



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 CREAR UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ALPARGATAS DE CABUYA EN LA PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS-CANTÓN OTAVALO-PROVINCIA DE IMBABURA”

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

AUTORA: MORALES, Males María Elena.
DIRECTOR: ING. VALLEJOS Marcelo

IBARRA, JUNIO 2012

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación, se realizó con el firme propósito de evaluar la factibilidad de producción y comercialización de alpargatas de Cabuya para mercados locales y nacionales, mediante la aplicación de principios teóricos administrativos, financieros y contables; que dinamicen la organización y participación de empresas y microempresas en el desarrollo económico del cantón.

La investigación posibilitó conocer las potencialidades, y dificultades para la producción de alpargatas, tomando en cuenta que en el sector indígena de Otavalo se utiliza este producto como complemento de la vestimenta autóctona del sector. Este estudio surge con la necesidad de conocer las posibilidades de establecer la factibilidad de producción y comercialización de alpargatas de cabuya.

Esta investigación tiene siete capítulos, desarrollados de forma técnica que han permitido determinar la posibilidad de establecer la factibilidad de producir las alpargatas de cabuya y comercializarlas a nivel local y regional; es importante mencionar que esta microempresa busca el desarrollo del comercio local, procura el estricto cumplimiento de las obligaciones con el estado, así como cooperar con la parroquia Miguel Egas.

La investigación define una serie de aspectos técnicos y científicos sobre la producción y comercialización de alpargatas y cuenta con un estudio técnico, financiero, administrativo y nivel de impactos que garantiza la implementación del presente estudio

ABSTRACT

The present research was carried out with the firm intention to evaluate the feasibility of production and marketing of cabuya fibre alpargates (CFA) for local and national markets. This process was carried out by using administrative, financial and accounting theories to stimulate the organization and participation of enterprises and micro-enterprises in the economic development of the canton.

Research made it possible to know the potentialities and difficulties for the production of CFA, taking into account that the indigenous population of Otavalo uses this product as a complement to traditional clothing. This study addresses the feasibility of production and marketing CFA in order to determine the possibility of introducing this product into markets.

There are seven chapters, each developed technically in order to clearly establish the potential of producing and marketing this product on local and regional levels. It is important to note that this economic activity is intended to develop local trade, fulfill obligations with the State, and cooperate fully with the parish of Miguel Egas.

The following is a series of scientific and technical investigations on the production and marketing of CFA. The technical, financial, administrative, and impact elements are examined to the extent that the implementation of the current study can be guaranteed.

AUTORÍA

Yo, María Elena Morales Males, declaro bajo juramento que el presente trabajo de investigación 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.

Firma

María Elena Morales Males

C.I. 1002589792

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada María Elena Morales Males, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, cuyo tema “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ALPARGATAS DE CABUYA EN LA PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS-CANTÓN OTAVALO-PROVINCIA DE IMBABURA”. Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 13 días del mes de Junio del 2012

Firma

Ing. Marcelo Vallejos

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

Yo, María Elena Morales Males, con cédula de identidad N° 1002589792 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de propiedad intelectual del Ecuador artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (a) de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ALPARGATAS DE CABUYA EN LA PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS-CANTÓN OTAVALO-PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma -----

Nombre: María Elena Morales Males

Cédula: 1002589792

Ibarra, a los 13 días del mes de Junio de 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:	1002589792		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Morales Males María Elena		
DIRECCIÓN:	Calle Alpargatas y Tahuantinsuyo, Barrio Imbaqui (Otavalo)		
EMAIL:	maryhelen_83@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	039101794

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ALPARGATAS DE CABUYA EN LA PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS-CANTÓN OTAVALO-PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTORA:	Morales Males María Elena
FECHA:	2012-06-13
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ASESOR /DIRECTOR:	ING. Marcelo Vallejos

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, María Elena Morales Males con cédula de ciudadanía Nro. 10012589792 en calidad de autora 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

La autora 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 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 13 días del mes de Junio de 2012

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: María Elena Morales

C.C.: 1002589792

ACEPTACIÓN:

(Firma)

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo
Universitario.....

DEDICATORIA

Primeramente dedico a mi Dios Todopoderoso quien fue mi guía e inspiración para salir adelante y luchar en la vida para alcanzar el bien, quien me cuidó en los momentos más difíciles de mi vida.

A mis padres Francisco Morales y María Rosa Males , quienes me dieron la vida y a la vez velaron por mí, a mis hermanos Rolando y Ana Lucia quienes con sus virtudes y defectos me apoyaron, a mi esposo Luis Antonio Campo quien es el ser más maravilloso en mi vida quien me comprendió y me brindó su total apoyo, a mi hija Ñusta Kuyana Campo que cada amanecer me ha brindado su sonrisa y alegría y fueron un apoyo incondicional para alcanzar en culminar mi proyecto de tesis.

A mi suegro Miguel Campo Terán que ahora no se encuentra a mi lado, pero que siempre me inculcaba que culmine el estudio, esta tesis para ti mi querido suegro , un dolor y un inmenso vacío llevo en mi alma al no contar con tu presencia en estos momentos que más te necesito; A mi suegra María Juana Maldonado y mi cuñada María Zoila Campo gracias por su comprensión, confianza total, apoyo incondicional, y por haber creído en mi.

A todos mis amigos Diana, Osvaldo, Luis, Laura, Barbarita, Omar, Fernanda, Martha, Blanca, Ricardo, Juanito, Alfonso, Jaime, Jumandy, Paola, Humberto, muchas gracias por estar conmigo en todo este tiempo en los momentos de felicidad y tristeza, gracias por ser mis amigos recuerden que siempre les llevaré en mi corazón.

AGRADECIMIENTO

Al finalizar esta investigación, realizada en el período lectivo 2011-2012 quiero expresar mis reconocimientos a las siguientes personas e instituciones:

A las Autoridades y Docentes de la Universidad Técnica del Norte, por darme una educación de calidad y calidez, por transmitir los conocimientos día a día para crecer como personas y como profesionales en el campo de la Contabilidad y Auditoría.

Al Ing. Marcelo Vallejos, quien en calidad de Tutor, me guió en el desarrollo de esta investigación, así como también dedicó todo su tiempo en calidad de maestro y amigo.

A los productores de alpargatas de CRS (Centro de Rehabilitación de Ibarra) y de Otavalo así como también a los clientes que colaboraron en la investigación de campo y fueron un elemento esencial en el desarrollo del proyecto.

A mis compañeros de Trabajo de la Junta Parroquial Dr. Miguel Egas Cabezas, Lic. Luis Fichamba, Srta. Matilde Gramal, Francisco Campo, Nidia Córdova, Humberto Muenala quienes me comprendieron, me apoyaron y brindaron el tiempo necesario para culminar este proyecto.

A la Dra. Martha H, al Ing. Benito V. y muchos más quienes me facilitaron los datos para poder culminar mi tesis.

PRESENTACIÓN

El presente estudio investigativo, está diseñado con la finalidad de realizar un Estudio de factibilidad para crear una empresa de producción de alpargatas de cabuya en la parroquia miguel Egas Cabezas-cantón Otavalo-provincia de Imbabura; que posibilite la organización y participación de la microempresas del desarrollo económico de la cantón, la institución ayudará para que Otavalo mejore y organice el sistema comercial, de ahí que de acuerdo a este estudio de mercado existen los aspectos favorables para la implementación del presente proyecto.

El primer capítulo está enfocado a la ejecución de un diagnóstico situacional de la producción de alpargatas, este estudio permitirá conocer la situación real del problema, sus causas y consecuencias que ayudara a definir el problema.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico, realizado a través de fuentes de información secundaria, en base a libros, textos, revistas, periódicos, e internet; de la misma manera se ha tomado en cuenta documentos de instituciones involucradas en la investigación, con ello se ha determinado los fundamentos científicos de la investigación.

En el tercer capítulo se define el estudio de mercado donde por medio de información primaria y secundaria, y de una investigación de campo con encuestas y entrevistas se determina la posibilidad de producir y comercializar alpargatas de cabuya. Con estos datos se pudo definir la oferta y demanda del producto, que luego son proyectadas para los cinco años que dura el proyecto. El estudio establece los aspectos fundamentales que determinan la posibilidad de que el proyecto de investigación tenga éxito.

En el cuarto capítulo se diseña el estudio técnico, que define la ubicación de la microempresa, el tamaño del proyecto, la distribución de las áreas,

la tecnología y estrategias de comercialización y publicidad, así como también de establece el recurso humano que va a trabajar, y los equipos, muebles y enseres.

El capítulo quinto está diseñado para el estudio financiero donde se realizó un análisis de la inversión que se necesita para ejecutar el proyecto, así mismo se planifico las proyecciones de ingresos y egresos, con esta información se podrá generar los estados financieros, análisis financiero y evaluación del proyecto, determinando la aplicabilidad y viabilidad del proyecto.

En el sexto capítulo se desarrolla la estructura orgánica y funcional, identidad institucional, donde se describe la misión, visión, principios y valores corporativos de la institución; en función del propósito que desea alcanzar en los objetivos establecidos.

El séptimo capítulo determina los posibles impactos que generará el proyecto, en los aspectos social, económico, comercial, empresarial, educativo y ambiental.

El presente estudio termina desarrollando conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

ÍNDICE

	PÁG.
CAPÍTULO I	1
DIAGNÓSTICO	1
Antecedentes	1
Historia de Otavalo	1
Parroquias urbanas	4
Parroquias rurales	4
Clima de Otavalo	5
Población	6
Sectores productivos	8
Simbología de la producción	10
Distribución de etnias	10
Rasgos de interculturalidad en Otavalo	10
Aspecto Económico	11
Aspecto Social	12
Objetivos	14
General	14
Específicos	14
Diagnóstico externo	14
Aliados	14
Oponentes	15
Oportunidades	15
Riesgos	16
CAPÍTULO II	17
MARCO TEÓRICO	17
Microempresa	17
Concepto	17
Ventajas y desventajas	17
Importancia	18

Datos generales de la microempresas en el ecuador	19
Definición y clasificación de las MIPYMES	19
Clasificación de las MIPYMES	20
Objetivos	20
Áreas funcionales de una empresa	21
Organigramas	21
Planificación estratégica	22
Demanda y oferta	23
Demanda	23
Oferta	23
Alpargatas tradicionales	24
Origen	24
Clasificación de las fibras vegetales	25
Fabricación de las alpargatas de yute	26
Proceso contable	26
Balance general	26
Balance de comprobación	27
Estado de pérdidas y ganancias	28
La inversión	28
Las tres variables de la inversión privada	29
Clasificación de las inversiones	29
Decisiones sobre inversiones	30
Financiación	30
Fuentes de financiación	30
Herramientas de evaluación	31
Valor actual neto	31
Tasa interna de retorno	33
Punto de equilibrio	34
Indicadores financieros	35
La Competencia	37
Competencia leal y desleal	37
Aspectos tributarios	38

S.R.I	38
Contribuyente	38
RUC	38
Comprobante de venta	39
Impuestos	39
Gestión presupuestaria	40
Introducción a la gestión presupuestaria	40
Elaboración del presupuesto	40
Evaluación del presupuesto	41
Presupuesto de producción	41
Presupuesto de ventas	42
Precio	42
Determinación del precio	42
Enfoques generales a la determinación de precios	43
Comercialización	44
Evolución del concepto de comercialización	44
Micro comercialización	45
Macro comercialización	45
CAPÍTULO III	46
ESTUDIO DE MERCADO	46
Concepto	46
Antecedentes	46
Finalidad del estudio de mercado	46
Objetivos del estudio de mercado	46
Matriz de relación	48
Población y muestra	50
Análisis de resultados	52
Análisis, tabulación e interpretación de las encuestas aplicadas a los propietarios y operarios de alpargatas	52
Análisis, tabulación e interpretación de las encuestas aplicadas a los consumidores de alpargatas	69

Informe de la entrevista aplicada al jefe de producción de alpargatas del centro de rehabilitación de Ibarra	79
Descripción del producto a ofertar	80
Segmentación del mercado	81
Análisis y proyección de la oferta	83
Datos para determinar la oferta	83
Histórico de la oferta	84
Proyección de la oferta	86
Análisis y proyección de la demanda	87
Proyección de la demanda potencial	88
Balance entre oferta y demanda (demanda potencial)	90
Análisis de precios	91
Análisis de la competencia	92
Análisis de la comercialización	92
Canales de comercialización	92
Estrategias de plaza	93
Estrategias de servicio	93
Estrategias de precio	94
Estrategias de promoción	94
CAPÍTULO IV	95
ESTUDIO TÉCNICO	95
Microempresa	95
Localización del proyecto	96
Macro localización	96
Micro localización	97
Mapa de la ubicación del taller de confección de alpargatas	97
Croquis para ubicar el almacén	98
Detalle de la infraestructura de la microempresa	98
Factores determinantes de la micro localización	99
Costos y disponibilidad del espacio físico.	99

Fuentes de abastecimiento de materia prima	99
Disponibilidad de servicios básicos	99
Almacenamiento de la cabuya	100
Herramientas y equipos	100
Tamaño del proyecto	101
Factores determinantes del tamaño	101
Tamaño del proyecto según la demanda potencial.	101
Tamaño del proyecto según su organización	103
Ingeniería del proyecto	103
Procesos para la producción de alpargatas de cabuya	104
Flujograma del proceso	104
Flujograma de la comercialización del producto	105
Principales diseños de alpargatas que se elabora	106
Estudio de requerimientos de inversión	107
Inversiones fijas.	107
Bienes muebles y enseres.	107
Equipos de computación	108
Inversiones diferidas	109
Espacio donde va a funcionar la microempresa y el Almacén	109
Capital de trabajo	110
Inversión total del proyecto	110
Financiamiento	110
Talento humano	111
CAPÍTULO V	112
ANÁLISIS FINANCIERO	112
Determinación de los ingresos presupuestados	112
Presupuesto de ingresos por ventas	112
Presupuesto de egresos	113
Costos de producción	114
Materia prima directa	114

