lógica
- e) Voluntad
- f) Iniciativa
- g) Experiencia avalada

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento de Producción

6.15.7. Provisión de Materia prima

Descripción del puesto.- encargado de la recolección de materia prima para el inicio de la actividad productiva, su actividad laboral se basa en el trabajo en el campo, involucra recolección de materia prima detallada y acorde a los pedidos de los clientes, se deberá visitar sitios o lugares de aglomeración natural, debido a que esta área involucra la recolección de desechos naturales-(hojas).

Sus funciones son.

- a) Recolección de materia prima para producción;
- b) Recoger materiales de desecho natural, detallada acorde a los pedidos del departamento de producción;
- c) Visitar lugares de aglomeración natural;
- d) Satisfacer necesidades de administración y producción;
- e) Siembra y cuidado de plantas específicas para producción;
- f) Establecer patrones de cumplimiento laboral en producción;
- g) Proveer oportunamente de materia prima a producción;
- h) Colaboración en áreas productivas;
- i) Ejecutar las disposiciones de la presidencia;

Perfil del puesto:

- a) Artesano innato;
- b) Pertenecer a la organización
- c) Aportar y colaborar voluntariamente
- d) Sociabilidad
- e) Honradez certificada mediante documentos;

- f) Disponibilidad de tiempo completo;
- g) Predisposición para asistir a capacitaciones;
- h) Dar solución prioritaria a los asuntos de mayor relevancia
- i) Experiencia en el manejo de recursos naturales

Habilidades:

- a) Ordenado
- b) Liderazgo
- c) Generación de alianzas estratégicas
- d) Manejo de recursos naturales
- e) Conocimiento artesanal
- f) Conocimiento basado en experiencia

Destrezas:

- a) Comunicacional
- b) Manejo de conflictos
- c) Ajuste de recursos para producción
- d) Conocimiento del lugar

Competencias:

- a) Voluntad
- b) Iniciativa
- c) Amabilidad
- d) Respetuoso
- e) Responsable

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento de Producción

6.15.8. Control de materia prima

Descripción del puesto.- responsable en el control de la materia prima que ingresa a producción, se deberá cuidar que cada material que ingrese a producción cumpla con los requerimientos que el departamento de producción así lo establezca, la materia prima deberá cumplir patrones de conservación del material.

Sus funciones son.

- a) Controlar la materia prima que ingresa a producción;
- b) Cumplir requerimientos de producción;
- c) Preparación de la materia prima;
- d) Conservar adecuadamente la artesanía;
- e) Impedir la degradación de la materia prima por almacenaje;
- f) Inspeccionar la conservación de la materia prima;
- g) Visitar lugares de aglomeración natural;
- h) Satisfacer necesidades de producción en cuanto a materia prima;
- i) Cuidado de la materia prima;
- j) Proveer oportunamente de materia prima a producción;
- k) Colaboración en áreas productivas;
- l) Ejecutar las disposiciones de la presidencia;

Perfil del puesto:

- a) Artesano innato;
- b) Pertenecer a la organización desde su fundación
- c) Sociabilidad
- d) Honradez certificada mediante documentos;
- e) Experiencia en el manejo de recursos naturales
- f) Disponibilidad de tiempo completo;

- g) Aportar y colaborar voluntariamente
- h) Predisposición para asistir a capacitaciones;
- i) Dar solución prioritaria a los asuntos de mayor relevancia

Habilidades:

- a) Responsable
- b) Ordenado
- c) Liderazgo
- d) Generación de alianzas estratégicas
- e) Manejo de recursos naturales
- f) Almacenaje de productos naturales

Destrezas:

- a) Comunicacional
- b) Manejo de conflictos
- c) Ajuste de recursos para producción

Competencias:

- a) Voluntad
- b) Iniciativa propia
- c) Amabilidad
- d) Respetuoso
- e) Responsable

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento Producción

6.15.9. Diseño de Empaque

Descripción del puesto.- responsable en el manejo y transporte del producto terminado, creara un empaque adecuado a las necesidades de la artesanía, procurando su conservación y fácil transporte. Ordenar prioridades productivas, identificación mediante empaque y transporte a la organización productiva.

Sus funciones son.

- a) Controlar la producción de artesanías;
- b) Crear empaques adecuados en tamaño;
- c) Facilitar el transporte de la artesanía;
- d) Procurar la conservación de la materia prima utilizada;
- e) Plasmar en el empaque los distintivos de la organización;
- f) Conservar adecuadamente la artesanía;
- g) Impedir la degradación de la materia prima por almacenaje;
- h) Colaboración en áreas productivas;
- i) Ejecutar las disposiciones de la presidencia;

Perfil del puesto:

- a) Artesano calificado;
- b) Sociabilidad
- c) Pertenecer a la organización desde su fundación
- d) Honradez certificada mediante documentos;

- e) Experiencia en el manejo de recursos naturales
- f) Disponibilidad de tiempo completo;
- g) Aportar y colaborar voluntariamente
- h) Predisposición para asistir a capacitaciones;
- i) Dar solución prioritaria a los asuntos de mayor relevancia.

Habilidades:

- a) Liderazgo
- b) Responsable
- c) Ordenado
- d) Generación de alianzas comerciales
- e) Almacenaje de productos naturales

Destrezas:

- a) Comunicacional
- b) Manejo de conflictos
- c) Ajuste de recursos para producción

Competencias:

- a) Iniciativa propia
- b) Voluntad laboral
- c) Amabilidad
- d) Respetuoso
- e) Responsable

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento Producción

6.15.10. Control de calidad

Descripción del puesto.- responsable en el control de calidad de la artesanía, encontrar fallos de producción, reportarlos inmediatamente. De esta función dependerá exclusivamente la comercialización, así como la credibilidad comercial que tenga la organización dentro del mercado.

Sus funciones son.

- a) Controlar la producción de artesanías;
- b) Control de los materiales usados;
- c) Inspección de materiales usados;
- d) Reconocimiento de insumos utilizados;
- e) Sugerir materiales que mejoren la calidad de la artesanía;
- f) Corrección de errores de manera inmediata;
- g) Control de fallas en la producción;
- h) Conservar adecuadamente la artesanía;
- i) Impedir la degradación de la materia prima por almacenaje;
- j) Colaboración en áreas productivas;
- k) Ejecutar las disposiciones de la presidencia;

Perfil del puesto:

- a) Artesano calificado;
- b) Experiencia en el campo artesanal;
- c) Sociabilidad
- d) Ser socio de la organización
- e) Honradez certificada

- f) Disponibilidad de tiempo completo;
- g) Predisposición para asistir a capacitaciones;

Habilidades:

- a) Liderazgo
- b) Responsable
- c) Ordenado
- d) Generación de alianzas comerciales
- e) Almacenaje de productos naturales

Destrezas:

- a) Comunicacional
- b) Manejo de conflictos
- c) Ajuste de recursos para producción

Competencias:

- a) Iniciativa propia
- b) Voluntad laboral
- c) Amabilidad
- d) Respetuoso
- e) Responsable

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento Producción

6.15.11. Bodega

Descripción del puesto.- encargado en el manejo de inventarios y existencias, orden lógico de almacenaje.

Cumplir con las existencias demandas existentes, sin considerar como prioritario la cantidad demandada, hará uso exclusivo de la tarjeta kardex, mediante la aplicación de los métodos FIFO-LIFO-PROMEDIO.

Sus funciones son.

- a) Almacenar adecuadamente la artesanía, llevando a cabo un criterio y un orden lógico de organización;
- b) Uso de Kardex;
- c) Cumplir demandas existentes oportunamente;
- d) Conservar en existencias unidades artesanales suficientes, de modo que se pueda cumplir demandas artesanales de manera oportuna.
- e) Control y uso de materiales e implementos de producción;
- f) Responsabilidad en el manejo de materiales;
- g) Proveer a producción materiales e insumos necesarios;
- h) Conservar adecuadamente la artesanía;
- i) Conservar adecuadamente los activos fijos de la organización;
- j) Colaboración en áreas productivas;
- k) Ejecutar las disposiciones de la presidencia;

Perfil del puesto:

- a) Mínimo bachiller en las áreas afines;

- b) Artesano;
- c) Experiencia en el campo artesanal;
- d) Sociabilidad
- e) Pertener y ser socio de la organización;
- f) Honradez certificada
- g) Disponibilidad de tiempo completo;
- h) Predisposición para asistir a capacitaciones;

Habilidades:

- a) Ordenado
- b) Responsable
- c) Liderazgo
- d) Almacenaje lógico
- e) Criterios de conservación

Destrezas:

- a) Comunicacional
- b) Manejo de conflictos

Competencias:

- a) Manejo de inventarios
- b) Iniciativa propia
- c) Voluntad laboral
- d) Respetuoso
- e) Responsable

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento Marketing

6.15.12. Comercialización

Descripción del puesto.- persona responsable de la comercialización de la artesanía al punto de venta, también a intermediarios, distribuirá la artesanía y hará la entrega en el domicilio del cliente.

Controlara las fluctuaciones de la oferta y la demanda del mercado, buscara nuevos mercados potenciales.

Sus funciones son.