Mano de obra directa	115
Costos indirectos de fabricación	115
Resumen de costos de producción proyectados	116
Gastos administrativos	116
Gastos de ventas	118
Gasto financiero	120
Resumen de egresos	122
Estados financieros proyectados.	122
Estado de situación inicial	122
Estado de resultados con financiamiento	123
Estado de flujo de caja proyectado	123
Evaluación financiera	124
Determinación del costo de capital	125
Valor actual neto (VAN)	126
Tasa interna de retorno (TIR)	127
Período de recuperación	128
Beneficio / costo	129
Punto de equilibrio	130
CAPÍTULO VI	132
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA	
MICROEMPRESA	132
Nombre de la microempresa	132
Nombre del taller	132
Aspectos administrativos	133
Tipo de empresa	133
Titularidad de la propiedad de la empresa	133
Horario de funcionamiento	133
Base filosófica y estratégica de la empresa	133
Misión	134
Visión	134
Principios y valores	134

Políticas	135
Objetivos	135
Estructura orgánica	136
Organización funcional	137
Funciones nivel directivo	137
Gerente propietaria	137
Secretaria	140
Contador (honorarios)	141
Vendedora	143
Trabajadores	144
Requisitos legales para su funcionamiento	145
Calificación artesanal	146
Permiso de funcionamiento (patente municipal)	146
Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos	147
Reglamentación para el funcionamiento y seguridad	147
Reconocimiento de riesgos en el trabajo	147
Normas de seguridad	148
Normas de salud social	148
Extintores y dispositivos de extinción de incendios	148
Fosos de trabajo e instalaciones subterráneas u otras	149
Normas de seguridad, disposiciones legales	149
Evacuación de polvillo o cemento de contacto	150
CAPÍTULO VII	151
ANÁLISIS DE IMPACTOS DEL PROYECTO	151
Operatividad del análisis de impactos	151
Desarrollo del análisis de impactos	153
Impacto social	153
Impacto económico	154
Impacto comercial	155
Impacto empresarial	157
Impacto educativo	159

Impacto ambiental	160
Impacto general del proyecto	161
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	163
BIBLIOGRAFÍA	167
ANEXOS	169

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA Nº 1 ¿Dónde compra o consigue la materia prima para confeccionar las alpargatas?	52
TABLA Nº 2 ¿Cuánto dura el ciclo de producción de una docena de alpargatas por trabajador?	53
TABLA Nº 3 ¿Cuántas docenas de alpargatas confecciona a la semana en su empresa?	54
TABLA Nº 4 ¿Qué variedad de alpargatas confeccionan ustedes?	55
TABLA Nº 5 ¿Cómo considera la calidad de las alpargatas que confecciona?	56
TABLA Nº 6 ¿Cuenta con mano de obra calificada para la producción?	57
TABLA Nº 7 ¿Cuenta con un almacén para la venta de alpargatas?	58
TABLA Nº 8 ¿Cómo considera el posicionamiento de su empresa en el sector?	59
TABLA Nº 9 ¿Dónde vende sus productos?	60
TABLA Nº 10 ¿Cómo es la venta de este tipo de alpargatas?	61
TABLA Nº 11 ¿Cómo considera a la competencia en la confección de alpargatas?	62
TABLA Nº 12 ¿Cuál es el precio promedio de un par de alpargatas?	63

TABLA Nº 13 ¿Dónde se encuentra asociado su gremio?	64
TABLA Nº 14 ¿Quién planifica, organiza, ejecuta y controla los procesos del trabajo de las alpargatas?	65
TABLA Nº 15 ¿Existe algún tipo de reciclaje con los residuos que produce la microempresa?	66
TABLA Nº 16 ¿Cómo considera el nivel de contaminación ambiental?	67
TABLA Nº 17 ¿Qué nivel de deforestación hay al confeccionar las alpargatas con cabuya?	68
TABLA Nº 18 ¿Utiliza usted Alpargatas?	69
TABLA Nº 19 ¿Qué tipo de alpargatas utiliza usted?	70
TABLA Nº 20 ¿Cuántos pares de alpargatas utiliza al año?	71
TABLA Nº 21 ¿Dónde compra las alpargatas?	72
TABLA Nº 22 ¿Cuántos almacenes de alpargatas de cabuya existen en Otavalo?	73
TABLA Nº 23 ¿Cómo considera el precio de las alpargatas?	74
TABLA Nº 24 ¿Conoce algún fabricante o productos de alpargatas?	75
TABLA Nº 25 ¿Cree necesario la creación de una microempresa de alpargatas que lidere el mercado en Otavalo?	76
TABLA Nº 26 ¿Estaría dispuesto a comprar las alpargatas para usted y su familia en esta microempresa nueva?	77
TABLA Nº 27 ¿Cómo debería darse a conocer esta nueva microempresa?	78

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO Nº 1.1 Mapa de Imbabura	1
GRÁFICO Nº 1.2 Mapa de Otavalo	2
GRÁFICO Nº 1.3 Mapa de la Parroquia Miguel Egas	5
GRÁFICO Nº 1.4 Mapa del sector productivo	9
GRÁFICO Nº 1.5 Simbología de la producción	10

GRÁFICO N° 2.1 Alpargatas tradicionales	24
GRÁFICO N° 3.1 Canales de comercialización	92
GRÁFICO N° 4.1 Nombre de la microempresa	95
GRÁFICO N° 4.2 Macrolocalización	96
GRÁFICO N° 4.3 Ubicación de la empresa	97
GRÁFICO N° 4.4 Croquis del sector donde debe estar ubicado el almacén	98
GRÁFICO N° 4.5 Descripción del área del taller	98
GRÁFICO N° 4.6 Flujograma del proceso	104
GRÁFICO N° 4.7 Flujograma de la comercialización del producto	105
GRÁFICO N° 6.1 Logo	132
GRÁFICO N° 6.2 Estructura orgánica	136

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1.1 Datos generales de Otavalo	6
CUADRO N° 1.2 Población según su cultura	7
CUADRO N° 1.3 Población según nacionalidad o pueblo indígena	7
CUADRO N° 2.1 Referencias del VAN	32
CUADRO N° 3.1 Matriz de relación diagnóstica	48
CUADRO N° 3.2 Población a investigarse	50
CUADRO N° 3.3 Resumen de la muestra	51
CUADRO N° 3.4 Preferencia por alpargatas de cabuya	81
CUADRO N° 3.5 Preferencia por alpargatas de cabuya	81
CUADRO N° 3.6 Gusto por el tipo de alpargata	82
CUADRO N° 3.7 Costos de los alpargatas en el mercado	82
CUADRO N° 3.8 Pares de alpargatas que utiliza al año	83
CUADRO N° 3.9 Confección de alpargatas a la semana	84
CUADRO N° 3.10 Datos de la oferta	84
CUADRO N° 3.11 Datos históricos de la oferta	85
CUADRO N° 3.12 Histórico de la producción	85
CUADRO N° 3.13 Proyección de la oferta	87

CUADRO N° 3.14 Datos de la demanda	88
CUADRO N° 3.15 Proyección de la demanda potencial	89
CUADRO N° 3.16 Balance entre oferta y demanda	90
CUADRO N° 3.17 Proyección de precios	91
CUADRO N° 4.1 Producción mensual	102
CUADRO N° 4.2 Principales diseños de alpargatas	106
CUADRO N° 4.3 Muebles y enseres	108
CUADRO N° 4.4 Equipos de computación	108
CUADRO N° 4.5 Activos diferidos	109
CUADRO N° 4.6 Arrendamiento	109
CUADRO N° 4.7 Capital de trabajo	110
CUADRO N° 4.8 Resumen de inversiones	110
CUADRO N° 4.9 Estructura del financiamiento	111
CUADRO N° 4.10 Gastos sueldos	111
CUADRO N° 5.1 Ingresos Presupuestados alpargatas mujeres	113
CUADRO N° 5.2 Ingresos Presupuestados alpargatas hombres	113
CUADRO N° 5.3 Materia Prima alpargatas mujeres	114
CUADRO N° 5.4 Materia Prima alpargatas hombres	114
CUADRO N° 5.5 Gastos sueldos y salarios operarios	115
CUADRO N° 5.6 Costos Indirectos de Fabricación	115
CUADRO N° 5.7 Resumen Costos de Producción	116
CUADRO N° 5.8 Gasto sueldos y salarios personal	116
CUADRO N° 5.9 Gasto Arriendos	117
CUADRO N° 5.10 Gastos de Limpieza	117
CUADRO N° 5.11 Gastos Suministros y Materiales	117
CUADRO N° 5.12 Gastos Servicios Básicos	118
CUADRO N° 5.13 Gastos Sueldos y Salarios vendedor	118
CUADRO N° 5.14 Gasto Publicidad	119
CUADRO N° 5.15 Depreciaciones	119
CUADRO N° 5.16 Amortizaciones	119
CUADRO N° 5.17 Tabla de Amortización	121
CUADRO N° 5.18 Resumen de Egresos	122

CUADRO N° 5.19 Balance de Situación Inicial	122
CUADRO N° 5.20 Estado de Pérdidas y Ganancias	123
CUADRO N° 5.21 Flujo de Caja Proyectado	124
CUADRO N° 5.22 Coste de Capital	125
CUADRO N° 5.23 Valor Actual Neto	126
CUADRO N° 5.24 Tasa Interna de Retorno	127
CUADRO N° 5.25 Recuperación de la Inversión	128
CUADRO N° 5.26 Beneficio Costo	129
CUADRO N° 5.27 Punto de Equilibrio	130
CUADRO N° 7.1 Nivelación de impactos	151
CUADRO N° 7.2 Valoración de impactos	152
CUADRO N° 7.3 Impacto social	153
CUADRO N° 7.4 Impacto económico	154
CUADRO N° 7.5 Impacto comercial	156
CUADRO N° 7.6 Impacto empresarial	157
CUADRO N° 7.7 Impacto educativo	159
CUADRO N° 7.8 Impacto ambiental	160
CUADRO N° 7.9 Impacto general del proyecto	161

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO

1.1 ANTECEDENTES

En la provincia de Imbabura se encuentra Otavalo como uno de los cantones más prósperos; donde la mayor parte de la población es indígena

GRÁFICO Nº 1.1



Fuente: Mapas del Gobierno provincial de Imbabura
Elaborado: Autora

1.1.1 HISTORIA DE OTAVALO

Cuando se habla del apareamiento de la comunidad de Otavalo, se introduce en múltiples investigaciones, monografías, crónicas, artículos y reportajes que no logran definir con exactitud su origen. Sin embargo, Carlos Larrea, en su estudio "Notas de Prehistoria e Historia Ecuatoriana", mantiene que los vestigios arqueológicos más antiguos trabajados por manos hábiles y persistentes, datan de unos 10.000 años de antigüedad, los mismos que fueron encontrados en la Sierra Norte de Quito.

Para González Suárez, en su obra "Los aborígenes de Imbabura y Carchi", sostiene que las tribus que poblaban Imbabura y una buena parte de lo que es hoy Ecuador, provienen de la rama Antillana, procedente del Caribe, que llegaron a estas tierras a través de los ríos Marañón y Napo.

A pesar de esta variedad de interpretaciones, en cuanto al origen de las comunidades: Imbayas, Sarances y Otavaleña, se puede afirmar que en un momento de la migración, fueron interactuando grupos de cazadores-recolectores, por la necesidad de subsistir, lo que generó, en un segundo momento, un conocimiento del medio, de las plantas y de los animales a tal punto que desarrollaron sistemas de agricultura, de irrigación, domesticación de animales y, en una forma lenta y paulatina, empezaron a producir ricas expresiones artesanales, alcanzando niveles elevados de organización y de producción”¹.

Dentro de los datos históricos de la ciudad de Otavalo está la Invasión Inca a fines del siglo XV y los primeros 25 años del siglo XVI; Sebastián de Benalcázar lo funda en 1534, teniendo como patrono a San Luis. En 1673 se realizó el traslado del Otavalo antiguo al nuevo asentamiento (actual urbe).

GRÁFICO Nº 1.2



Fuente: Mapas de Otavalo (Municipio de Otavalo) 2010
Elaborado: Autora

¹ Ídem.

En 1580 empezó a funcionar el Obraje Mayor de Otavalo y el de Peguche desde 1613. El 11 de noviembre de 1811 se eleva el Asiento de Otavalo a la categoría de Villa.

Otavalo fue cantonizado el 25 de junio de 1824, por el General Francisco de Paula Santander. Otavalo fue elevada a la categoría de ciudad, mediante un decreto emitido por el Libertador Simón Bolívar, el 31 de Octubre de 1829.

El 16 de agosto de 1868 ocurre el terremoto en Ibarra; por su cercanía, la ciudad de Otavalo resultó severamente afectada. En 1918 llegó el tren por primera vez hasta San Rafael. En 1952 inició la Fiesta del Yamor.

El 24 de marzo de 1913 se inauguró el servicio de energía eléctrica en la ciudad de Otavalo. La obra fue impulsada por los hermanos Tomás y Abel Pinto.

Actualmente Otavalo es una ciudad pequeña, moderna y atractiva gracias a sus parques, iglesias y varias casas de estilo colonial, pero sobre todo gracias a la simpatía y la cordialidad de su gente. Las iglesias de San Luis, San Francisco y El Jordán son las más antiguas y las más visitadas debido a su arquitectura, su riqueza escultórica y su ubicación en el sector céntrico de la ciudad, a más de ser consideradas como verdaderos íconos del sincretismo religioso y cultural.

Otavalo es uno de los cantones más comerciantes de la provincia, así como también la más visitada por turistas nacionales y extranjeros; por lo que gracias a la riqueza cultural de su gente y a la identidad india que llevan en su sangre.

1.1.2 PARROQUIAS URBANAS

La cabecera cantonal tiene dos parroquias urbanas tomando como referencia a la calle Juan Montalvo, dividiendo a la ciudad por el norte a la parroquia de El Jordán y el sur para San Luis.

“La parroquia de San Luis comprende las siguientes comunidades: La Cruz, Monserrate, Cachimbiro, Guananzig, La Compañía, Agato, Camuendo Grande, Imbabuela Alto, Imbabuela Bajo, La Magdalena, Cruz Loma, Mojanda, La Esperanza, Jatunyacu, Arias Pamba”
www.otavalovirtual.com/turismo/parroquias.htm

La parroquia El Jordán incluye las comunidades de El Cardón, La Bolsa, Arias Urco, San Juan, San Pedro, La Quinta, Cuchicullá, Santiaguillo, La Joya, La Rinconada, Rosas Pamba, Ayancha, Cuarapunro, Azama, Pigulca, Patalanga, Río Blanco, Punyaro y Cotama.
www.otavalovirtual.com/turismo/parroquias.htm

1.1.3 PARROQUIAS RURALES

Otavalo tiene las siguientes parroquias rurales:

- EUGENIO ESPEJO
- GONZÁLEZ SUÁREZ
- SAN JUAN DE ILUMAN
- MIGUEL EGAS CABEZAS (PEGUCHE)
- SAN PEDRO DE PATAQUÍ
- SAN JOSÉ DE QUICHINCHE
- SAN PABLO
- SAN RAFAEL
- SELVA ALEGRE (SAN MIGUEL DE PAMPLONA)

En la parroquia Miguel Egas Cabezas existen comunidades Indígenas como: Peguche, Agato, La Bolsa, Quinchuqui, Faccha LLacta, Yacu Pata, Arias Uco.

GRÁFICO N° 1.3
Mapa de la Parroquia Miguel Egas



Fuente: Historia de Otavalo, IOA (Instituto Otavaleño de Antropología)

1.1.4 CLIMA DE OTAVALO

Otavalo se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura, a 110 Km al norte de la ciudad de Quito y a 2530 metros sobre el nivel del mar. Cuenta con una enorme riqueza cultural en la que sus habitantes mantienen su identidad, fortalecida por mitos, leyendas, costumbres y tradiciones. Actualmente Otavalo es uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador, rodeado de montañas, lagunas, ríos, quebradas y vertientes hacen de esta pequeña ciudad sea un paraíso al que siempre se vuelve. La ciudad de Otavalo es reconocida mundialmente por el famoso mercado indígena de artesanías, donde se puede encontrar millones de artículos hechos a mano, en algodón, lana, cuero, madera, cerámica, etc.

CUADRO N° 1.1

Datos de interés

Región:	Sierra
Provincia:	Imbabura
Latitud:	00° 21' N
Longitud:	078° 07' O"
Clima:	13° C a 20° C
Población:	89.562 (estimación 2008)
Fundación:	28 de Septiembre de 1606
Alcalde:	Mario Hernán Conejo Maldonado
Código postal:	EC100450
Prefijo telefónico:	593 6
Moneda:	Dólar Americano
Idioma predominante:	Español y Kichwa
Aeropuerto:	-
Distancia a Guayaquil:	320 km. aprox.
Distancia a Quito:	110 km. aprox.

1.1.5 POBLACIÓN

La población indio-mestiza del Cantón se halla desparramada en toda la circunscripción territorial, agrupándose en determinados sectores rurales, para presentar secciones densas o ya diseminadas en la jurisdicción.

En la convivencia con la gente indígena, el turismo descubrirá maravillosos pasajes íntimos.

El folklor de Otavalo es variado y riquísimo, así como desconocido en su magnitud real. Es la difusión de esta manifestación cultural auténtica, producto del saber y de la enorme sensibilidad de las mayorías indígenas.

CEPAL/CELADE Redatam+SP 09/05/2012

Base de datos

Ecuador::Censo de Población y Vivienda 2010

Universo

Urbano

Área Geográfica

Provincia de Imbabura

Frecuencia

de Autoidentificación según su cultura y costumbres

CUADRO N° 1.2
Población según su cultura

ÁREA # 1004	OTAVALO		
Autoidentificación según su cultura y costumbres	Casos	%	Acumulado %
Indígena	11.219	28,51 %	28,51 %
Afroecuatoriano/a Afrodescendiente	402	1,02 %	29,53 %
Negro/a	139	0,35 %	29,88 %
Mulato/a	247	0,63 %	30,51 %
Montubio/a	124	0,32 %	30,83 %
Mestizo/a	26.369	67,00 %	97,83 %
Blanco/a	791	2,01 %	99,84 %
Otro/a	63	0,16 %	100,00 %
Total	39.354	100,00 %	100,00 %

CEPAL/CELADE Redatam+SP 09/05/2012

CUADRO N° 1.3
Población según nacionalidad o pueblo indígena

AREA # 1004	OTAVALO		
Nacionalidad o Pueblo Indígena al que pertenece	Casos	%	Acumulado %
Achuar	2	0,02 %	0,02 %
Chachi	8	0,07 %	0,09 %
Shuar	2	0,02 %	0,11 %
Andoa	18	0,16 %	0,27 %
Kichwa de la sierra	2.357	21,01 %	21,28 %
Natabuela	5	0,04 %	21,32 %
Otavalo	7.805	69,57 %	90,89 %
Karanki	81	0,72 %	91,61 %
Kayambi	55	0,49 %	92,10 %
Kitukara	2	0,02 %	92,12 %
Panzaleo	7	0,06 %	92,18 %
Chibuleo	4	0,04 %	92,22 %
Salasaka	8	0,07 %	92,29 %
Kisapincha	9	0,08 %	92,37 %
Waranka	1	0,01 %	92,38 %
Puruhá	36	0,32 %	92,70 %
Kañari	2	0,02 %	92,72 %
Saraguro	2	0,02 %	92,74 %
Se ignora	815	7,26 %	100,00 %
Total	11.219	100,00 %	100,00 %
	INDÍGENAS		
NSA :	28.135	39.354	

CEPAL/CELADE Redatam+SP 09/05/2012

1.1.6 SECTORES PRODUCTIVOS

Desde muchísimo tiempo atrás, dos han sido las actividades principales de los indígenas de Otavalo: el trabajo textil y el comercio. De la actividad textil de la época prehispánica no ha quedado vestigios materiales, sino referencias ocasionales; del período colonial hay testimonios, como el de Don Sancho de Paz Ponce de León, el más notable y conocido corregidor de Otavalo del siglo XVI que en su Relación de 1582 dice: "los tratos que hay entre los naturales en hacer mantas de algodón y venderles por oro a españoles y a indios para pagar sus tributos".

En el tiempo de la Colonia, en la región de Otavalo funcionaban varios obrajes, que eran "fábricas de paños ordinarios, bayetas y otros tejidos de lana" donde los indígenas trabajaban en condiciones inhumanas. A fines del siglo XVI, el obraje Mayor de Otavalo, que contaba con 500 trabajadores, era uno de los más importantes de la Audiencia de Quito, allí se producía "paños, jergas, frazadas y pañetes". En 1622 se fundó el obraje de San Joseph de Buenavista de Peguche, que tenía entre 200 y 300 indios para su funcionamiento; su producción más importante eran paños y bayetón azul, para uniformes del ejército y hábitos de congregaciones religiosas, lo mismo que jergas y bayetas, para ropa de personas pobres.

En 1631, ante una orden del rey de España para cerrar y demoler los obrajes, donde se cometían innumerables abusos contra los indios, Lope Antonio de Munive, presidente de la Audiencia, argumentaba que por no haber minas ni otra fuente de trabajo para los indígenas, se conserven los obrajes, puesto que el oficio textil "que además de ser el que entienden y al que se acomodan mejor respecto de su natural flojedad, trabajan a la sombra con más comodidad que en la cultura de los campos". En 1684, el rey aceptó el pedido de Munive

Con sus técnicas ancestrales y con las herramientas y tecnologías que aportaron los conquistadores castellanos, los indígenas, en sus propios

talleres, continuaron trabajando en la producción de ponchos, fajas, lienzos, bayetas, etc., para su uso. Con el paso del tiempo se dedicaron a tejer chalinas, cobijas y otros artículos para los consumidores blanco-mestizos de la cabecera cantonal

Pero la producción textil no permaneció en su línea tradicional y los cambios más importantes se dieron desde mediados de la década de 1960, hasta el presente, por la influencia de varios factores: la introducción de fibras acrílicas (orlón) en el mercado local, materia prima que desplazó a la lana y que obliga a volverse tejedores a quienes eran hiladores; la construcción de la actual carretera panamericana que facilitó el flujo turístico a Otavalo, lugar que se convirtió en uno de los puntos de visita casi obligatoria para los extranjeros; la construcción del nuevo mercado "Centenario" por el Instituto Otavaleño de Antropología, con recursos económicos y ayuda técnica de los Países Bajos; etc.

Ante el incremento de la demanda de textiles, los artesanos otavaleños compraron telares mecánicos a las industrias que renuevan sus equipos obsoletos. Así se comenzó a producir enormes cantidades de objetos exactamente iguales, de inconfundible origen industrial, que son promocionados y vendidos como "Artesanía Otavaleña".

GRÁFICO Nº 1.4

Mapa del sector productivo



Fuente: Historia de Otavalo, IOA (Instituto Otavaleño de Antropología)

1.1.7 SIMBOLOGÍA DE LA PRODUCCIÓN

GRÁFICO N° 1.5
Simbología de la producción

	INDUMENTARIA BORDADA		CERERIA
	ALFARERIA		JUGUETERIA
	INSTRUMENTOS FOLKLORICOS		TALLADO EN CACHO
	INDUMENTARIA FOLKLORICA		ALPARGATERIA
	BATANERIA		PIROTECNIA
	TEXTILERIA		EBANISTERIA
	CARPINTERIA		JARCIERIA
	CESTERIA		CANTERIA
	HERRERIA DE FORJA		CURTIDURIA
	LATONERIA		LAUDERIA
			ORFEBRERIA

Fuente: www.otavalo.com

1.1.8 DISTRIBUCIÓN DE ETNIAS

1.1.8.1 Rasgos de interculturalidad en Otavalo

Otavalo es un pueblo precolombino con funciones político administrativas muy importantes en la época colonial y actualmente convertido en centro de comercio internacional y de las más diversas relaciones culturales. En su área administrativa incorporaba al pueblo kayambi, los karanquis y los otavalos.

En el espacio actual de Otavalo interactúan las etnias o grupos socioculturales mestizo e indígena en porcentajes similares y muy pocas

familias de la cultura negra que han llegado en condición de migrantes ya sea de la costa o de los valles serranos.

En Otavalo, estas dos culturas mayoritarias en población han evolucionado de manera paralela pero indiferente y separada. Así es como por ejemplo el indígena otavaleño apela a su habilidad y sabiduría artesanal del tejido para producir lo que sabe hacer y busca su mercado nacional e internacional, sin que nadie le de la mano, es decir, ni propios ni extraños, sino de manera autosuficiente y privada.

Los procesos de cambio económico en los indígenas contribuyen a dinamizar las relaciones entre indígenas y mestizos, puesto que los unos tienen el dinero y los otros los servicios.

1.1.9 ASPECTO ECONÓMICO

El turismo es tan antiguo como el hombre y nace con él mismo; desarrollándose lenta y espontáneamente. Los primeros movimientos turísticos organizados se dieron durante la época romana cuando se impuso entre las clases más ricas. Fue no obstante al final de la Segunda Guerra Mundial el momento de la aparición del "boom turístico".

El crecimiento de esta actividad conlleva también retos, como por ejemplo la necesidad de renovar constantemente las infraestructuras turísticas, controlar el desequilibrio económico del país receptor, cuidar el medioambiente general y brindar un servicio de calidad.

El turismo es un vehículo de interconexión entre países y habitantes, un potente medio para abrir los horizontes de los que viajan, permite el crecimiento del nivel cultural de las masas, crea vínculos de inversión, genera empleo directo e indirecto. Todos estos factores y otros más, han hecho que el turismo se haya desarrollado a través del tiempo y de la

historia hasta llegar a ser hoy en día un factor de primer orden como vía alterna de desarrollo económico.

El turismo en su historia pasa de haber sido privilegio elitescos a ser disfrute de las mayorías y el correr del tiempo ha cimentado al turismo como una gran actividad económica al alcance de grandes masas hoy con derecho a participar en el consumo del "producto industrial" del turismo que es la recreación y el descanso (<http://www.almas.tv/>).