- a) Control de la oferta;
- b) Control de la demanda;
- c) Cumplir con la demanda insatisfecha;
- d) Reglamentar patrones de cumplimiento en cuanto a ventas;
- e) Control de inventarios disponibles para la venta;
- f) Buscar nuevos intermediarios;
- g) Búsqueda de nuevos mercados potenciales;
- h) Registro de entradas y salidas;
- i) Transportar adecuadamente la artesanía
- j) Colaboración en áreas productivas;
- k) Ejecutar las disposiciones de la presidencia;

Perfil del puesto:

- a) Mínimo bachiller en las áreas afines;
- b) Artesano;
- c) Experiencia en ventas y en el campo artesanal;
- d) Sociabilidad

- e) De preferencia tener movilización propia
- f) Pertener y ser socio de la organización;
- g) Honradez certificada
- h) Disponibilidad de tiempo completo;
- i) Predisposición para asistir a capacitaciones;

Habilidades:

- a) Responsable
- b) Almacenaje lógico
- c) Ordenado
- d) Liderazgo
- e) Criterios de conservación

Destrezas:

- a) Manejo de vehículos
- b) Comunicacional
- c) Manejo de conflictos
- d) Ajuste de recursos para producción

Competencias:

- a) Amabilidad
- b) Trabajo bajo presión
- c) Respetuoso
- d) Manejo de inventarios
- e) Voluntad laboral
- f) Responsable

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento Marketing

6.15.13. Diseño de producto

Descripción del puesto.- persona encargada de recepcionar los diseños que el cliente solicita, así como el departamento de ventas, y de producción. Será el encargado de diseñar el tamaño, materiales usados, color, entre otros materiales que involucran su campo de acción.

Mantendrá comunicación directa con el cliente, con el fin de satisfacer sus necesidades de diseño.

Sus funciones son.

- a) Solicitar a producción los diseños solicitados;
- b) Solicitar a ventas el diseño solicitado o sugeridos;
- c) Diseñar en base a materiales de desecho natural;
- d) Recepcionar la sugerencia de colores, dada por el cliente;
- e) Proporcionar a producción una base de la artesanía que se pretende elaborar;
- f) Buscar diseños innovadores, relacionados a la base productiva de la organización;
- g) Usar en sus diseños materiales estrictamente naturales;
- h) Diseñar mediante paquetes utilitarios de diseño grafico;
- i) Presentar a presidencia las sugerencias de nuevos diseños y mejoras;
- j) Proporcionar a producción la información suficiente en cuanto a diseño y los materiales a usarse;
- k) Mantener comunicación directa con el personal de ventas y producción;
- l) Recepcionar sugerencias del cliente;
- m) Mejorar la producción;

Perfil del puesto:

- a) Mínimo bachiller en las áreas afines; de preferencia en Diseño Grafico
- b) Experiencia en diseño grafico,
- c) Sociabilidad
- d) Manejo de software de diseño grafico

- e) De preferencia pertenecer y ser socio de la organización;
- f) Honradez certificada
- g) Persona innovadora;
- h) Disponibilidad de tiempo completo;
- i) Predisposición para asistir a capacitaciones;

Habilidades:

- a) Responsable
- b) Formulación de ideas
- c) Interactivo
- d) Saber escuchar
- e) Ordenado
- f) Liderazgo
- g) Criterios de conservación

Destrezas:

- a) Ajuste de presupuestos
- b) Formulación de equipos eficaces
- c) Partir de experiencias
- d) Comunicacional
- e) Manejo de conflictos

Competencias:

- a) Innovador
- b) Amabilidad
- c) Respetuoso
- d) Pensamiento analítico
- e) Iniciativa
- f) Voluntad
- g) Trabajo bajo presión
- h) Responsable

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento Marketing

6.15.14. Distribución

Descripción del puesto.- persona responsable de la distribución de la artesanía al punto de venta, también a intermediarios, distribuirá la artesanía y hará la entrega en el domicilio del cliente. Actuará de la mano del responsable de la comercialización, mantener abastecido al punto de venta e intermediarios de la suficiente cantidad artesanal así como su variedad en diseño y colores.

Sus funciones son.

- a) Distribución de la artesanía en condiciones adecuadas;
- b) Control de inventarios disponibles para la venta;
- c) Distribuir el producto oportunamente;
- d) Buscar nuevos intermediarios;
- e) Búsqueda de nuevos mercados potenciales;
- f) Control de la oferta;
- g) Control de la demanda;
- h) Cumplir con la demanda insatisfecha;
- i) Registro de entradas y salidas;
- j) Transportar adecuadamente la artesanía
- k) Colaboración en áreas productivas;
- l) Ejecutar las disposiciones de la presidencia;

Perfil del puesto:

- a) Mínimo bachiller en las áreas afines;
- b) Artesano;
- c) Experiencia en ventas y en el campo artesanal;
- d) Sociabilidad
- e) De preferencia tener movilización propia

- f) Pertener y ser socio de la organización;
- g) Honradez certificada
- h) Disponibilidad de tiempo completo;
- i) Predisposición para asistir a capacitaciones;
- j) Manejo de vehículos

Habilidades:

- a) Administración de actividades micro empresariales
- b) Alianzas estratégicas
- c) Llevar un respaldo de información
- d) Responsable
- e) Almacenaje lógico
- f) Ordenado
- g) Liderazgo
- h) Criterios de conservación

Destrezas:

- a) Manejo de vehículos
- b) Comunicacional
- c) Secuencia documental sustentatoria
- d) Manejo de conflictos
- e) Ajuste de recursos para producción

Competencias:

- a) Amabilidad
- b) Trabajo bajo presión
- c) Respetuoso
- d) Manejo de inventarios
- e) Iniciativa propia
- f) Voluntad laboral
- g) Responsable

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento Marketing

6.15.15. Ventas externas

Descripción del puesto.- encargado de las ventas externas, así como la generación de alianzas comerciales dentro y fuera de la organización, buscar nuevos nichos de mercado con los cuales generar expectativas de venta de cantidades significativas. Ofertar al cliente artesanías adecuadas a sus expectativas,

Sus funciones son.

- a) Conocedor del mercado local;
- b) Ofertar la artesanía aplicando un marketing comercial;
- c) Planificar y ejecutar acciones de venta;
- d) Poder de convencimiento;
- e) Cronograma de visita a aliados comerciales;
- f) Ofertar artículos y estar convencidos de su garantizada calidad;
- g) Brindar atención oportuna;
- h) Satisfacción de necesidades decorativas;
- i) Mantener al día la agenda de gerencia, sobre reportes de venta;
- j) Registro de visitas;
- k) Sugerencia de decoraciones alternativas;
- l) Administrar y canalizar los pedidos de artesanía;
- m) Ejecutar las disposiciones de la presidencia;
- n) Elaborar un cronograma de pedidos;

Perfil del puesto:

- a) Estudios afines, como mínimo bachiller en secretariado ejecutivo/a;
- b) Manejo de al menos dos idiomas

<ul style="list-style-type: none">c) Buena presenciad) Experiencia mínimo de dos años;e) Honradez certificada mediante documentos;f) Disponibilidad de tiempo completo;g) Predisposición para asistir a capacitaciones;h) Sociabilidad;i) Dar solución prioritaria a los asuntos de mayor relevancia.
<p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Poder de convencimientob) Liderazgoc) Patrones de cumplimientod) Manejo al menos de dos idiomase) Manejo de paquetes utilitariosf) Generación de alianzas estratégicasg) Administración de actividades micro empresarialesh) Respaldo de informacióni) Experiencia en el campo de ventas
<p>Destrezas:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Manejo de paquetes utilitariosb) Satisfacción de necesidadesc) Secuencias documentald) Comunicacionale) Manejo de conflictosf) Ajuste de recursos
<p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none">g) Amabilidadh) Respetuosoi) Responsablej) Lógicak) Voluntadl) Iniciativa

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento Marketing

6.15.16. Publicidad

Descripción del puesto.- Desarrolla la voluntad de compra en el cliente, mediante una publicidad creativa, innovadora, persuasiva, que permitirá imponer la diferencia de la competencia, mediante la calidad plasmada en el uso de materia prima completamente natural.

Sus funciones son:

- a) Fundamentar la utilización de materiales completamente naturales
- b) Promocionar aspectos notables del producto artesanal
- c) Enfatizar mediante publicidad el no uso de materiales tóxicos
- d) Adecuar un precio adecuado a la competencia
- e) Habituar en el cliente la capacidad de compra
- f) Adecuar un precio diferencial al de la competencia
- g) Conquistar el mercado local
- h) Alianzas comerciales y estratégicas
- i) Imponer la diferencia en calidad, productos, diseños y precios, al de la competencia.
- j) Crear un mercado a la microempresa
- k) Desarrollar publicidad creativa, innovadora, detallista
- l) Desarrollar capacidades de compra en el cliente
- m) Promocionar el producto en el mercado local e internacional

Perfil del puesto:

- a) Título de tercer nivel afines al perfil solicitado

- b) De preferencia Ingeniero en marketing comercial;
- c) Práctica con trabajos de microempresas
- d) Experiencia mínima de dos años en el puesto
- e) Poseer credibilidades notariales en el ámbito comercial
- f) Poseer material de trabajo propio

Habilidades:

- a) Manejo de grupos
- b) Conocimientos artesanales
- c) Experiencia comercial
- d) Manejo de paquetes informáticos
- e) Uso notable de programas de diseño grafico
- f) Saber escuchar

Destrezas:

- a) Innovación
- b) Creatividad
- c) Diseño en arte
- d) Voluntad de trabajo bajo presión.