1.1.10 ASPECTO SOCIAL

La organización social en nuestro cantón se diferencia tanto en la comunidad indígena como en la comunidad mestiza.

a). Comunidad

La Comunidad indígena es la unión de "runas" que viven dentro de un territorio con ideas propias, trabajando en conjunto o en familia en busca de mejores días para la comunidad. Están dirigidos por el Cabildo que es la autoridad y es el **yaya - mama** para todos los moradores. Ellos vigilan por el bienestar y median los problemas, realizan constantemente gestiones, convocan a mingas para la apertura y limpieza de caminos, buscando siempre el adelanto de la comunidad.

b). Relaciones con otras comunidades

Estar organizados y coordinados permite resolver mejor los diferentes problemas. En trabajos como la minga, las cosechas, apertura de caminos, en reuniones de agua, problemas de linderos; siempre los Cabildos se reúnen como una gran familia para conversar, intercambiar ideas para solucionar los problemas. Esto es muy importante porque resuelven entre ellos sin mediación de autoridades del estado.

c). Alimentación y vestimenta

El consumo de granos por los padres y abuelos en la alimentación hoy ha sido cambiada por comidas con muy pocos nutrientes, por esto, es que las nuevas generaciones se enferman y son débiles para los trabajos. El cambio de ropa tradicional por la de moda es notorio en todas las comunidades.

d). Vida entre familias

Las familias y la comunidad misma tienen costumbres, en las que se juntan durante las fiestas de la comunidad o en la familia. En un matrimonio por ejemplo, los familiares cercanos apoyan con granos, ropa y la preparación de la comida para las fiestas, de la misma manera los familiares lejanos regalan en menor cantidad, pero están juntos todos en las fiestas, se consideran entre familiares hasta una cuarta generación.

e). La comunidad de los abuelos y la comunidad actual

Es diferente; antes se dice que había más respeto, mejor manejo de las tierras, más unidad entre los **Ayllus** durante las fiestas, mirando ahora, los jóvenes migran apenas cumplen 15 años. Hasta los 12 años vivían en el mundo comunitario, acogiendo las ideas, practicando y dando importancia, después se inició un proceso de cambio de valores generando problemas en muchos casos. De allí, que se ha actualizado los reglamentos internos para poder mantener el orden en la comunidad. Los padres y abuelos siempre corrigen y aconsejan en familia, las faltas fueron y aún son castigados hasta la actualidad.

f). Educación

La educación bilingüe es muy importante, el poder hablar en los dos idiomas y tratar de entenderse entre culturas es primordial en los tiempos actuales. A través de este tipo de educación la identidad se fortalece.

Los ancianos apoyan bastante en la comunidad como moradores y como directivos. Tienen mucha experiencia, ellos actualmente son los consejeros de las familias y de la comunidad, porque han ganado confianza y demostrado trabajo comunitario. Cuando uno de ellos está en dificultades, se da a conocer en las reuniones comunitarias y les apoyan.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 GENERAL

Realizar un diagnóstico estratégico situacional de la producción de Alpargatas de cabuya en la parroquia Miguel Egas del cantón Otavalo para identificar oportunidades y amenazas de la producción.

1.2.2 ESPECÍFICOS

- Reconocer el entorno del proyecto y sus posibles factores influyentes.

1.3 DIAGNÓSTICO EXTERNO

Por tratarse de una microempresa nueva, no se puede realizar un diagnóstico interno (FODA); por lo cual, se hace necesario, conocer el entorno donde funcionará este proyecto, para ellos es fundamental analizar el entorno en cuanto a los posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendría la pequeña empresa a ser implementada en el lugar macro escogido para su ubicación y su posterior funcionamiento.

1.3.1 ALIADOS

Es la búsqueda consciente de un plan de acción que permita a una organización posicionarse en el sector o industria, de manera tal que

obtenga una ventaja competitiva sostenible, que permita alcanzar un retorno superior en el largo plazo. Las ventajas competitivas se logran a través de los siguientes factores: la eficiencia, eficacia, calidad, innovación, capacidad para satisfacer al cliente, así, la ventaja competitiva es la habilidad para obtener mayor rendimiento que los rivales, ya que el objetivo primordial de la empresa es el rendimiento.

- Convenio de trabajo con las empresas turísticas dedicadas al turismo con extranjeros que son quienes están interesados por las alpargatas de cabuya.
- Infraestructura adecuada
- Predisposición de los operarios para trabajar con entusiasmo en el proyecto.
- Obtención de certificaciones de calidad.
- Conocimiento de la elaboración de alpargatas de cabuya

1.3.2 OPONENTES

Un factor importante que se debe tomar en cuenta es la competencia de empresas similares a la nuestra ya que pueden producir productos sustitutos a bajo costo. Ocasionando que la producción de alpargatas no tengan una gran acogida en el mercado. Lo que puede provocar que la empresa se encuentre al borde de la quiebra.

- Desconocimientos de técnicas especializadas para la elaboración de este producto.
- Carencia de mano de obra calificada en el sector.
- Competencia de productos sustitutos en cadenas de mercados.
- Competencia desleal en el sector.

1.3.3 OPORTUNIDADES

A continuación se prevén las siguientes oportunidades de crecer y posicionarse en el mercado, por parte de la empresa a crearse:

- Mercado de alta demanda porque en Otavalo más de la mitad de la población utiliza alpargatas
- Convenios con ONGs y empresas privadas para comercializar el producto.
- Existencia de nuevos nichos de mercado.

1.3.4 RIESGOS

Se trata de la probabilidad, que un peligro (causa inminente de pérdida), ocurra afectando a una actividad determinada, durante un período definido. En definitiva, son eventualidades, factores negativos que las empresas están expuestas en sus operaciones. Se puede entender como el potencial de pérdidas que existen, asociados a una operación productiva de un bien o servicio, cuando cambian en forma no planeada las condiciones definidas, como estándares para garantizar el funcionamiento de un proceso o del sistema productivo en su conjunto. Al respecto, se determinan los siguientes riesgos:

- a) Volatilidad del mercado
- b) Crisis económica nacional y del sector.
- c) Créditos con altas tasas de interés.
- d) Inestabilidad socioeconómica.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. MICROEMPRESA

2.1.1 CONCEPTO

“La microempresa es aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción, de comercialización de bienes o prestación de servicios”

17 Ene 2008 <http://www.slideshare.net/guestc1276f/microempresas-232483> (consultado el 19 de mayo de 2012)

“Una micro empresa o microempresa 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”.

<http://definicion.de/micro-empresa/> (consultado el 19 de mayo de 2012)

Tomando en cuenta los dos conceptos anteriores se establece que la microempresa es una entidad natural o jurídica que se dedica a la actividad de producción o de servicios; la microempresa se la define también como **pequeñas y medianas empresas (pymes)**.

2.1.2 VENTAJAS Y DESVENTAJAS

VENTAJAS DE LA MICROEMPRESAS: Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos. Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida Generar redes de

apoyo de tipo técnico y financiero para la reinserción de los emprendedores en la actividad económica Marco legal sobre el cual se brindará el soporte y financiamiento a la microempresa

DESVENTAJAS DE LAS MICROEMPRESAS: “Utilizan tecnología ya superada Dificultad de acceso a crédito. Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente. La producción generalmente, va encaminada al Mercado interno” 17 Ene 2008 <http://www.slideshare.net/guestc1276f/microempresas-232483> (consultado el 19 de mayo de 2012)

2.1.3 IMPORTANCIA

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

“Las microempresas abarcan una parte importante del empleo. Sea que representen un cambio en la estructura del empleo o más bien una nueva manera de visualizarla, se les otorga una creciente atención”, dice el sociólogo chileno Oscar Mac-Clure, en su trabajo [“Las microempresas: ¿una solución a los problemas de empleo?”](#) 14 Agosto 2008

Sin embargo, enfrentan serias dificultades, de las que [Alejandro Escudero, cita en su blog:](#) 14 Agosto 2008 expresa: **“Las empresa tienen problemas de gestión en este sentido que no existe una planificación del trabajo, que se refleja en la falta de un plan de trabajo, falta de horarios, insuficiente administración de recursos, problemas en el manejo y distribución del dinero (no presentan**

sueldos fijos y no cuentan con sistemas de registros contables eficientes) y falta de manejo de las leyes laborales”.

ECUADOR actualmente no posee un sistema que le permita a las pymes o microempresas prever las futuras necesidades que pueda tener el consumidor, como también un sistema que brinde soluciones a los posibles problemas que pueden presentar, es por ello que muchas microempresas terminan por disminuir la demanda de su producto o servicio.

Como parte de la importancia que el estado da a las empresas y microempresas esta la LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA en el Título II del SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA en el Art. 9. Literal 5 expresa:

5. Promover la participación de artesanos, profesionales, micro, pequeñas y medianas empresas con ofertas competitivas, en el marco de esta Ley;

2.1.4 DATOS GENERALES DE LA MICROEMPRESAS EN EL ECUADOR

Art. 53 (Código de la Producción; 2010)

2.1.4.1 Definición y Clasificación de las MIPYMES

La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento al Código de la Producción ([Art. 106](#)).

Art. 106 (Reglamento Código de la Producción; 2010)

2.1.4.1 Clasificación de las MYPIMES

Para la definición de los programas de fomento y desarrollo empresarial a favor de las micro, pequeñas y medianas empresas, éstas se considerarán de acuerdo a las categorías siguientes:

- **Micro empresa:** Es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US \$ 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América;
- **Pequeña empresa:** Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil uno (US \$ 100.001,00) y un millón (US \$ 1'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América; y,
- **Mediana empresa:** Es aquella unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno (USD 1'000.001,00) y cinco millones (USD 5'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América

2.1.6 OBJETIVOS

- Crear microempresas sustentables con mínimo costo financiero.
- Generar fuentes de trabajo estables en las comunidades
- Promover la cultura emprendedora
- Generar redes de apoyo de tipo técnico y financiero para la reinserción de los emprendedores en la actividad económica Marco legal sobre el cual se brindará el soporte y financiamiento a la microempresa

2.1.7 ÁREAS FUNCIONALES DE UNA EMPRESA

“Un área funcional son las actividades más importantes en la empresa, por medio de las cuales se alcanzan las metas y objetivos”

<http://es.scribd.com/doc/52206167/Areas-funcionales-de-una-empresa> 3

Abr. 2011 dentro de las áreas funcionales se encuentran las siguientes:

- Área de Finanzas: Es el área que se encarga del óptimo control, manejo de recursos económicos y financieros de la empresa, esto incluye la obtención de recursos financieros tanto internos como externos.
- Área de Mercadotecnia: Es el área que se encarga de canalizar los bienes y servicios desde el producto hasta el consumidor o demandante.
- Área de Producción: Es el área encargada de transformar la materia prima en productos y servicios terminados, utilizando los recursos humanos, económicos y materiales (herramientas y maquinaria) necesarios para su elaboración.
- Ingeniería de planta: Es el área que da funcionalidad a la empresa dentro de infraestructura, maquinaria y otros.
- Área de Personal (o de Recursos humanos): Es el área encargada de la dirección eficiente y efectiva del recurso humano de la empresa.

2.1.8 ORGANIGRAMAS

“Es una representación grafica de una estructura académica o administrativa que se define como un esquema o rectángulo o por medio de diversas figuras”. <http://www.slideshare.net/angelus83/tipos-de-organigramas-2850724> enero 07, 2010.

Por lo general el organigrama muestra los cargos principales en la parte superior, con sucesivos cargos subordinados en posiciones sucesivamente inferiores. Se utilizan líneas que indican los canales de autoridad y que unen los diferentes bloques que representan los cargos. **“Las personas que desempeñan cargos importantes en la parte superior del organigrama poseen la mayor autoridad, en tanto que los que se encuentran en la parte inferior, son los que tienen cargos menores”.**

<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=1&sg=4> (consultado el 19 de mayo del 2012)

2.1.9 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

“La planeación o planificación estratégica es el proceso a través del cual se declara la visión y la misión de la empresa, se analiza la situación interna y externa de ésta, se establecen los objetivos generales, y se formulan las estrategias y planes estratégicos necesarios para alcanzar dichos objetivos”. Fred R. David 28 Febrero 2011. <http://www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/>,

La planeación estratégica se realiza a nivel de la organización, es decir, considera un enfoque global de la empresa, por lo que se basa en objetivos y estrategias generales, así como en planes estratégicos, que afectan una gran variedad de actividades, pero que parecen simples y genéricos”.

La planificación estratégica es la cual se desarrolla para organizar y se puede divisar a la empresa en forma global, por lo cual tiene objetivos, estrategias generales y los planes estratégicos que ejecutará la empresa en un determinado tiempo.

2.2 DEMANDA Y OFERTA

2.2.1 DEMANDA

Sergio Gautvel Hartman (2007) define a la demanda como **“la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado”** (Pág.308). La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor.

La demanda se expresa gráficamente por medio de la curva de la demanda. La pendiente de la curva determina cómo aumenta o disminuye la demanda ante una disminución o un aumento del precio. Este concepto se denomina la elasticidad de la curva de demanda.

2.2.2 OFERTA

Sergio Gautvel Hartman (2007) define a la **“oferta como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado”**.(Pág.309) Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros.

Gautvel Hartman (2007) expresa:

“Existe un conjunto de factores que determinan la oferta de un empresario individual. Éstos son la tecnología, los precios de los factores productivos (tierra, trabajo, capital) y el precio del bien que se desea ofrecer. Se expresa gráficamente por medio de la curva de la oferta. La pendiente de esta curva determina cómo aumenta o disminuye la oferta ante una disminución o un aumento del precio del bien. Ésta es la elasticidad de la curva de oferta. (p.311)

La ley de la oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, la oferta que exista de ese bien va a ser mayor; es decir, los

productores de bienes y servicios tendrán un incentivo mayor para ofrecer sus productos en el mercado durante un período, puesto que obtendrán mayores ganancias al hacerlo. El sistema de economía de mercado, para desarrollar sus funciones, descansa en el libre juego de la oferta y la demanda.

2.3 ALPARGATAS TRADICIONALES

GRÁFICO N° 2.1

Tipos de alpargatas



2.3.1 ORIGEN

Hay quienes dicen que las alpargatas tuvieron su origen en la sandalia egipcia en la que los romanos centraron su inspiración para la creación de la pantufla cubierta que les ofrecía una efectiva protección contra el sol.

Lo que sí se sabe con certeza es que las alpargatas fueron introducidas en España y llevadas por los inmigrantes del pueblo Vasco hacia el territorio del Río de la Plata, en la primera etapa de inmigrantes entre los años 1835 y 1853. Las alpargatas fueron adoptadas por los trabajadores rurales sustituyendo a la bota de potro. A diferencia de otros calzados, las alpargatas se convirtieron en una prenda fundamental para hombres y mujeres y la compañera inseparable de la bombacha de caucho.

Las alpargatas tradicionales se confeccionan mediante el empleo una lona fuerte, con una suela que pueda estar hecha de goma, cuerda de yute o cáñamo. Las alpargatas se caracterizan por ser un tipo de calzado muy cómodo y liviano, y a la vez muy fresco ya que permite la correcta respiración de los pies.

Actualmente, la tecnología aporta una infinidad de posibilidades en cuanto a la fabricación, y las suelas hechas de yute se encuentran inyectadas con una fina capa de goma que aísla a la alpargatas de la humedad. También es común que se confeccionen en cuero, telas, con base de goma y diversos materiales. Junto a la industrialización surgió la fabricación de alpargatas en serie, que afectó de una manera muy grande a la fabricación artesanal de las mismas. Sin embargo aún no se han perdido esas costumbres artesanas que provocan que el producto manufacturado tenga su encanto particular.

La pieza de lona que va a formar la parte en donde se introduce el pie se cose a la parte delantera de la suela de yute y se respuntea toda hasta llegar al talón. El cosido puede realizarse por afuera de las alpargatas o alrededor de la suela, aunque lo más estético es que se realicen pequeñas puntadas por dentro de la alpargata. El artesano alpargatero realiza siempre sus trabajos a mano con la ayuda de su banqueta alpargatera y por lo general, las herramientas más comunes son tijeras, agujas e hilo de algodón junto con la tela con la que se va a ver envuelto el pie.

2.3.2 CLASIFICACIÓN DE LAS FIBRAS VEGETALES

Las fibras vegetales son aquellas fibras naturales extraídas del reino vegetal en sus más variadas formas: semillas, tallos, hojas, frutos y raíces y procesadas de forma tal que se obtienen productos de aplicación textil.

Vegetales forman junto a las fibras animales el gran mundo de las fibras naturales, ya que las fibras minerales son de menor importancia relativa. Y las fibras naturales comienzan a revalorizarse luego del “boom” de la introducción de las fibras sintéticas, y en todo el mundo se está haciendo esfuerzos para impulsar éste desarrollo. Para conocer más de cerca de cada una de las fibras vegetales, las analizaremos siguiendo el esquema dado en diseño de fibras, y crearemos las páginas de cada una de ellas a medida que la información obtenida así lo amerite.

2.3.3 FABRICACIÓN DE LAS ALPARGATAS DE YUTE

Las alpargatas de yute se fabrican a partir de cáñamo que es la materia prima con la que se va a trabajar. Esta planta alcanza casi los dos metros de altura y se cosecha cuando se encuentra totalmente seca sacudiéndola para así eliminar el cascarillo y la semilla. Se procede a agrupar las piezas en trenza atándose con dos vencejos y golpeándolas por los extremos para poder igualar las bases.

El hilo que se obtiene de esta planta debe trenzarse y se comienza sobre una cuerda atada en alguna pared o alguna puerta. La tarea del trenzado completo la constituyen 50 vueltas donde cada vuelta será la distancia desde el brazo hasta al pie. Debido a que las trenzas hechas con hilo de cáñamo no quedan armadas en una manera uniforme, es necesario prensarlas con una maquina de rodillos para perfeccionarla, y es aquí en donde empieza el verdadero labor del artesano alpargatero.

2.4 PROCESO CONTABLE

2.4.1 BALANCE GENERAL

“Muestra el estado financiero de una empresa de negocios en un instante particular. El Balance General tiene dos secciones que se contrapesan. En el lado izquierdo se listan los Activos, que representan los recursos de la empresa. En el lado derecho se listan los Pasivos y el Capital contable, que representan los reclamos

hechos contra los recursos”.

<http://definicion/contabilidad/empresas.com>

Las partidas del Balance General forman parte de la ecuación del Balance:

$$\text{Activos} = \text{Pasivos} + \text{Capital contable}$$

Los términos de esta ecuación se definen específicamente como sigue: Los activos son los recursos económicos de los que se espera que beneficien las entradas futuras de efectivo. Algunos ejemplos son el efectivo, los inventarios y el equipo.

Los pasivos son las obligaciones económicas que tienen la organización con terceros, o las reclamaciones de terceros contra sus activos. Un ejemplo es una deuda contra el banco. La evidencia usual de este tipo de deuda es un pagaré que indica las condiciones de pago. Los contadores utilizan el término de documentos por pagar para describir la existencia de pagarés. El capital contable es el interés residual en, o las reclamaciones restantes contra los activos de la organización después de restar los pasivos.

2.4.2 BALANCE DE COMPROBACIÓN

“Un balance de comprobación es un instrumento financiero que se utiliza para visualizar la lista del total de los débitos y de los créditos de las cuentas, junto al saldo de cada una de ellas (ya sea deudor o acreedor). De esta forma, permite establecer un resumen básico de un estado financiero”. <http://definicion/balance/comprobacion/>

El balance de comprobación refleja la contabilidad de una empresa u organización en un determinado período. Por eso, este balance actúa como base a la hora de preparar las cuentas anuales.

El balance de comprobación también permite confirmar que la contabilidad de la empresa esté bien organizada. Es posible que el balance de sumas y saldos sea correcto y que, sin embargo, incluya una contabilidad defectuosa. Ése sería el caso, por ejemplo, de alguien que ha pagado a un proveedor pero le anotó dicho pago a otro. El balance sería correcto desde los números, pero no en la práctica.

2.4.3 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

“Es un informe contable que presenta en forma ordenada las cuentas de Rentas, Costos y Gastos, para determinar el resultado económico de una empresa, obtenido durante un período de tiempo dado”.

<http://vagosensexto.blogspot.com/2010/03/estados-financieros.html>

2.5 LA INVERSIÓN

“El concepto inversión se define como el gasto monetario en la adquisición de capital fijo o capital circulante, o el flujo de producción encaminado a aumentar el capital fijo de la sociedad o el volumen de existencias. Aunque también la podemos definir como la actividad económica por la cual se renuncia a consumir hoy con la idea de aumentar la producción a futuro. Por otro lado, también se dice que “es gastar dinero con la esperanza de obtener utilidades”.

<http://www.inversion-invertir.com/index.php/concepto-inversion/>

En el caso particular de inversión financiera los recursos se colocan en títulos, valores y demás documentos financieros, a cargo de otros entes, con el objeto de aumentar los excedentes disponibles por medio de la percepción de rendimientos, dividendos, variaciones de mercado y otros conceptos. Una inversión puede reducirse a las corrientes de pagos e ingresos que origina considerando cada uno, en el momento preciso en que se produce.

2.5.1 LAS TRES VARIABLES DE LA INVERSIÓN PRIVADA

Las cantidades dedicadas para inversiones de los agentes dependen de varios factores. Según Rosales T. (2009) Los tres factores que condicionan más decisivamente a esas cantidades son:

- **Rendimiento esperado**, positivo o negativo, es la compensación obtenida por la inversión, su rentabilidad.
- **Riesgo aceptado**, la incertidumbre sobre cuál será el rendimiento real que se obtendrá al final de la inversión, que incluye además la estimación de la capacidad de pago (si la inversión podrá pagar los resultados al inversor).
- **Horizonte temporal**, a corto, mediano o largo plazo; es el período durante el que se mantendrá la inversión.

2.5.2 CLASIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES

Existen varias clasificaciones de inversiones de acuerdo (www.inversiones.com).

- Según el objeto de la inversión
 - Equipo industrial
 - Materias primas
 - Equipo de transporte
 - Empresas completas o participación accionarial

- Por su función dentro de una empresa
 - De renovación
 - De expansión
 - De mejora o modernización
 - Estratégicas

- Según el sujeto que la realiza
 - o Privada
 - o Públicas

2.5.3 DECISIONES SOBRE INVERSIONES

“El resultado final de las decisiones sobre inversiones es el presupuesto de inversiones. Mediante este proceso se establece la manera de utilizar los recursos de proyectos cuyos beneficios se obtendrán en el futuro. El riesgo de todo proyecto de inversión está básicamente determinado por el grado de certeza con que puedan predecirse los futuros beneficios”.
<http://www.inversion-invertir.com/index.php/concepto-inversion/>

En consecuencia las inversiones deben evaluarse en relación con el rendimiento y riesgo adicionales aumentando los ya existentes debido a que son factores que afectan la valuación de mercado de la firma.

Se incluyen dentro de este tipo de decisiones, la reubicación de recursos cuando un activo deje de ser rentable, la determinación del monto total de los activos de la firma, su composición y nivel de riesgo empresarial.

2.6 FINANCIACIÓN

“Financiar una empresa es dotarla de dinero y de crédito, es decir, conseguir recursos y medios de pago para destinarlos a la adquisición de bienes y servicios, necesarios para el desarrollo de las funciones de la empresa” Brealey, Myers y Allen (2006).

2.6.1 FUENTES DE FINANCIACIÓN

Según Brealey, Myers y Allen (2006) existen varias fuentes de financiación en las empresas. Se pueden categorizar de la siguiente forma:

2.6.1.1 Según su plazo de vencimiento

- **Financiación a corto plazo:** Es aquella cuyo vencimiento (el plazo de devolución) es inferior a un año. Algunos ejemplos son el crédito bancario, el descuento comercial, financiación espontánea, etc.
- **Financiación a largo plazo:** Es aquella cuyo vencimiento (el plazo de devolución) es superior a un año, o no existe obligación de devolución (fondos propios). Algunos ejemplos son las ampliaciones de capital, autofinanciación, fondos de amortización, préstamos bancarios, emisión de obligaciones, etc.

2.6.1.2 Según su procedencia

- **Capital propio:** reservas, amortizaciones, etc. Son aquellos fondos que la empresa produce a través de su actividad (beneficios reinvertidos en la propia empresa).
- **Capital financiado:** financiación bancaria, emisión de obligaciones, ampliaciones de capital, etc. Se caracterizan porque proceden de inversores (socios o acreedores).

2.6.1.3. Según los propietarios

- **Medios de financiación ajenos:** créditos, emisión de obligaciones, etc. Forman parte del pasivo exigible, porque en algún momento deben devolverse (tienen vencimiento).

2.7 HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN

2.7.1 VALOR ACTUAL NETO

“Procede de la expresión inglesa Net present value. El acrónimo es NPV en inglés y VAN en español. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de

flujos de caja futuros, originados por una inversión.” (Gava, L.; E. Rotoero; G. Serna y A. Ubierna 2008).

Cálculo del Valor Actual Neto

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t representa los flujos de caja en cada período t .

I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n es el número de períodos considerado.

El tipo de interés es k . Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico. En otros casos, se utilizará el coste de oportunidad. Cuando el VAN toma un valor igual a 0, k pasa a llamarse TIR (tasa interna de retorno). La TIR es la rentabilidad que nos está proporcionando el proyecto.

CUADRO N° 2.1

Referencias del VAN

Valor	Significado	Decisión a tomar
VAN > 0	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto puede aceptarse
VAN < 0	La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto debería rechazarse
VAN = 0	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Fuente: GAVA, L.; E. ROPERRO; G. SERNA y A. UBIERNA (2008), Dirección Financiera.

El valor actual neto es muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos, a pesar de sus limitaciones en considerar circunstancias imprevistas o excepcionales de mercado. Si su valor es mayor a cero, el proyecto es rentable, considerándose el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

2.7.2 TASA INTERNA DE RETORNO

Brealey, Myers Y Allen (2006) expresa:

“La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad”.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

La *Tasa Interna de Retorno* es el tipo de descuento que hace igual a cero el VAN

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_{Ft}}{(1 + TIR)^t} - I_0 = 0$$

Donde V_{Ft} es el Flujo de Caja en el período t.

Por el teorema del binomio:

$$(1 + r)^{-n} \approx 1 - n * r$$

$$I = Q_1 * (1 - r) + \dots + Q_n * (1 - n * r)$$

$$I - (Q_1 + \dots + Q_n) = -r * (Q_1 + \dots + n * Q_n)$$

De donde:

$$r = \frac{-I + \sum_{i=1}^n Q_i}{\sum_{i=1}^n i * Q_i}$$

2.7.3 PUNTO DE EQUILIBRO

Este procedimiento sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder ni ganar. **“En el punto de equilibrio de un negocio las ventas son iguales a los costos y gastos; al aumentar el nivel de ventas se obtiene utilidad, y al bajar, se produce pérdida”**. (Betancourt P. 2008)

Para aplicar este procedimiento es necesario reclasificar los costos y gastos del Estado de Pérdidas y Ganancias de la empresa en dos grupos:

- **Costos fijos:** Son los que se causan invariablemente con cualquier nivel de ventas.
- **Costos variables:** Son los que se realizan proporcionalmente con el nivel de ventas de una empresa.
- **Fórmula para calcular el punto de equilibrio:** La fórmula que la empresa debe utilizar para establecer su punto de equilibrio es la siguiente:

$$PuntodeEquilibrio = \frac{CostosFijos}{1 - \frac{CostosVariables}{Ingresos}}$$

2.7.4 INDICADORES FINANCIEROS.

“Expresan la relación matemática entre una magnitud y otra, exigiendo que dicha relación sea clara, directa y comprensible”. En www.indices/financieros.com encontramos los principales indicadores financieros:

- **Índices de liquidez:** Permiten ver cuánto del activo circulante está financiado por los accionistas y cuánto corresponde a terceros (préstamos, financiamiento de proveedores, etc.) con lo cual se puede esperar su respuesta a los compromisos financieros que efectúe.
- **Prueba ácida:** Representa la liquidez inmediata (efectivo) que puede tener un cliente para cubrir sus deudas con proveedores y acreedores diversos.

$$\frac{\text{Activos Corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

- **Índices de solvencia:** Nos indica hasta por cuánto puede comprometerse la empresa. No debe ser mayor a 2 aunque a veces depende del giro de la empresa.
- **Índices de endeudamiento:** Es el porcentaje de capital que se encuentra comprometido con terceros y cuánto más se pueden comprometer aún sin arriesgar su capacidad para cubrir cualquier pérdida que pueda haber en los activos.

$$\frac{\text{Pasivo Total (Deuda)}}{\text{Total Activos}}$$

- **Índices gerenciales:** Miden el nivel de compromiso de los activos y su eficiencia de uso.
- **Rotación del inventario:** Es el número de veces que se ha agotado el inventario de acuerdo a las ventas en un período estipulado.