Competencias:

- a) Fijación de metas comerciales
- b) Responsabilidad en manejo de grupos
- c) Criterio lógico de publicidad
- d) Superarse más que la competencia

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento del Talento Humano

6.15.17. Planificación y reclutamiento del Talento Humano

Descripción del puesto.- Contribuye al mejoramiento del desempeño y de las aportaciones del personal a la organización, en el marco de una actividad ética y socialmente responsable. Se describe las acciones que pueden y deben llevar a cabo los administradores de esta área, en cuanto a las funciones que deberán llevar a cabo el personal laboral, y administrativo de la organización.

Sus funciones son:

- a) Planificar periódicamente el desarrollo del talento humano de la organización.
- b) Desarrollo institucional mediante la aportación del TT.HH.
- c) Reclutar personal apropiado y capacitado
- d) Crear un ambiente de seguridad laboral
- e) Planificar capacitaciones para cada área de trabajo
- f) Velar por la seguridad laboral y organizacional
- g) Lograr que la organización cumpla sus metas mediante la contribución del personal.
- h) Mantener ajustado al departamento de TT.HH. a un nivel adecuado al de los objetivos institucionales.

Perfil del puesto:

- a) Estudios superiores afines al puesto

- b) Titulado en campo requerido
- c) Experiencia mínima de dos años en el manejo de personal
- d) Sociabilidad en la expansión de objetivos institucionales

Habilidades:

- a) Desarrollo de capacidades
- b) Conocimientos profesionales
- c) Discernimientos éticos
- d) Negociación
- e) Cumplimiento de metas
- f) Responsabilidad
- g) Habilidad innata en observar la destreza del personal

Destrezas:

- a) Capacitación constante
- a) Manejo de conflictos
- b) Sociabilidad
- c) Corresponsabilidad

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento del Talento Humano

6.15.18. Selección, control, evaluación del personal

Descripción del puesto.- mejorara la calidad de la mano de obra, especialmente del área productiva, se encargara de la selección de personal en base al perfil del puesto disponible, controlara las actividades productivas a fin de satisfacer las necesidades de producción.

Sus funciones son:

- a) Desarrollo institucional mediante la aportación del TT.HH.
- b) Reclutar personal apropiado y capacitado
- c) Selección del talento humano necesario para la organización
- d) Control de personal
- e) Evaluación del desempeño
- f) Crear un ambiente de seguridad laboral
- g) Planificar capacitaciones para cada área de trabajo
- h) Velar por la seguridad laboral y organizacional

Perfil del puesto:

- e) Estudios superiores afines al puesto
- f) Titulado en campo requerido
- g) Experiencia mínima de dos años en el manejo de personal
- h) Sociabilidad en la expansión de objetivos institucionales
- i) Experiencia de preferencia en el mercado artesanal

Habilidades:

- h) Liderazgo
- i) Don de mando
- j) Capacidad de organización
- k) Conocimientos profesionales
- l) Discernimientos éticos
- m) Negociación
- n) Cumplimiento de metas
- o) Responsabilidad
- p) Habilidad innata en observar la destreza del personal

Destrezas:

- b) Capacitación constante
- d) Manejo de conflictos
- e) Sociabilidad
- f) Corresponsabilidad

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento Financiero

6.15.19. Contador CPA

Descripción del puesto.- Persona encargada en el manejo contable de la empresa, responsable en la rendición de cuentas ante organismos públicos y privados. Ético en la generación de informes financieros que revelen suficiente información adecuada y apropiada y de fácil comprensión.

Sus funciones son:

- a) Manejo de paquetes contables
- b) Rendición de cuentas a organismos públicos y privados
- c) Administración de recursos;
- d) Cotejar la transparencia con la que se administra los recursos;
- e) Verificación de la información contable y económica
- f) Administración legal de nomina
- g) Generar recursos económicos a través del control de asignaciones económicas a dichas actividades.
- h) Revisión de activos fijos
- i) Control de materia prima e insumos utilizados
- j) Registro diario de movimientos económicos
- k) Actualización permanente de recursos económicos.

Perfil del puesto:

- a) Estudios superiores, de preferencia de cuarto nivel
- b) Experiencia en el campo contable, mínimo dos años
- c) Manejo tributario

- d) Firma autorizada
- e) Manejo de formularios
- f) Retención de impuestos
- g) Prestigio laboral

Habilidades:

- a) Rendición de cuentas oportunamente
- b) Manejo fluido de paquetes contables
- c) Conocimientos contables debidamente reconocidos
- d) Conocimientos profesionales basados en la experiencia
- e) Fijación de metas
- f) Modificación de presupuestos anuales
- g) Generación de presupuestos
- h) Captaciones financieras
- i) Expansión de presupuestos
- j) Fluidez en la labor contable

Destrezas:

- a) Trabajo a presión
- b) Compromiso a destiempo
- c) Responsabilidad comprobada
- d) Manejo de conflictos
- e) Responsabilidad
- f) Sociabilidad
- g) Responsabilidad
- h) Corresponsabilidad

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento Financiero

6.15.20. Tesorería

Descripción del puesto.- Tiene como objetivo velar por la correcta administración de los recursos existentes en la organización, se encargara de rendir información suficiente, adecuadamente y oportunamente a cualquier miembro de la organización, y en forma semanal a los representantes legales, y en forma mensual al cuerpo productivo.

Sus funciones son:

- a) Administración de recursos;
- b) Verificar la transparencia con la que se administra los recursos;
- c) Control diario de información económica;
- d) Responsabilidad por los recursos que maneja;
- e) Administración de documentos de manejo contables;
- f) Rendir información oportuna y constante;
- g) Reportar a presidencia y vicepresidencia de manera diaria los reportes económicos, así como el movimiento del mismo;
- h) No ocultar información financiera;
- i) Proporcionar recursos económicos constantemente;
- j) Captación de recursos y aportes económicos;
- k) Comunicar a presidencia cualquier imprevisto;
- l) Administración económica segura y mediante instituciones bancarias;
- m) Firmar documentos legales garantizables.

Perfil del puesto:

- a) Estudios afines, de preferencia superior;
- b) Persona que durante su permanencia en la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, haya mostrado absoluta honradez, responsabilidad y capacidad de administración de recursos económicos que no corresponden a sí mismo;

- c) Debe ser miembro de la organización desde sus inicios.
- d) Persona de credibilidad y respeto por fondos ajenos, persona que argumente por escrito su honradez;
- e) No poseer antecedentes de irresponsabilidad dentro y fuera de la organización;
- f) No ser sujeto de sanciones;
- g) Responsabilidad garantizada.

Habilidades:

- a) Conocimientos profesionales
- b) Conocimientos contables
- c) Rendición de cuentas
- d) Negociación
- e) Fijación de metas
- f) Captaciones financieras
- g) Expansión de presupuestos

Destrezas:

- a) Experiencia
- b) Manejo de conflictos
- c) Responsabilidad
- d) Manejo de recursos económicos
- e) Sociabilidad
- f) Responsabilidad
- g) Corresponsabilidad

MANUAL ADMINISTRATIVO

Perfil de puestos Departamento Financiero

6.15.21. Compras y ventas

Descripción del puesto.- encargado del área primordial de la organización, coordinar las ventas internas y externas de la organización, mantener la disponibilidad exacta de insumos a utilizarse en la actividad productiva.

Sus funciones son:

- a) Coordinar las ventas internar;
- b) Regular las ventas externas;
- c) Mantenerse abastecido de los insumos necesarios para producción;
- d) Coordinar la venta y distribución a sitios estratégicos del mercado;
- e) Administración de recursos;
- f) Verificar la transparencia con la que se administra los recursos;
- g) Control diario de información económica;
- h) Responsabilidad por los recursos que maneja;
- i) Rendir información oportuna y constante;
- j) Comunicar a presidencia cualquier imprevisto;
- k) Firmar documentos legales garantizables.

Perfil del puesto:

- a) Estudios afines, superiores en finanzas o comercio exterior
- b) De preferencia experiencia de dos años en funciones artesanales
- c) Responsabilidad garantizada
- d) Criterio lógico de compra y venta

Habilidades:

- a) Conocimientos profesionales
- b) Poder de convencimiento
- c) Rendición de cuentas
- d) Negociación
- e) Fijación de metas
- f) Captaciones financieras
- g) Expansión de presupuestos

Destrezas:

- h) Experiencia
- i) Manejo de conflictos
- j) Responsabilidad
- k) Manejo de recursos económicos
- l) Sociabilidad
- m) Responsabilidad
- n) Corresponsabilidad

Todos los trabajadores deberán considerarse como artesanos (excepto cargos específicos), por lo que deberán estar basados en:

MANUAL ADMINISTRATIVO Perfil de puestos 6.15.22. Miembros socios
Descripción del puesto.- Su objetivo principal será el de proporcionar la parte productiva de la organización, velar por el cumplimiento de metas institucionales. Ser parte de la institución mediante representación legal de voz y voto, dentro de la organización.
Sus funciones son: a) Contribuir al logro productivo de la organización; b) Representar con voz y voto las opiniones y consideraciones propias; c) Cumplir las disposiciones dadas por las autoridades; d) Considerar a la labor productiva; e) Contribuir al logro de metas y expectativas institucionales;
Perfil del puesto: a) Artesano; b) Llevar a cabo labores artesanales por más de dos años; c) Deseos propios de superación; d) Deseos de trabajar. e) Personas que deseen formar voluntariamente parte de una actividad productiva; f) Ser parte de la comunidad, desempeñar actividades artesanales.

Habilidades:

- a) Conocimientos artesanales
- b) Experiencia
- c) Productiva
- d) Conocimientos técnicos
- e) Saber escuchar
- f) Nuevas formas de producción

Destrezas:

- a) Innovación
- b) Creatividad
- c) Diseño

Competencias:

- a) Fijación de metas
- b) Responsabilidad
- c) Criterio lógico
- d) Trabajo a presión

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. ANTECEDENTES

Esta investigación se sustenta con un análisis técnico de los impactos. Para el presente análisis, se ha utilizado una metodología sencilla y eficaz, resultando conveniente aplicarla, tiene la siguiente estructura.

Se determina varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente.

Se selecciono un rango o parámetro de niveles de impactos positivos y negativos, de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro Nº: 64 Medición de impactos

Calificación	Niveles de impacto
+3	Impacto alto positivo
+2	Impacto medio positivo
+1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto
-1	Impacto bajo negativo
-2	Impacto medio negativo
-3	Impacto alto negativo

Observación directa – investigación de campo
Elaborado por: Autor

7.2. ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.2.1. Económicos

Cuadro N°: 65 Medición de impactos económicos

N°	Detalle	Valoración							TOTAL
		- 3	- 2	- 1	0	1	2	3	
1	Estabilidad laboral							x	3
2	Generación de empleo							x	3
3	Oportunidades laborales							x	3
4	Satisfacción de necesidades							x	3
5	Participación PIB						x		2
6	Desarrollo del sector							x	3
7	Nivel de ingresos							x	3
	TOTAL						2	18	20

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

❖ **Estabilidad laboral**

El indicador estabilidad laboral se puede evaluar con un alto grado de aceptación porque el presente proyecto garantiza la estabilidad laboral, durante la vida útil del proyecto.

❖ **Generación de empleo**

Una vez iniciada las actividades productivas se requerirán mano de obra calificada, para poder así cubrir la demanda existente en el mercado local.

❖ **Oportunidades laborales**

Se genera oportunidades laborales que ayudaran directa o indirectamente a la economía familiar, eliminando así las estadísticas sociales de desempleo.

❖ **Satisfacción de necesidades**

Permite la satisfacción de necesidades tanto propias como familiares con la generación de plazas laborales, lo que beneficiara a la estabilidad laboral del artesano.

❖ **Satisfacción de necesidades**

La artesanía, es una actividad productiva tradicional, promueve la economía local, y regional por lo que forma parte de un PIB sustentable en el transcurso de la vida útil del proyecto.

❖ **Participación PIB**

Con la puesta en marcha de la unidad productiva, se pretende generar una nueva rama de producción artesanal, con lo que se promoverá el desarrollo local, tanto en plazas y estabilidad laboral para las familias del sector.

❖ **Nivel de ingresos**

La microempresa mejorara los niveles de ingresos de los artesanos que forman parte de los núcleos familiares, beneficiándolos en alguna manera.

Cálculo:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Total de impactos}}{\text{N}^{\circ} \text{ de indicadores}}$$

$$= 20/7 = 2.85714 = \mathbf{2.9}$$

IMPACTO ALTO POSITIVO

El impacto se encuentra en la generación de fuentes productivas, por lo tanto será muy satisfactorio y beneficioso debido a que la creación de iniciativas laborales en el campo productivo y en el sector comercial influirá positivamente en la generación de ingresos económicos para los

miembros socios de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque y comunidad en general.

La matriz de valoración de impactos indica que el impacto es alto positivo, debido a que la producción artesanal en el cantón Otavalo, es una nueva alternativa de producción viable, generara fuentes de trabajo, apropiados ingresos, estabilidad laboral, integración comunitaria y laboral, entre muchos aspecto benéficos.

7.2.2. Empresarial - Comercial

Cuadro N°: 66 Medición de impactos empresarial, comerciales

N°	Detalle	Valoración							TOTAL
		- 3	- 2	- 1	0	1	2	3	
1	Genera movimiento económico							x	3
2	Posicionamiento en el mercado							x	3
3	Innovación productiva							x	3
4	Cobertura comercial							x	3
5	Precio adecuado a la competencia						x		2
6	Satisfacción en el cliente							x	3
7	Manejo de los recursos naturales							x	3
8	Creatividad comercial							x	3
9	Clima organizacional					x			1
	TOTAL					1	2	21	24

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

❖ **Genera movimiento económico**

La producción de artesanías da comienzo a un movimiento y desarrollo económico tanto del sector comercial local, así como de diversos tipos de artesanos que forman parte de la red productiva local.

❖ **Posicionamiento en el mercado**

El posicionamiento en el mercado se realizará en base a los expertos en marketing, en el CAPÍTULO anterior se ha realizado un análisis de puestos a fin de determinar el personal apropiado para esta área.

❖ **Innovación productiva**

La innovación se ve aplicada en la artesanía, cuando el artesano desea implantar nuevos diseños artesanales que incluirá el uso de materia prima completamente novedosa, y de muy poco uso común.

❖ **Cobertura comercial**

La organización cuenta con una amplia cobertura comercial, identificado por la Unión de Artesanos Indígenas del Cantón Otavalo.

❖ **Precio adecuado a la competencia**

El departamento de marketing debidamente representado, es el que se tomara la atribución de generar un precio adecuado a la competencia, de manera que permita un equilibrio de precios en el mercado.

❖ **Satisfacción en el cliente**

La artesanía brinda todas las cualidades artísticas que permitirá satisfacer todas las expectativas del cliente, generando en si un sentido de satisfacción al comprar el producto artesanal.

❖ **Manejo de los recursos naturales**

La producción de arte natural involucra también el manejo de recursos naturales, es decir, se mantiene una armonía entre productor y la naturaleza. De no llevarse a cabo un vínculo no se garantizara la conservación del medio ambiente, por ende la escasas de materia prima.

❖ **Creatividad comercial**

En si la producción de arte natural, se trata de un conjunto de creatividad de diversos tipos, que al manifestarse de puede plasmar en el diseño de figuras decorativas autóctonas, a lo que puede llamarse creatividad. Contribuye a la creatividad el uso de materiales que antes eran desechados.

❖ **Clima organizacional**

El involucrar personas de la misma comunidad crea en la organización un clima organizacional aceptable, ya que trabaja con personas que se conoce.

Cálculo:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Total de impactos}}{\text{Nº de indicadores}}$$

$$= 24/9 = 2.67$$

IMPACTO MEDIO POSITIVO

La puesta en marcha de la presente investigación lograra como objetivo principal integrar a los miembros socios de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, y en si a la comunidad donde se encuentra localizado el proyecto.

Esto permitirá compartir conocimientos, y establecer un manejo adecuado de los recursos organizacionales, entre los que se puede encontrar: registros contables, rentabilidad del negocio, costos de producción, administración de microempresas para sus negocios, lo que admitirá la creación de nuevas iniciativas laborales o micro empresariales, pudiendo administrar de la mejor manera los recursos existentes para el desarrollo de la misma.

Se puede apreciar en la matriz general de impactos comerciales, los indicadores que influyen en el proyecto y el resultado correspondiente que es de 2.67, considerándose como un nivel alto, lo que significa que con la ejecución del proyecto no afecta en ninguna manera los impactos, al contrario ayuda a la población, principalmente en la producción de artesanías.

7.2.3. Ambiental

Cuadro N°: 67 Medición de impactos ambientales

N°	Detalle	Valoración						TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	
1	Contaminación ecológica	x						-3
2	Erosión de la tierra	x						-3
3	Prejuicio a la naturaleza		x					-2
4	Erradicación de especies nativas		x					-2
5	Salud humana		x					-2
6	Contaminación del agua	x						-3
7	Uso de tóxicos				x			0
	TOTAL	-9	-6					-15

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

❖ **Contaminación ecológica**

La producción de arte natural no involucra una contaminación ecológica, debido a que esta iniciativa en su elaboración no usa materiales que pueden afectar a la naturaleza.

❖ **Erosión de la tierra**

La erosión de la tierra se ve disminuida, debido a que al utilizar y recolectar material de desecho natural, permite el florecimiento de nuevas especies de árboles, contribuyendo así a la forestación de la naturaleza.

❖ **Prejuicio a la naturaleza**

No existe ningún perjuicio a la naturaleza, al recolectar material de desecho natural ayuda a la naturaleza a que su proceso de crecimiento sea más rápido, beneficiando en si a la misma.