Costo de Ventas

Inventario

- **Índices de rentabilidad:** Miden la capacidad para producir ganancias de ventas y de uso de activos.
- **Rendimiento del capital:** Es el porcentaje de la inversión de los accionistas que se encuentra trabajando en la operación de la empresa.

Utilidad Neta después de Impuestos

Capital Total

Es de suma importancia para una empresa, responder oportunamente para alcanzar la misión trazada y para ello se requiere estar al día con los cambios, reconocer las dificultades y saber anticiparlas para dar una respuesta más justa y precisa.

Éstos son elementos que identifican y caracterizan una filosofía empresarial, una identidad corporativa que valora en sumo grado los siguientes puntos:

- La calidad, vista como meta de excelencia para cumplir las expectativas de los clientes.
- La mejor gente, para garantizar la calidad humana y el liderazgo frente a la competencia.
- Alta productividad, basada en las premisas de eficiencia, rentabilidad y competitividad.
- Seguridad integral del Recurso Humano, en el desempeño de sus funciones.
- El entorno ecológico y como contribuir a su mejoramiento

2.8 LA COMPETENCIA

“La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios”(Méndez A. 2006).

Se considera generalmente que la competencia que representa una forma de organización social de las relaciones económicas debe estar enmarcada por:

- 1 Reglas jurídicas (protección de la propiedad privada, normativa sobre monopolios y competencia, etc.).
- 2 Reglas de comportamiento individuales: amor propio, toma de riesgos, racionalidad económica, etc.

2.8.1 COMPETENCIA LEAL Y DESLEAL

Páez (2008) expresa que existe en el mercado la competencia leal y desleal:

- **Competencia leal:** Práctica comercial donde se respeta las reglas y normas fijadas por el mercado y por las costumbres comerciales y que cumple con las leyes fijadas por las instancias que regulan el comercio nacional. Muchas ocasiones dentro de un área comercial determinada se fijan normas comerciales, de costos y de precios que todos deben respetar para que todos tengan la misma oportunidad de venta.
- **Competencia desleal.** Es toda práctica comercial que no respeta las reglas de juego del mercado fijadas por las leyes o establecidas por los usos y costumbres comerciales. Actuación mercantil que con engaño o fraude pretende sacar provecho o causar perjuicio a terceros (consumidores, distribuidores y competidores).

2.9. ASPECTOS TRIBUTARIOS

2.9.1 S.R.I

“El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes”. www.sri.gob.ec

Promover y exigir el cumplimiento de las obligaciones tributarias, en el marco de principios éticos y legales, para asegurar una efectiva recaudación que fomente la cohesión social.

2.9.2 CONTRIBUYENTE

Contribuyente Especial es todo aquel contribuyente (persona natural o sociedad), calificado formalmente como tal por la Administración Tributaria, que en mérito a su importancia económica definida en parámetros especiales, coadyuva a la recaudación efectiva de los tributos, sujetándolo a normas especiales con relación al cumplimiento de sus deberes formales y pago de los tributos.

El Servicio de Rentas Internas puede designar como "contribuyentes especiales" a determinados sujetos pasivos cuyas actividades se consideren importantes para la Administración Tributaria, por ejemplo, a efectos de contar con información valiosa para la gestión de los tributos.

2.9.3 RUC

Art. 1.- Concepto de Registro Único de Contribuyentes.- Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los

contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria.

Art. 2.- Del Registro (Sustituido inc. 1 por el Art. 21 de la Ley 41, R.O. 206, 2-XII-97).- El Registro Único de Contribuyentes será administrado por el Servicio de Rentas Internas.

Todos los organismos del Sector Público así como las instituciones, empresas particulares y personas naturales están obligados a prestar la colaboración que sea necesaria dentro del tiempo y condiciones que requiera dicha Dirección.

Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria.- (Reformado por el Art. 4 de la Ley 63, R.O. 366, 30-I-90).- Todas las personas naturales y jurídicas entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez, en el Registro Único de Contribuyentes.

2.9.4 COMPROBANTE DE VENTA

El comprobante de venta es todo documento autorizado que acredita la transferencia de bienes o la prestación de servicios y es el respaldo de la propiedad de un bien. Sustentan: • La transferencia del bien o la prestación del servicio. • Crédito Tributario en IVA. • Origen lícito de los bienes. • Costos y gastos de Impuesto a la Renta. (SRI, 2011)

2.9.5 IMPUESTOS

(Eheberg 2006) define el impuesto en los siguientes términos: **“los impuestos son prestaciones, hoy lo que regulan en dinero, al**

Estado y demás entidades de derecho público, que las mismas reclaman, en virtud de su poder coactivo, en forma y cuantía de terminadas unilateralmente y sin contraprestación especial con el fin de satisfacer las necesidades colectivas.”

2.10 GESTIÓN PRESUPUESTARIA

2.10.1 INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN PRESUPUESTARIA

Es la técnica de gestión presupuestaria y su tratamiento informático, analizando con cierto detalle aspectos como:

- La estructura de la información que utilice y el tratamiento a desarrollar
- Las opciones posibles y su informatización
- Las exigencias que impliquen la elección tomada

2.10.2 ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO

Cuando estés desarrollando un presupuesto, **no** deberías improvisar a medida que lo realizas.

Al igual que en todo buen ejercicio de administración de una organización, un buen ejercicio presupuestario implica claridad de propósito, planificación detallada y pensamiento considerable.

Necesitas abordar estos asuntos antes de empezar a desarrollar tu presupuesto, pues constituyen una extensión del proceso de planificación en el que se basa toda la elaboración del presupuesto (ver también las herramientas *Descripción general de la planificación*, *Planificación estratégica* y *Planificación de acción*)

2.10.3 EVALUACIÓN DEL PRESUPUESTO

En la Fase de Evaluación Presupuestaria, las entidades del Sector Público deben determinar, bajo responsabilidad, los resultados de la gestión presupuestaria del Pliego mediante el análisis y medición de la ejecución de los ingresos, gastos y metas presupuestarias así como de las variaciones observadas, señalando sus causas, en relación con los programas, proyectos y actividades aprobados en el correspondiente Presupuesto. La evaluación presupuestaria debe realizarse considerando el logro de los objetivos institucionales y la ejecución de los ingresos, gastos y metas presupuestarias. <http://www.monografias.com/trabajos28/evaluacionpresupuestaria/evaluacion-presupuestaria.shtml>

La Ley establece la obligatoriedad de informar. En este sentido, los pliegos presupuestarios se encuentran obligados a remitir la Dirección Nacional del Presupuesto Público, la información presupuestaria, de conformidad con los procedimientos establecidos en las directivas que normen las fases del proceso presupuestario del Sector Público.

2.10.4 PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Cierto balance durante el período. El número de unidades a ser manufacturadas para llegar a las ventas presupuestadas y a las necesidades de inventario para cada producto es establecido en el ***presupuesto de producción***. El volumen de producción presupuestado se determina de la siguiente manera:

Unidades esperadas a vender
+ Unidades deseadas para inventario final
- Unidades estimadas en inventario inicial

Total de unidades a ser producidas

2.10.5 PRESUPUESTO DE VENTAS

El *presupuesto de ventas* normalmente indica, para cada producto, 1) la cantidad de ventas estimada, y; 2) el precio de venta unitario esperado. Esta información es reportada frecuentemente por regiones y por representantes de ventas.

Al estimar la cantidad de ventas para cada producto, los volúmenes de ventas pasadas son normalmente usados como punto de partida. Estos montos son revisados por factores que se espera afecten a las ventas futuras, tales como los factores que se mencionan abajo:

- Acumulación de órdenes de venta no terminadas
- Promoción y publicidad planeada
- Condiciones esperadas de la industria y de la economía en general
- Capacidad productiva
- Política de proyección de precios
- Hallazgos en estudios de investigación de mercados

2.11 PRECIO

2.11.1 DETERMINACIÓN DEL PRECIO

LEFCOVICH. Mauricio (2006), manifiesta que: **“En algunos casos el precio lo determina un organismo gubernamental, en otros casos el mismo es fijado por el mercado como producto del libre juego de la oferta y la demanda, en otros casos si bien es fijado por el mercado, la competencia monopólica permite cierto grado de variación” (Pàg.29)**

Así pues en función del tipo de mercado del cual participe la empresa, y de la capacidad de ésta para hacer frente a sus proveedores, clientes y competidores, directos e indirectos, será la capacidad que la misma tenga

de fijar un determinado precio. Precio en relación al cual tiene inicio la determinación del coste objetivo.

Las empresas consideradas tradicionales parten de la determinación de sus costes para a partir de allí determinar sus precios de venta. Las empresas competitivas al igual que los atletas parten de un valor a batir, siendo en este caso del valor entregado al cliente y del precio que éstos están dispuestos a aceptar en función de dicho valor. La época de sumar beneficios a los costos terminó, por lo menos para la mayoría de los productos, servicios y mercados.

2.11.2 ENFOQUES GENERALES A LA DETERMINACIÓN DE PRECIOS

ROSETO T. (2002) determina varios aspectos importantes en la determinación de precios:

- Determinación del precio en base al costo.- Consiste en añadir un margen de utilidad estándar al costo del producto. Fabricación igualmente al momento de comercializarlo.
- Determinación del precio en base al valor.- Es la determinación del precio en base a las percepciones de los compradores del valor y no del precio del producto.
- Determinación del precio en base a la competencia.- El precio se basa en gran parte a los precios del competidor y presta menos atención a sus propios costos.
- Determinación del precio de nuevos productos.- el precio de productos nuevos está en base al costo del producto.
- Determinación del precio por capas de mercado.- Es la determinación de un precio elevado para un producto nuevo, con el fin de obtener los ingresos máximos capa por capa de los segmentos que están dispuestos a pagar un precio elevado.

- Determinación del precio de penetración del mercado.-
Determinación de un precio bajo para un nuevo producto para atraer mayor número de compradores y lograr una participación más grande en el mercado.

2.12 COMERCIALIZACIÓN

La definición más simple y clara de Mercadeo la da Jay C. Levinson en un libro que publicará en 1985, titulado *Guerrilla Marketing*: "**Mercadeo es todo lo que se haga para promover una actividad, desde el momento que se concibe la idea, hasta el momento que los clientes comienzan a adquirir el producto o servicio en una base regular. Las palabras claves en esta definición son todo y base regular.**"

La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. Se da en dos planos: Micro y Macro. Se utilizan dos definiciones: Micro comercialización y macro comercialización. La primera observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. La otra considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución.

2.12.1 EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE COMERCIALIZACIÓN.

El concepto de comercializar parte de una simple preocupación por **vender, y obtener utilidades**. Según Theodore Levitt (Harvard, 2010), "**El concepto de mercadeo ha ido modificándose de una orientación masiva, a lo que se ha dado en llamar mercadeo uno a uno (one-to-one); el mercadeo, como todo proceso, es dinámico y cambia, se modifica constantemente. Este proceso, pese a lo que se crea, no ha ocurrido al mismo tiempo en todos los países, o regiones del mundo**".

2.12.2 MICRO COMERCIALIZACIÓN.

Según Jay C. Levinson, (2005) **“Es la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades. La ganancia es el objetivo de la mayoría de las empresas”.**

2.12.3 MACRO COMERCIALIZACIÓN

La macro comercialización es el **“proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad”.** Jay C. Levinson, (2005)

El énfasis de la comercialización no recae sobre las actividades de las organizaciones individuales. Por el contrario, el acento se pone sobre cómo funciona todo el sistema comercial. Esto incluye la observación de cómo influye la comercialización en la sociedad y viceversa.

Todos los sistemas económicos deben elaborar algún método para decidir qué y cuánto debe producirse y distribuirse y por quién, cuándo y para quién. La manera de tomar esas decisiones puede variar de una nación a otra. Pero los macro objetivos son básicamente similares: crear bienes y servicios y ponerlos al alcance en el momento y en el lugar donde se necesiten, con el fin de mantener o mejorar el nivel de vida de cada nación. En las economías planeadas, los planificadores estatales deciden qué y cuánto producir y distribuir, quién debe hacerlo, cuándo y para quiénes.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 CONCEPTO

Para diseñar un proyecto es indispensable realizar un estudio de mercado, con el fin de cuantificar la demanda, la oferta y precios, con la información suficiente del mercado. Efectuar las proyecciones para la vida útil del proyecto, destacando el comportamiento de las variables presentes en el mercado de las alpargatas de cabuya el entorno geográfico y social.

Es necesaria también la cuantificación de la demanda potencial y buscar el espacio de mercado del producto que se pretende elaborar y poner a disposición de los consumidores. En esta parte del proyecto también se hará un análisis de la competencia y los posibles canales de distribución del bien a fabricar.