❖ **Erradicación de especies nativas**

Se crea nuevas formas de brote de especies naturales, por lo que el uso de materia prima natural no permite la erradicación de especies nativas.

❖ **Salud humana**

La producción de arte natural incluye el uso de un implemento que a largo plazo puede afectar a la salud humana, este se usa para adherir la base sobre la cual ira el diseño.

❖ **Contaminación del agua**

La microempresa no plantea el uso del agua para su producción, a menos que para uso personal, por lo que no afectara o contaminara el recurso vital.

❖ **Uso de tóxicos**

El uso de tóxicos, en la producción de la artesanía no afecta al medio ambiente, de ninguna manera, debido a que se elimina los desechos de manera adecuada.

Cálculo:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Total de impactos}}{\text{N}^{\circ} \text{ de indicadores}}$$

$$= -15/7 = -2.142857 = -2.14$$

IMPACTO MEDIO NEGATIVO

De existir algún impacto ambiental la organización está dispuesta a remediarla, ya que al plasmar en la artesanía el modo de convivencia e identidad cultural de los pueblos indígenas, amerita una convivencia con el entorno natural, procurando su preservación y cuidado de especies nativas.

La puesta en marcha de la nueva iniciativa productiva no involucra el daño a la naturaleza, más bien tiene a mejorarla y a conservarla.

7.2.4. Social

Cuadro N°: 68 Medición de impactos sociales

N°	Detalle	Valoración							TOTAL
		- 3	- 2	- 1	0	1	2	3	
1	Estabilidad familiar							x	3
2	Calidad de vida							x	3
3	Liderazgo social							x	3
4	Seguridad familiar							x	3
5	Relaciones interpersonales							x	3
6	Colaboración comunitaria						x		2
7	Bienestar comunitario							x	3
8	Apoyo mutuo entre socios							x	3
	TOTAL						2	21	23

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

❖ **Estabilidad familiar**

La puesta en marcha de la microempresa, permite la generación de empleo mejorando la estabilidad familiar mediante la generación de ingresos que ayudaran a mejorar la calidad de vida de los artesanos.

❖ **Calidad de vida**

El conservar una fuente de empleo segura, adecuada y rentable permite mejorar la calidad de vida, tanto propia así como la de su familia.

❖ **Liderazgo social**

Formar parte de una organización cimentada en bases de beneficio social, permite un liderazgo social que admite la participación en eventos que beneficiaran a la sociedad en sí.

❖ **Seguridad familiar**

El trabajo en una organización administrada por los mismos miembros de la comunidad, garantiza la seguridad familiar, en cuanto al sustento del hogar.

❖ **Relaciones interpersonales**

La organización trabaja con los propios miembros de la comunidad, formando un equipo ideal de trabajo, por lo que las relaciones interpersonales mejoraran.

❖ **Colaboración comunitaria**

El personal de la organización en su mayor parte serán artesanos de la misma comunidad, por lo que la colaboración mutua será aplicada, en el desarrollo de las actividades productivas.

❖ **Bienestar comunitario**

El socializar y trabajar con personas de la misma ideología permitirá un bienestar social benéfico, al entenderse como mutuo apoyo entre habitantes de una misma comunidad.

❖ **Apoyo mutuo entre socios**

Al formar parte de un mismo equipo de trabajo involucra el apoyo productivo y social, dentro de un ámbito considerado como aceptable. La investigación involucra la asociatividad, comunión productiva, entre muchos aspectos que beneficiaran a la comunidad en general.

Cálculo:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Total de impactos}}{\text{Nº de indicadores}}$$

$$= 23/8 = 2.875 = \mathbf{2.88}$$

IMPACTO ALTO POSITIVO

Se indica un nivel alto, lo que significa que la calidad de vida de los artesanos que conforman la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque mejorara, sea por los beneficios sociales que la implementación de esta iniciativa productiva generara con el transcurso de su vida útil, así como también por los ingresos económicos que generara el mismo; en si esto ayudara a mejorar las condiciones de vida y por ende la estabilidad familiar, así evitando la migración hacia países extranjeros.

7.2.5. Impacto educativo – cultural

Cuadro Nº: 69 Medición de impactos educativo - cultural

Nº	Detalle	Valoración							TOTAL
		- 3	- 2	- 1	0	1	2	3	
1	Tradiciones – cultura							x	3
2	Generación de conocimientos							x	3
3	Formas de producción					x			1
4	Capacitación constante						x		2
5	Desarrollo de habilidades							x	3
6	Innovación de conocimientos							x	3
7	Desarrollo de capacidades							x	3
8	Identidad artesanal							x	3
	TOTAL					1	2	18	21

*Fuente: investigación de campo
Elaborado por: Autor*

❖ **Tradiciones – cultura**

Se mejora los niveles de cultura al capacitar y concienciar a los pobladores, sobre la conservación de la flora y sobre todo que valore los recursos naturales que posee la comunidad.

❖ **Generación de conocimientos**

Se genera conocimientos al aplicarse nuevas formas de producción artesanal, por lo que la experiencia juega un papel muy importante debido a que es el punto donde inicia el conocimiento, es decir un conocimiento basado en la experiencia.

❖ **Formas de producción**

La iniciativa productiva implica nuevas formas de producción, mismas que varían constantemente, sujetado a la variación en cuanto a satisfacción del cliente, al cambiarse la forma de producción se garantiza que la producción artesanal no sea monótona.

❖ **Capacitación constante**

Se desarrollara una capacitación permanente, lo que les permitirá ser puntales en el liderazgo, creatividad, permitiendo mantenerse y ser pioneros en el mercado local y regional. La formación del talento humano se vuelve imprescindible, en la actualidad la preparación intelectual es un indicador de responsabilidad y eficiencia en la familia para poder insertarse en una sociedad laboral cada vez más exigente.

❖ **Desarrollo de habilidades**

En la organización se permite el desarrollo de aquellos aspectos que el artesano tiene a su favor, desarrollando aquellas habilidades innatas, apoyando al mismo, que como objetivo tendrá beneficiar a la microempresa.

❖ **Innovación de conocimientos**

En la elaboración artesanal se permite innovar formas de producción, así permitiendo satisfacer las necesidades de decoración del cliente, la innovación permite a la organización expandir su mercado más allá de los objetivos básicos.

❖ **Desarrollo de capacidades**

La organización permite el desarrollo de habilidades, que como fin tengan beneficiar a la microempresa, brindara todos los requerimientos necesarios para que el mismo se desarrolle en su vasto campo.

❖ **Identidad artesanal**

La producción de artesanías a base de desecho natural, permite plasmar en el mismo una identidad de los pueblos, mediante la creación de diseños basados en la convivencia, tradiciones y cultura de los pueblos indígenas.

Cálculo:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Total de impactos}}{\text{N}^{\circ} \text{ de indicadores}}$$

$$= 21/8 = 2.62$$

IMPACTO ALTO POSITIVO

Se aprecia un impacto alto positivo (3), en el nivel educativo y cultural, educativo cuando se innova, capacita, desarrolla, capacidades, destrezas y habilidades de los artesanos, cultural, cuando se puede plasmar en la artesanía una identidad y forma de convivencia de los pueblos indígenas.

7.3. RESUMEN GENERAL DE IMPACTOS

Valoración:

Impacto económico: **2.9** Impacto alto positivo

Impacto empresarial – comercial: **2.67** impacto medio positivo

Impacto ambiental: **-2.14** Impacto medio negativo

Impacto social: **2.88** Impacto alto positivo

Impacto educativo – cultural: **2.62** Impacto alto positivo

Cuadro N°: 70 Resumen de impactos

N°	Indicador	Niveles							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Impactos económicos							x	3
2	Impactos empresarial - comerciales							x	3
3	Impactos ambientales		x						-2
4	Impactos sociales							x	3
5	Impactos educativo - cultural							x	3
	TOTAL		-2					12	10

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Autor

Nivel de impacto= $\frac{\text{Total de impactos}}{\text{N° de indicadores}}$

=10/5= **2.0**

IMPACTO MEDIO POSITIVO

Se puede apreciar en la matriz general de impactos, que los indicadores influyen en el proyecto y en el resultado del mismo (**2.0**), considerándose como un nivel medio de impacto, lo que significa que con la ejecución del proyecto no afecta en ningún de los impactos sino mas bien ayuda a la población, principalmente en la producción de artesanías elaboradas con desechos naturales en el canto Otavalo.

CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
Después de haber concluido el proceso de investigación, en todas las fases se puede concluir que:	
<p>1) El diagnóstico situacional entregó importante información que permitió identificar condiciones óptimas para la implementación de la microempresa de producción y comercialización de artesanías elaboradas con desechos naturales, en el cantón Otavalo</p> <p>2) Las bases teóricas – científicas consultadas, proporcionaron información suficiente sobre el estado de la investigación del tema propuesto, sustentando científicamente cada una de las fases del proyecto y de su producción.</p> <p>3) El estudio de mercado permitió hacer un análisis preliminar de los mercados potenciales existentes dentro del mercado de artesanías naturales, en este sentido direccionar de forma clara y concisa la producción de la artesanía hacia mercados estratégicos.</p>	<p>1) Es necesario crear y fortalecer una microempresa legalmente constituida a fin de facilitar las condiciones óptimas de trabajo, mediante la legalización a través de entidades públicas.</p> <p>2) Actualización conforme va pasando la vida útil del proyecto puesto que no podrá abastecerse en su totalidad el amplio campo de estudio de la investigación, por lo que se debe continuar investigando para ampliar la teoría existente sobre este importante tema.</p> <p>3) Se deben incursionar en la producción de artesanías menos específicas y de mayor valor comercial que podrían mejorar los procesos de producción y comercialización, de modo que aborde el mismo mercado decorativo permitiendo ampliar las ventas mejorando los márgenes de rentabilidad.</p>

4) El estudio técnico realizado, concluye que existe las condiciones físicas, climáticas, de materia prima, económicos, talento humano y experiencia productiva.

5) El estudio económico, concluye que la presente investigación es factible en su ejecución, presentando los siguientes resultados: **VAN= \$ 3446.47; TIR= 0.17; COSTO BENEFICIO= 0.24** por cada dólar; con un periodo de recuperación de 2.5 años, justificando la inversión.

6) En la estructura organizacional y funcional de la microempresa, se planteó todos los integrantes de un grupo organizado y productivo, niveles administrativos, jerarquía, requerimientos laborales, habilidades, destrezas y

4) Mantener siempre la calidad a un bajo costo, incluye una responsabilidad social y ambiental, por lo que se debería implementar patrones de conservación natural, capacitación del talento y humano.

5) Se deberá mantener actualizado periódicamente los evaluadores financieros, a fin de poder controlar los resultados de la producción y comercialización de la artesanía, permitirá mantener bajo un nivel controlable los resultados que se pueden generar durante la puesta en marcha de la microempresa. Se deberá controlar minuciosamente el periodo de recuperación establecido en 2 años, esto garantizará la sustentabilidad y credibilidad de la organización.

6) Los niveles administrativos y requerimientos laborales deberán ser sometidos a consulta y elección mayoritaria por parte de los miembros de la organización, de no ser así, se podría incurrir en un nivel de jerarquía autoritaria que podría

<p>competencias, para el normal inicio y desarrollo de la microempresa.</p> <p>7) El análisis de impactos concreta que la presente investigación y posterior puesta en marcha de la microempresa beneficiara directamente a los miembros socios de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, comunidad, trabajadores y consumidor final. Posee impactos económicos, comerciales, ambientales, sociales, educativos que no representaran mayor repercusión en el normal desenvolvimiento de la microempresa.</p> <p>8) Esta investigación beneficiará directamente a los miembros socios de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, y comunidad.</p> <p>9) Los artesanos no están capacitados en aspectos de producción y patrones de cumplimiento laboral.</p>	<p>perjudicar a la organización.</p> <p>7) Se debe dar seguimiento a los impactos lo que permitirá mantener al nivel de impacto bajo control, necesario cuando el impacto es negativo, esencialmente se deberá tomar en cuenta el grado de impacto ambiental, de no mantenerse bajo control podría causar un efecto que no se podría recuperar, ni implantar nuevas políticas de control.</p> <p>8) Seguimiento, control y evaluación de la puesta en marcha de la microempresa.</p> <p>9) Programa mensual de capacitación, con la colaboración de la Unión de Artesanos Indígenas del Cantón Otavalo.</p>
--	---

<p>10) Los artesanos garantizan que la artesanía elaborada con desechos naturales posee una vida útil de 4 a 5 años.</p>	<p>10) Establecer patrones de información y conservación de la artesanía, es decir, cuidarlo de la luz solar, temperatura, entre otros factores del proceso de degradación natural.</p>
<p>11) Existencia de mano de obra para la realización de este tipo de artesanías.</p>	<p>11) Capacitación técnica para calificar a la mano de obra.</p>
<p>12) Falta de elaboración de costos de producción por parte de los artesanos dedicados a la producción de esta artesanía.</p>	<p>12) Capacitación en como elaborar costos de producción para que el trabajo sea rentable por parte de entidades públicas, universidades, organizaciones especializados en esta temática.</p>
<p>13) Existencia de materia prima en el lugar donde se realizan este tipo de artesanía (Sector San Roque, cantón Antonio Ante).</p>	<p>13) Realización de campañas de sensibilización para la conservación del medio ambiente.</p>
<p>14) Existe las condiciones óptimas para la implementación de la microempresa.</p>	<p>14) Es necesario crear y fortalecer una microempresa legalmente constituida, inscrita en el registro oficial.</p>
<p>15) Existe las condiciones físicas, climáticas, de materia</p>	<p>15) Cuidar los activos de la institución, campaña de</p>

<p>prima, económicos, talento humano y experiencia productiva.</p> <p>16) La organización cuenta con una estructura organizacional, dispone de organización estructural y funcional.</p> <p>17) Los precios de las artesanías son fijados en base a un estudio de costos.</p> <p>18) Producción de las artesanías con diferentes diseños, incluso bajo pedido personalizado.</p> <p>19) Existencia de compradores, especialmente inversionistas.</p> <p>20) Preferencia de diseños basados en paisajes naturales.</p> <p>21) Utilización de materiales completamente naturales.</p>	<p>sensibilización en el cuidado del medio ambiente, y capacitación al talento humano.</p> <p>16) Actualización de manual de funciones acorde a la organización estructural.</p> <p>17) Adecuar el precio por tamaño, calidad, detalles adicionales, en la artesanía.</p> <p>18) Sugerir diseños adicionales a los clientes.</p> <p>19) Elaboración de un plan de ventas</p> <p>20) Ofertar diseños adicionales.</p> <p>21) Reducir al mínimo la aplicación de insumos químicos.</p>
---	--

<p>22) Identificación del mercado internacional por el ministerio de turismo.</p>	<p>22) Establecer convenios.</p>
<p>23) Los turistas prefieren un empaque tradicional.</p>	<p>23) Adecuar el empaque tradicional para el transporte y conservación de la artesanía.</p>
<p>24) Existencia de segundos vendedores.</p>	<p>24) Capacitar al personal adecuado para el manejo de precios así como el margen de utilidad obtenida.</p>
<p>25) Existencia de productos sustitutos.</p>	<p>25) Publicidad que identifique la diferencia entre un producto sustituto y una artesanía elaborada naturalmente.</p>
<p>26) Comerciantes potenciales de productos sustitutos.</p>	<p>26) Manejo diferente con la competencia en calidad productiva a bajo precio.</p>
<p>27) Capacidad productiva para cumplir demandas existentes.</p>	<p>27) Vinculación y compromiso del artesano con la micro empresa.</p>
<p>28) Se cuenta con los recursos: materiales, estructurales, apoyo social y organizacional, talento humano capacitado y</p>	<p>28) La microempresa deberá incluir en balances un rubro apropiado para incurrir en la conservación del medio ambiente,</p>

<p>eficiente.</p> <p>29) Se determina que existe una demanda insatisfecha que puede ser cubierta en un 100% durante la vida útil de la presente investigación.</p> <p>30) La artesanía, tiene aceptación en el mercado local, la calidad a bajo costo, garantiza que el producto artesanal tendrá buena acogida y una rápida expansión comercial.</p> <p>31) Se establecieron las condiciones técnicas apropiadas, organigramas funcionales, y estructurales, que garantizan un proceso de producción y administración eficiente dentro de la organización.</p>	<p>capacitación del talento humano; aspectos primordiales para la puesta en marcha de la microempresa.</p> <p>29) La demanda insatisfecha deberá cubrirse y adecuarse al 100% durante la vida útil de la investigación, debido a que no siempre la demanda insatisfecha permanece constante conforme van pasando los años; se lograra cubrir cuando se implante en el diseño, innovación, calidad y mejora de procesos.</p> <p>30) Se deberá cuidar la calidad productiva, diferenciándose así de la competencia, mediante el manejo apropiado de la materia prima, uso y proceso del mismo.</p> <p>31) Dentro de la organización deberá fomentarse el uso de las condiciones técnicas y organigramas, de una manera adecuada.</p>
---	--

<p>32) Los encuestados, están dispuestos a adquirir la artesanía, esto genera un porcentaje de compra aceptable dentro del mercado local, garantizando que la producción tiene expectativas de venta.</p> <p>33) Se cuenta con un grupo de socios organizados; Unión de Artesanos Indígenas de San Roque, se encuentran desarrollando actividades productivas artesanales, legalmente autorizados por las instancias públicas, la organización posee fines sociales y no utilitarios.</p> <p>34) Se cuenta con alianzas estratégicas, Unión de Artesanos Indígenas del Cantón Otavalo (U.N.A.I.N.C.O), brindara capacitación constante a los miembros socios de la Unión de Artesanos Indígenas de San Roque (UNAI SAR).</p>	<p>32) El cliente frecuente se convertirá en cliente fijo cuando adquiere un producto que es único en producción, esto se logra cuando la organización establece patrones de diseño artesanal.</p> <p>33) Contacto permanente con miembros socios de la organización, aliados estratégicos y comerciales, para poder solucionar adecuadamente los posibles problemas o debilidades, aumentando las fortalezas que adquiera la organización.</p> <p>34) Alianzas estratégicas con las operadoras de turismo, agencias de viaje y otras legalmente constituidas para así fomentar la ética de mejoramiento continuo y aumentar las relaciones empresariales.</p>
--	--