3.2. ANTECEDENTES

3.2.1. FINALIDAD DEL ESTUDIO DE MERCADO

Buscar datos e información sobre el comportamiento del mercado para analizarlos, procesarlos mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no del producto dentro del mercado

3.2.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para establecer la demanda potencial, análisis de oferta, precios, competencia y formas de comercializar el producto.

Además se realizará un análisis de las perspectivas para la creación de una microempresa de crear una empresa de producción de alpargatas de cabuya en la parroquia Miguel Egas Cabezas-cantón Otavalo-Provincia de Imbabura, iniciando con la aplicación de una investigación de campo, misma que posibilitará definir aspectos administrativos, financieros, técnicos y de marketing que certifiquen el éxito de la microempresa.

3.2.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar las características y el sistema de producción de alpargatas de cabuya.
- Identificar las características y necesidades del consumidor local y regional del producto.
- Determinar las formas de comercialización utilizadas por los productores y el medio que manejan para la distribución del producto.
- Establecer el conocimiento de bases contables y financieras de los productores para definir la rentabilidad de su producción.
- Conocer el nivel organizativo de los talleres de producción y almacenes de comercialización de las alpargatas de cabuya.
- Identificar las capacidades del talento humano para la producción y comercialización de las alpargatas de cabuya.

3.3 MATRIZ DE RELACIÓN

CUADRO N° 3.1

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS O HERRAMIENTAS	POBLACIÓN Y MUESTRA
O1. Identificar el sistema de producción y costos de alpargatas que se utilizan en la parroquia Miguel Egas del cantón Otavalo.	PRODUCCIÓN	Materia Prima Ciclo de producción Mano de Obra Volumen de producción Variedad Calidad Costes Bases Contables Nivel de rentabilidad Formas de Financiamiento Capital de trabajo	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Entrevista Entrevista Encuesta Encuesta	Productores Productores Productores Product y Consum Productores Productores Productores Productores Productores Productores Productores Productores
O2. Analizar los características del mercado de comercialización de alpargatas que se produce en la parroquia y en todo el cantón Otavalo.	MERCADO	Posicionamiento Tipo de Mercado Demanda y Oferta Competencia Precio Canales de Distribución Punto de Venta	Encuesta Encuesta Entrevista Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Product y Consum Product y Consum Presidente del CDR Product y Consum Product y Consum Consumidores Productores

		Estrategias de Venta Relaciones con el turismo	Encuesta Observación	Product y Consum Consumidores
04 Conocer la forma organizativa de la Producción de alpargatas.	MANEJO ORGANIZACIONAL	Organismos reguladores Planificación Organización Ejecución Control Procesos de Producción.	Encuesta Entrevista Encuesta Encuesta Encuesta	Presidente del CDR. Productores. Productores. Productores. Productores. Productores
05 Determinar los efectos ambientales generados por la producción de alpargatas.	FACTORES AMBIENTALES	Manejo de Residuos Reciclado de Desechos Contaminación Ambiental Deforestación	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Productores Productores. Productores. Productores

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población tomada en cuenta para la presente investigación es la población indígena de Otavalo como consumidores potenciales, y de acuerdo al estudio de la Universidad Andina Simón Bolívar (2010) UASB el 63,3% de la población de Otavalo es indígena. Por lo que, para efecto de la investigación se toma el 63,3% de la población total que son 110.461 de acuerdo al censo 2010, que corresponde 69.922 personas. Además se encuentra los productores de alpargatas que son 23 propietarios y 61 operarios de acuerdo a los datos del Municipio de Otavalo.

Los 61 operarios ubicados en las comunidades de cantón Otavalo, será la competencia a futuro porque todos los trabajadores están elaborando las alpargatas en cantidades mínimas actualmente, por lo tanto se toma en cuenta para las encuestas.

CUADRO N° 3.2

Población a investigarse

POBLACIÓN	NÚMERO
Consumidores Potenciales	69.922
Productores	84

Considerando que el numero poblacional de consumidores es elevado se aplica una fórmula muestral.

En el caso de producción y comercialización se toma toda la población ya que es un número reducido.

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

Donde:

n = Muestra

N = Población 69.922

Z = Nivel de confianza (95%)

δ^2 = Varianza (0,25)

e = Error (5%)

$$n = \frac{69.922 (1,96)^2 \cdot (0,25)^2}{(69.922 - 1) (0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,25)^2}$$

$$n = \frac{69.922 \cdot 3,8416 \cdot 0,0625}{69.921 \cdot 0,0025 + 3,8416 \cdot 0,0625}$$

$$n = \frac{16.788}{174,80 + 0,2401}$$

$$n = \frac{16.788}{175,04} \quad n = 95,9$$

CUADRO N° 3.3

Resumen de la muestra.

POBLACIÓN	MUESTRA
Consumidores	96
Productores y operarios	84

El cuadro de la muestra define que se aplicará la encuesta a los 96 consumidores del producto y a 84 Productores y operarios, considerando que de acuerdo a la información de son 23 productores 61 operarios de los talleres, datos que existe en el Municipio de Otavalo en el departamento de cultura, como parte del levantamiento de la información cultural del sector.

Los productores de alpargatas cuentan con talleres pequeños y en su mayoría los operarios son parte de la familia. Los lugares o comunidades donde más se encuentran estos talleres es Gualsaquí, Imbabuela, Compañía Peguche, Carabuela, la Parroquia Eugenio Espejo y sus comunidades.

3.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.5.1 ANÁLISIS, TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS PROPIETARIOS Y OPERARIOS DE ALPARGATAS

TABLA Nº 1

Pregunta

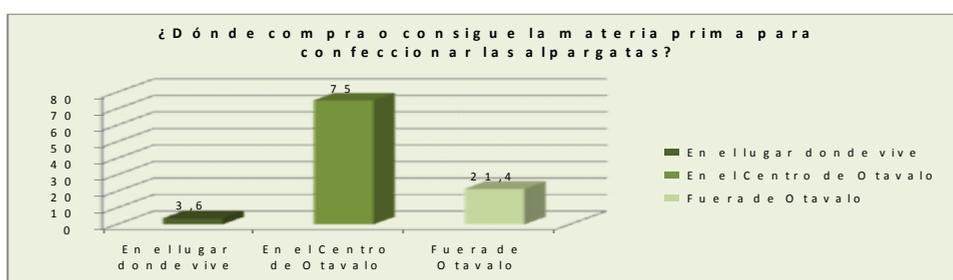
¿Dónde compra o consigue la materia prima para confeccionar las alpargatas?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	En el lugar donde vive	3	3,6
2	En el Centro de Otavalo	63	75,0
3	Fuera de Otavalo	18	21,4
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta se determina que las tres terceras partes de los propietarios y operarios de la elaboración alpargatas que la materia prima la consiguen en el centro de Otavalo, y muy pocos expresan que lo consiguen en otras ciudades. Esto visualiza que en la ciudad de Otavalo si existe los materiales para elaborar alpargata como son cabuya, cemento de contacto, gamuza y otros.

TABLA Nº 2

Pregunta

¿Cuánto dura el ciclo de producción de una docena de alpargatas por trabajador?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	1 a 2 días	23	27,4
2	3 a 4 días	52	61,9
3	Una semana	9	10,7
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta establece que más de la mitad se demora entre tres a cuatro días en producir una docena de alpargatas mientras que la cuarta parte expresa que se demora entre uno a dos días y muy pocos dicen que realizan la docena en una semana. Esto quiere decir que si un propietario tiene varios operarios en una semana producirá numerosas alpargatas.

TABLA Nº 3

Pregunta

¿Cuántas docenas de alpargatas confecciona a la semana en su empresa?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	1 a 5 docenas	9	10,7
2	6 a 10 docenas	35	41,7
3	11 a 15 docenas	22	26,2
4	16 a 20 docenas	10	11,9
5	Más de 21 docenas	8	9,5
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
 Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Los datos obtenidos en la encuesta nos dan a conocer que menos de la mitad confeccionan entre seis a diez docenas de alpargatas por semana, la cuarta parte expresa que elabora entre once y quince docenas mientras que menos de la cuarta parte dice que realiza dieciséis a veinte docenas , una pocas personas dicen que hace una a cinco docenas y muy pocos pronuncian que fabrican más de veinte y un docenas de alpargatas en una semana.

TABLA Nº 4

Pregunta

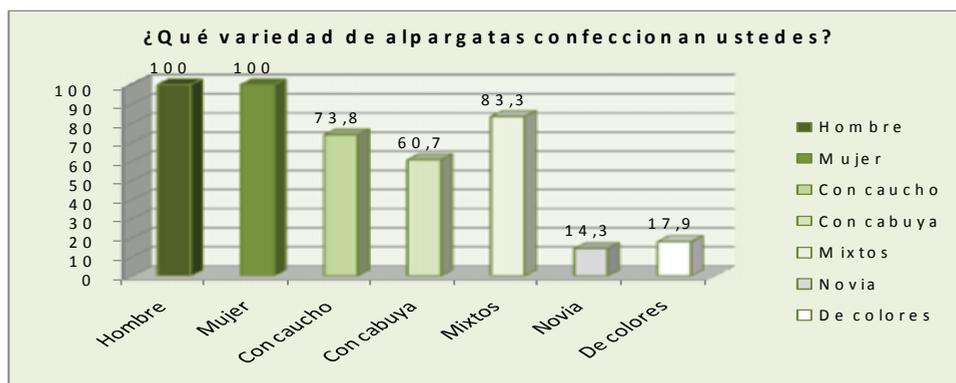
¿Qué variedad de alpargatas confeccionan ustedes?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	Hombre	84	100
2	Mujer	84	100
3	Con caucho	62	73,8
4	Con cabuya	51	60,7
5	Mixtos	70	83,3
6	Novia	12	14,3
7	De colores	15	17,9
		378	

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
 Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Según los datos de la encuesta expresa que el cien por ciento elabora alpargatas para hombres como para mujeres, más de las tres cuartas partes nos dicen que confeccionan variedad alpargatas las tres cuartas partes y menos nos expresan que elaboran alpargatas con materiales como son el caucho y la cabuya , muy pocos nos dicen que realizan alpargatas de novia y de colores, dándonos a conocer que lo que más producen son alpargatas tanto para hombres como para mujeres y de materiales como el caucho y la cabuya.

TABLA Nº 5

Pregunta

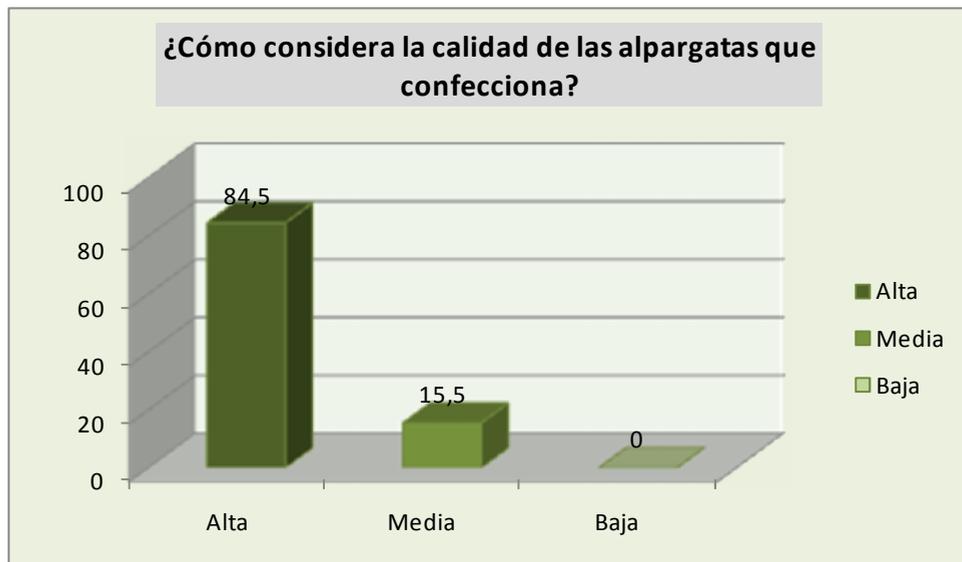
¿Cómo considera la calidad de las alpargatas que confecciona?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	Alta	71	84,5
2	Media	13	15,5
3	Baja	0	0
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Podemos observar más de las tres cuartas partes considera que su trabajo es de alta calidad, mientras que pocos dicen que es de mediana calidad. Esto nos anuncia que el producto es bueno y que es apto para la comercialización de las alpargatas.

TABLA N° 6

Pregunta

¿Cuenta con mano de obra calificada para la producción?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	Sí	53	63,1
2	No	9	10,7
3	En parte	22	26,2
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Los datos de la encuesta indican que menos de las tres cuartas partes tiene mano de obra calificada para su producción, la cuarta parte dice que tiene mano de obra apta para la elaboración y pocos expresan que tiene mano de obra competente para la elaboración de alpargatas.

TABLA Nº 7

Pregunta

¿Cuenta con un almacén para la venta de alpargatas?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	Sí	3	3,6
2	No	81	96,4
3	En parte	0	0
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Una gran cantidad de productores nos expresan mediante los datos de la encuesta que no tienen almacén para la venta de alpargatas y muy pocos expresan que lo tienen. Nos da a conocer que no tienen un lugar para poder ofrecer su producción.

TABLA N° 8

Pregunta

¿Cómo considera el posicionamiento de su empresa en el sector?

Tabulación

No.	INDICADORES	F	%
1	Alta	10	11,9
2	Media	69	82,1
3	Baja	5	6,0
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

La mayoría considera que su empresa está medianamente posicionada en su sector, pocos dicen estar altamente establecidos y muy pocos expresan que están mal solidados con sus empresas en el lugar que viven refiriéndonos que falta mucho para estar altamente ubicados en el sector.