FUENTES DE INFORMACIÓN

a) BIBLIOGRAFÍA

- ❖ HYNES, William G.; Como iniciar y administrar un negocio de artesanías, editorial Trillas, México DF, 2008
- ❖ PITAS, Edgar; Artesanía y modernización en el Ecuador, Editorial Fraga, Quito-Ecuador, 1985
- ❖ EDICIONES, Iberoamericanas; Taller de artesanía, edición, Madrid-España, 1985
- ❖ LEXUS, Lexus; Facilísimas Artesanías y manualidades, Tomo 2; Editorial Lexus, Quito-Ecuador, 1998
- ❖ BERGANZA, Pilar; Como realizar actividades plásticas artesanales: lápices, tizas, pinturas, papel, materiales plásticos, fibra, telas, madera, cuero, metales, Editorial Barcelona, Barcelona-España, 1986
- ❖ MALO, Claudio; Diseño y Artesanía, Editorial CIPAD, Quito-Ecuador, 1990
- ❖ MALO, Claudio; ARROYO, Omar; Diseño y Artesanía, Editorial DIPAD, Quito-Ecuador, 1990
- ❖ ESPINOZA, Fausto; Los materiales de desecho y su aplicación en las artesanías artísticas, Ibarra-Ecuador, 1992
- ❖ MIRANDA, Inés; Marcos Decorativos; Editorial Javier Vergara; 1992

- ❖ SUNDARDARDAS, Mirchandani; Marketing Financiero, Nuevas estrategias para el siglo XXI, Editorial Mc Graw-Hill; 2005
- ❖ HERRERO, Julián; Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa; Editorial Thomson; 2002
- ❖ STERN, Louis; Canales de comercialización; Editorial Prentice-Hall; 1999
- ❖ LEVILT, Theodore, Comercialización creativa; Editorial Trama; 1994
- ❖ S.A.; Plan general de contabilidad de pequeñas y medianas empresas y los criterios contables específicas para microempresa, Editorial Paraninfo; 2007
- ❖ BUYATTI, Osmar D.; Técnicas de gestión para microempresarios; Editorial Pearson Education; 2006
- ❖ MONTEROS, Edgar, Manual de gestión micro empresarial; Editorial Universitaria; 2005
- ❖ PHILIP, Kotler; GARY, Armstrong; Fundamentos de la mercadotécnica; 4ta Edición.
- ❖ JÁCOME; Walter; Proyectos Productivos y de inversión; Editorial Universitaria; Ecuador (2005)
- ❖ POSSO; Miguel Ángel; Metodología para el trabajo de grado, tesis y proyectos; 3ra Edición; Ibarra-Ecuador (2006)

- ❖ ANZOLA, Servúlo; Administración de pequeñas empresas; editorial Mc Graw Hill; 2da Edición; México (2002)
- ❖ AGUILAR, Ruth (1996); Metodología de la Investigación científica; editorial UTPL; Loja-Ecuador (1996)
- ❖ REYES PONCE, Agustín; Administración de empresas teoría y práctica; (1994)
- ❖ THOMAS E., Vollman; Planeamiento y control de la producción administración de la cadena de suministros.

TESIS:

- ❖ HERRERA, Hilda (1999); La calidad y la competitividad de las exportaciones de las artesanías textiles Otavaleñas, Ibarra-Ecuador,
- ❖ YEPEZ, Ana (2008); Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de higos en estado natural en la parroquia de San Roque, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura; Ibarra-Ecuador.
- ❖ MORENO, Blanca (2006); Estudio de factibilidad para la creación y comercialización de artesanía en totora en el sector San Miguel de Yahuarcocha, Ibarra-Ecuador.
- ❖ MOLINA, Pablo (2009); Implementación de una microempresa de producción y comercialización de artesanías de cabuya en la parroquia de Lita, provincia de Imbabura; Ibarra-Ecuador.
- ❖ ESTÉVEZ, Subia (2010); Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de miel de abeja,

derivados y equipos de extracción, en el sector de bellavista, parroquia de San Antonio de Ibarra; Ibarra-Ecuador.

❖ COLLAGUAZO, Esperanza; Estrategias de producción y comercialización de las artesanías de la madera en San Antonio de Ibarra, en términos de competencia y calidad, Ibarra-Ecuador.

b) Lincografía:

- ❖ www.otavalo.gov.ec/
- ❖ <http://www.visitotavalo.com/>
- ❖ <http://www.exploringecuador.com/espanol/sierra/otavalo/>
- ❖ http://www.otavalovirtual.com/artesantias/actividades_artesanales.htm
- ❖ <http://www.contenidoslocales.cl/destacados/4921/original-artesania-en-hojas-de-choclo-en-san-vicente>
- ❖ http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-cultura-ecuador/cultura-ecuador/ir_a/análisis/article/artesantias-con-totora-son-elaboradas-por-otavalenos-innovadores.html
- ❖ <http://www.mira.ec/paginas/Artesantias/artesantias.aspx>
- ❖ <http://www.allartecuador.com/cpg132/displayimage.php?album=1&po=3>
- ❖ <http://www.minube.com/tag/artesania-otavalo-c230512>
- ❖ <http://www.codeso.com/TurismoEcuador/TurismoOtavalo01.html>
- ❖ <http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/ciudades-cercanas-quito-ecuador/quito-ciudades-cercanas-otavalo.htm>

Artesanía

- ❖ http://www.sololinksugeridos.com.ar/arte/artesantias_definicion.htm
- ❖ <http://es.wikipedia.org/wiki/Artesan%C3%ADa>
- ❖ http://agora.ya.com/rumcp/artesantias_y_artesanos.htm

- ❖ <http://viajesudamerica.com/otavalo-el-mayor-mercado-indigena-de-sudamerica-en-ecuador/>
- ❖ <http://ar.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090929193314AAwBspa>

Microempresa

- ❖ <http://definicion.de/micro-empresa/>
- ❖ <http://microempresa.blogdiario.com/i2008-03/Comercialización>
- ❖ <http://www.dimensionempresarial.com/11/comercializacion/>

Materiales de desecho natural

- ❖ http://pdf.rincondelvago.com/materiales_3.htm



ANEXOS

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS ELABORADAS CON DESECHOS NATURALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO”

AUTOR: MALDONADO T. Milton
DIRECTOR: Ing. Vinicio Guerra

Anexo 1: Encuesta a clientes



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

“ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES”

Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo recabar información de tipo académico que permita consolidar el estudio de factibilidad para realizar un diagnóstico técnico que permita determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades para la creación de la microempresa de artesanías elaboradas con desechos naturales.

1. **¿Referente a la artesanía elaborada con desechos naturales, su nivel de satisfacción es?**
Alta ()
Media ()
Baja ()
2. **¿Está en capacidad de adquirir y tener preferencia por nuestro producto artesanal?**
Si ()
No ()
3. **¿La atención que recibe, cumple sus expectativas?**
Si ()
No ()
4. **¿El empaque o presentación del producto puede ser?**
Tradicional ()
Plástico ()
Papel ()
5. **¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la elaboración de nuestra artesanía?**
\$1,00 a \$2,00 ()
\$3,00 a \$5,00 ()
\$6,00 a \$8,00 ()
\$9,00 a \$10,00 ()
\$10,00 o más ()
6. **¿Qué tipo de publicidad le gustaría que se realice?**
Volantes ()
Televisiva ()
Auditiva (radio) ()
Medios escritos ()
Otra ()
¿Cuál?.....

- 7. ¿Qué cadena de distribución cree que es la apropiada para nuestro producto?**
- Distribución directa ()
- A través de intermediarios ()
- A través de almacenes ()
- Cadenas comerciales ()
- 8. ¿Estaría dispuesto a adquirir nuestra artesanía elaborada a base de desechos naturales?**
- Si ()
- No ()
- 9. ¿Cree que nuestro producto estará en la capacidad de cumplir las necesidades de decoración del cliente?**
- Si ()
- No ()
- 10. ¿Le llama la atención la elaboración de nuestro producto artesanal?**
- Si ()
- No ()
- 11. ¿Le gustaría que la artesanía este personalizado de acuerdo al gusto del cliente?**
- Si ()
- No ()
- 12. ¿Qué diseños preferiría usted?**
- Diseños tradicionales indígenas ()
- Diseños basados en paisajes naturales ()
- Diseños de animales ()
- Diseños personalizados ()
- Otros ()
- ¿Cuál?.....
- 13. ¿Le llama la atención los materiales utilizados en la producción de la unidad artesanal elaborada a base de desechos naturales?**
- Si ()
- No ()
- 14. ¿Le parece recomendable nuestra artesanía elaborada a base de desechos naturales a demás personas?**
- Si ()
- No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

**Anexo 2:
Encuesta Dirigida a artesanos**



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

“ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES - ARTESANOS DEL CANTON OTAVALO”

Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo recabar información de tipo académico que permita consolidar el estudio de factibilidad para realizar un diagnóstico técnico que permita determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades para la creación de la microempresa de artesanías elaboradas con desechos naturales.

1. ¿El tipo de materiales utilizados es?

Naturales ()
Sintéticas ()

2. ¿Según su criterio la duración estimada de la artesanía es?

Menor a 1 año ()
2 a 3 años ()
4 a 5 años ()
Mayor a 5 años ()

3. ¿Cree usted que la materia prima utilizada en la elaboración de la artesanía influye en la producción de la misma?

Si ()
No ()
Otra ()

¿Cuál?.....

4. ¿La producción artesanal depende exclusivamente de los insumos utilizados y aplicados en su elaboración?

Si ()
No ()

5. ¿Cree usted estar capacitado para la elaboración de la artesanía con desechos naturales?

Si ()
No ()
Tal vez ()

6. ¿La diversificación del producto artesanal mejorara la producción?

Si ()
No ()

7. ¿Mencione cual es el área de recolección del material a usarse en la producción de la unidad artesanal?

Bosques ()
Jardines ()
Terrenos productivos ()
Otras ()

¿Cuál?.....

8. ¿El tiempo aplicado en la recolección del material a usarse para la producción es?

- 1 día ()
- 1 a 2 días ()
- 3 a 4 días ()
- 5 días o más ()

9. ¿Cuál cree que es el mercado potencial apropiado para la venta del producto artesanal elaborado con desechos naturales?

- Otavalo - Plaza de los ponchos ()
- Atuntaqui - Almacenes de la localidad ()
- Ibarra - Almacenes de la localidad ()
- Otra ()

¿Cuál?.....

10. ¿Para una eficiente comercialización a qué tipo de mercado cree que debe estar dirigido nuestra artesanía?

- Local ()
- Nacional ()
- Internacional ()

11. ¿Cree poder cumplir con las demandas existentes?

- Si ()
- No ()

12. ¿Cree que los artesanos estén capacitados productivamente?

- Si ()
- No ()

13. ¿El empaque del producto puede ser?

- Tradicional ()
- Plástico ()
- Papel ()

14. ¿El costo por unidad artesanal admite una rentabilidad que permita sustentar la producción?

- Si ()
- No ()

15. ¿Cree que los puntos de venta deberán estar acorde al movimiento comercial del sector?

- Si ()
- No ()

16. ¿El costo invertido en la elaboración de la artesanía sustenta la producción?

- Si ()
- No ()

17. ¿Cree que la producción artesanal le genere un nivel de rentabilidad aceptable?

- Si ()
- No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

**Anexo 3:
Encuesta dirigida a Directivos**



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

**“ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS DIRECTIVOS DE GRUPOS ARTESANOS DEL CANTON
OTAVALO”**

Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo recabar información de tipo académico que permita consolidar el estudio de factibilidad para realizar un diagnóstico técnico que permita determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades para la creación de la microempresa de artesanías elaboradas con desechos naturales.

Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla.

1. ¿Cree que la innovación artesanal puede aplicarse a nuestra artesanía?

- Si ()
No ()

2. ¿Cree usted que la materia prima utilizada en la elaboración de la artesanía influye en la producción de la misma?

- Si ()
No ()
Otra ()

¿Cuál?.....

3. ¿Cree usted que la mano de obra artesanal está capacitada para la producción?

- Si ()
No ()

4. ¿Qué controles aplicaría para verificar que la producción cumpla con la calidad deseada?

- Patrones de cumplimiento de la producción ()
Control de materiales usados ()
Preparación de materiales a usarse ()
Control de calidad del producto terminado ()
Otra

¿Cuál?.....

5. ¿Cree usted que el mercado potencial para la venta del producto artesanal elaborado con desechos naturales se encuentra en los siguientes sitios?

- Otavalo - Plaza de los ponchos ()

Atuntaqui - Almacenes de la localidad ()
Ibarra - Almacenes de la localidad ()
Otra ()
¿Cuál?.....

6. ¿El mercado seleccionado anteriormente puede segmentarse a un solo grupo de persona o cliente?

Si ()
No ()

7. ¿Cree estar en posibilidades de cumplir la oferta existente?

Si ()
No ()

8. ¿Es necesario instaurar manuales administrativos para establecer una estructura administrativa eficiente?

Si ()
No ()

9. ¿La elaboración de una estructura organizacional mejorara el funcionamiento de la estructura productiva de la microempresa?

Si ()
No ()

10. ¿Para una eficiente comercialización a qué tipo de mercado cree que debe estar dirigido nuestra artesanía?

Local ()
Nacional ()
Internacional ()

11. ¿Nuestro producto artesanal está acorde al precio fijado en el mercado?

De acuerdo ()
Desacuerdo ()

12. ¿Los puntos de venta deberán estar acorde al movimiento comercial en el que se encuentre el mercado meta?

Si ()
No ()

13. ¿Cuál de las siguientes formas de comercialización cree que es la adecuada?

Por puntos de venta ()

Por distribución propia ()
Por intermediarios ()
Otra ()
¿Cuál?.....

14. ¿La presentación del producto facilita la comercialización de la unidad artesanal?

Si ()
No ()

15. ¿La rentabilidad obtenida en la comercialización permite al artesano seguir produciendo el mismo producto artesanal?

Si ()
No ()

16. ¿El margen de utilidad permite la incurrencia en más unidades de producción, de modo que permita obtener una rentabilidad aceptable?

Si ()
No ()

17. ¿Se puede gestionar un manejo de inventarios, que permita satisfacer necesidades de comercialización para así generar una rentabilidad al artesano y microempresa?

Si ()
No ()

18. ¿Cuál cree que es la mejor manera de generar rentabilidad a la microempresa?

Mediante préstamos ()
Mediante inversión ()
Mediante cooperación internacional ()
Otra ()
Mencione cual.....

19. ¿El nivel de rentabilidad nos permitirá sustentar la producción?

Si ()
No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

**Anexo 4:
Modelo de Guía de Observación.**



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

.....
Objetivo: Realizar la observación directa para conocer las instalaciones artesanales existentes.

Datos informativos:

Nombre:

.....**Fecha**.....

Itinerario:

Horas:

Salida:

.....**Regreso**.....

Lugares a visitar:

.....

Objetivos:

Observar cómo se realiza la producción de la artesanía.

Verificar la comercialización de las artesanías en el mercado potencial.

Constatar si la práctica de la artesanía es tradicional o basada en tecnologías o técnicas sofisticadas.

Determinar si los implementos son comercializados en centros comerciales artesanales.

Descripción de los sitios visitados:

.....
.....
.....

Conclusiones y recomendaciones:

.....
.....
.....
.....

Productos finales



Colibrí



Tía (Señora)



Tío (señor)



Caballo



Tucán



Lagarto



Piqueros



Gallo



Danzante



Paisaje

Anexo 6:
Hoja volante / Anuncio para la prensa:



Te ofrece:
Artesanías elaboradas con hojas naturales!!



Ubicamos en:
Plaza de los Ponchos, Calle Sucre, puesto Nº 117.
Telf: 0989719577-0999118516
E-mail: maurint@yahoo.com
www.arteverde.blogspot.com
Otavalo-Ecuador

Autor: Milton Maldonado
Octubre/2012

**Anexo 7:
Logotipo de la artesanía**



Autor: Milton Maldonado
Octubre/2012

MEGA Ps

RAFAEL ROSALES 7-30 Y FLORES

Teléfono(s) 062950645

Nombre: MALDONADO TITUAÑA MILTON MAURICIO Dirección: SAN ROQUE Ciudad: Teléfono:	Proforma # 000313 Ruc: 1003117510 Fecha: 31-ago-2012 Representante:
---	---

Código	Descripción	UM	Cantidad	P. Unitario	Descuentos %			Total
					1	2	3	
2010	BOBRE MANILA F3	UN	1,00	0,080	0	0	0	0,08
34190	CARTULINA DUPLEX	UN	1,00	0,536	0	0	0	0,54
4237	CALCULADORA CASIO FX 350MS	UN	1,00	12,500	0	0	0	12,50
9727	PERFORADORA BESTER	UN	1,00	2,232	0	0	0	2,23
25740	GRAPAS ALEX 25/6 1200 PCS	UN	1,00	0,759	0	0	0	0,76
974	REGLA PLASTICA CARIDCA 30 CM	UN	1,00	0,268	0	0	0	0,27
32424	MESA PARA COMPUTADOR MTX-DT-701	UN	1,00	31,250	0	0	0	31,25
1569	ESFEROS BIC RIF	UN	1,00	0,310	0	0	0	0,31
1552	RESALTADOR NARANJA TRATTO	UN	1,00	0,625	0	0	0	0,63
39126	CORRECTOR WINIFAN	UN	1,00	0,536	0	0	0	0,54
11670	CAJA CLIPS LANCER	UN	1,00	0,223	0	0	0	0,22
4238	RESMA REPORT	UN	1,00	4,500	0	0	0	4,50
99848	TELEFONO UNIDEN D1650	UN	1,00	28,571	0	0	0	28,57
31576	GRAPADORA BOSS NO. 797	UN	1,00	5,357	0	0	0	5,36

Forma de Pago: **CONTADO**
 PROFORMA VALIDA POR 15 DIAS

Subtotal	97,75
Descuentos	0,00
Tarifa 12%	99,25
Tarifa 0%	4,50
IVA	9,99
TOTAL	97,74


 Representante