TABLA N° 9

Pregunta

¿Dónde vende sus productos?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	Nivel local	77	91,7
2	Nivel regional	7	8,3
3	Nivel nacional	0	0
4	Internacional	0	0
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

La mayoría expresa que el producto se comercializa en su misma localidad mientras que muy pocos dicen que se venden a nivel regional, dándonos a conocer que el producto es mejor receptado por los habitantes del mismo lugar que los de la región.

TABLA N° 10

Pregunta

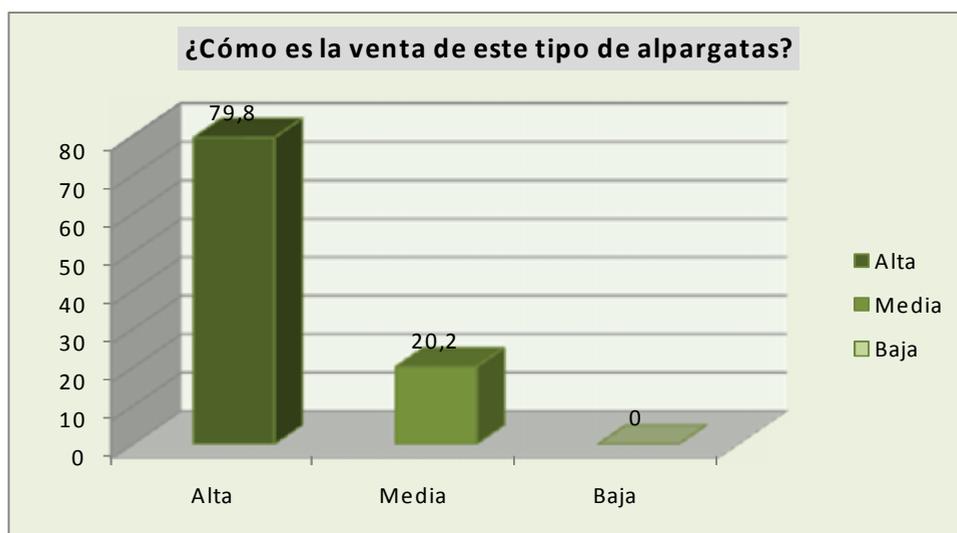
¿Cómo es la venta de este tipo de alpargatas?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	Alta	67	79,8
2	Media	17	20,2
3	Baja	0	0
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Más de las tres cuartas partes opinan que este producto es altamente comercializado pocos dicen que medianamente se vende el producto, esto quiere decir que el trabajo es altamente acogido por las personas de la localidad y fuera de ella.

TABLA N° 11

Pregunta

¿Cómo considera a la competencia en la confección de alpargatas?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	Alta	5	6,0
2	Media	21	25,0
3	Baja	58	69,0
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

La mayoría expresa que la competencia en confección de alpargatas es baja, la cuarta parte dice que es media y muy pocos indican que es alta, dando a conocer que es una buena alternativa de trabajo la producción de alpargatas.

TABLA N° 12

Pregunta

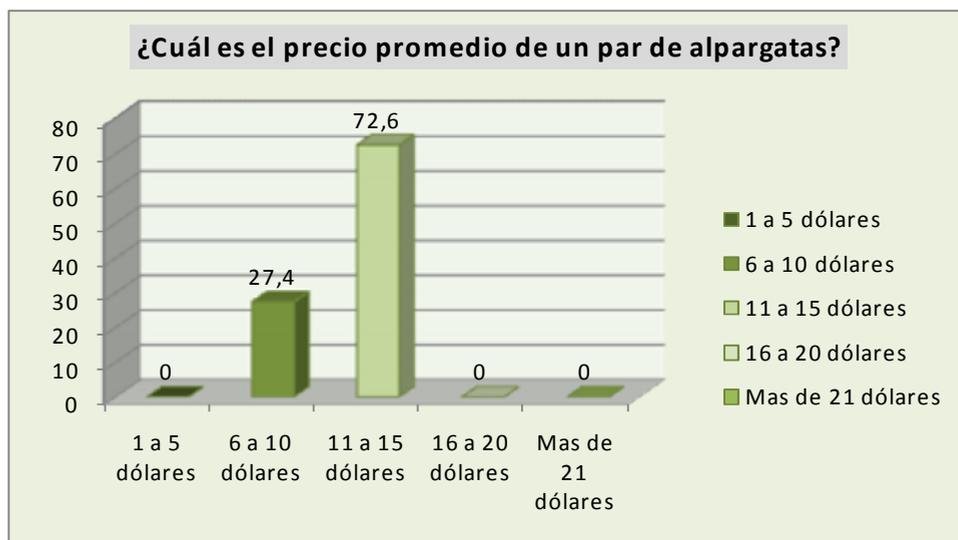
¿Cuál es el precio promedio de un par de alpargatas?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	1 a 5 dólares	0	0
2	6 a 10 dólares	23	27,4
3	11 a 15 dólares	61	72,6
4	16 a 20 dólares	0	0
5	Más de 21 dólares	0	0
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Los datos de la encuesta muestran que el valor del par de alpargatas es entre once a quince dólares, la cuarta parte dice que el valor es de seis a diez dólares, esto quiere decir que el material con el cual se elabora es más laborioso o menos accesible y por ello el costo.

TABLA N° 13

Pregunta

¿Dónde se encuentra asociado su gremio?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	Cámara de comercio	0	0
2	Entidades turísticas	0	0
3	Asociación de artesanos	11	13,1
4	Ninguna	73	86,9
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

La mayoría dice que el gremio no se encuentra asociado a ninguna parte y muy pocos expresan que se encuentra relacionada con la asociación de artesanos esto nos da a conocer que no se encuentran asociados, ni que tiene apoyo por parte de las demás entidades como la Cámara de Comercio, tampoco de entidades turísticas, lo cual debería de ser lo contrario.

TABLA N° 14

Pregunta

¿Quién planifica, organiza, ejecuta y controla los procesos del trabajo de las alpargatas?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	Propietario	15	17,9
2	Algún familiar	32	38,1
3	Un profesional	0	0
4	Ninguno	37	44,0
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Los datos de la encuesta nos expresan que no tiene a ninguna persona que planifique, organice, ejecute y controle los procesos de trabajo, una similar cantidad de personas dicen que el que se encarga de ese proceso es algún familiar y pocos dicen que es algún propietario. Los resultados indican que falta personal que se encargue del proceso de fabricación del producto.

TABLA N° 15

Pregunta

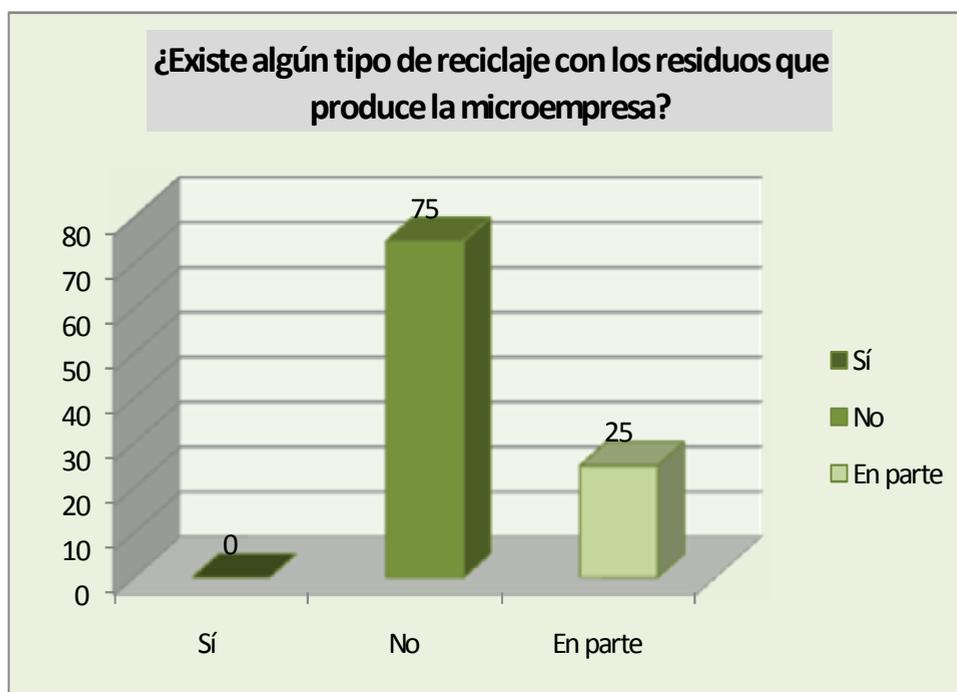
¿Existe algún tipo de reciclaje con los residuos que produce la microempresa?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	Sí	0	0
2	No	63	75,0
3	En parte	21	25,0
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Las tres cuartas partes indican que no existe algún tipo de reciclaje con los residuos, la cuarta parte dice que en parte se recicla los restantes, esto nos indica que el producto al ser elaborado con cabuya no es necesario mayor reciclaje.

TABLA N° 16

Pregunta

¿Cómo considera el nivel de contaminación ambiental?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	Alta	0	0
2	Media	9	1,7
3	Baja	75	89,3
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Los datos de la encuesta nos expresa que a pesar de que no existe reciclaje la contaminación es baja ya que el producto al ser elaborado con cabuya no es contaminante ya que la cabuya es biodegradable.

TABLA N° 17

Pregunta

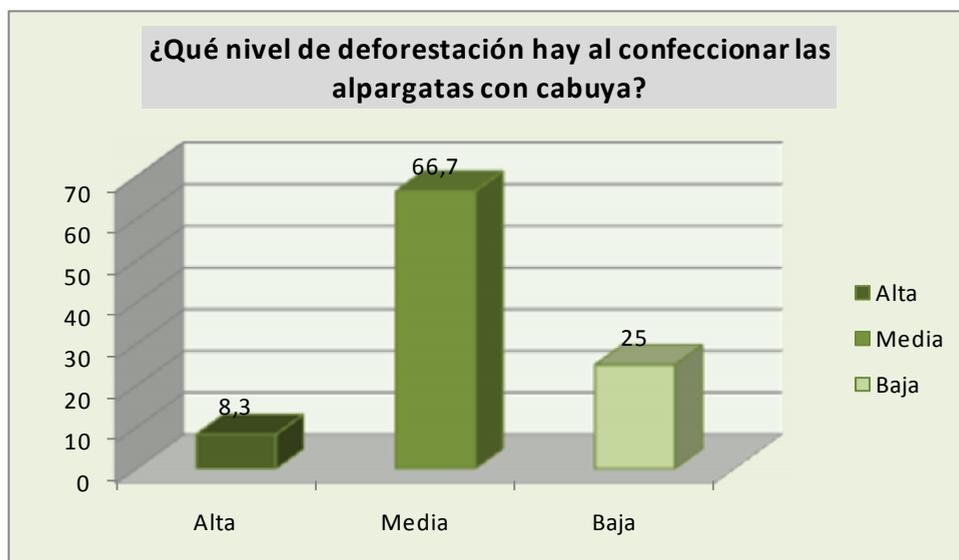
¿Qué nivel de deforestación hay al confeccionar las alpargatas con cabuya?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	Alta	7	8,3
2	Media	56	66,7
3	Baja	21	25,0
TOTALES		84	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a propietarios y operarios de talleres de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Los resultados de la encuesta nos da a conocer que las personas consideran que la elaboración de alpargatas con cabuya tiene un nivel medio de deforestación, la cuarta parte cree que es bajo el nivel y muy pocos expresan que es alto el nivel de deforestación. Indicándonos que no existe mayor grado de deforestación por el material a ocuparse.

3.5.2 ANÁLISIS, TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS CONSUMIDORES DE ALPARGATAS

TABLA N° 18

Pregunta

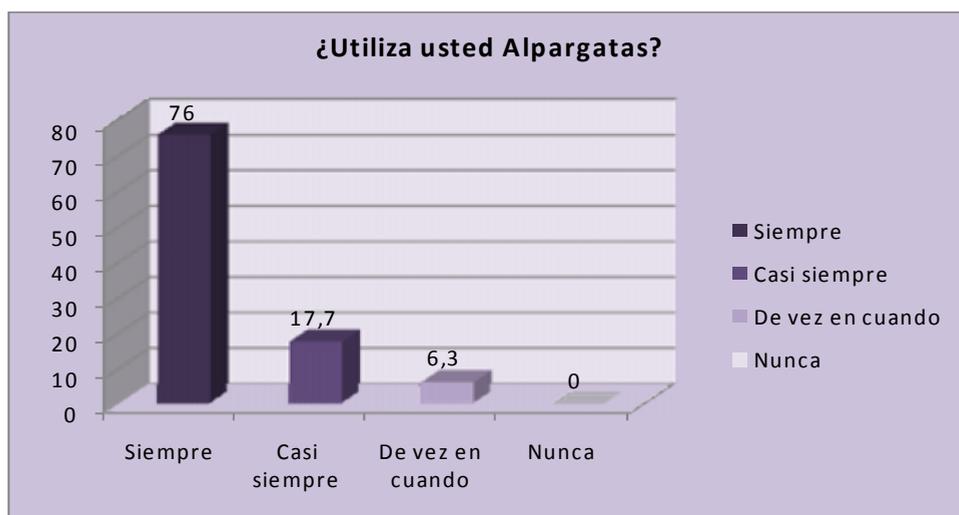
¿Utiliza usted Alpargatas?

Tabulación

No.	INDICADORES	f	%
1	Siempre	73	76,0
2	Casi siempre	17	17,7
3	De vez en cuando	6	6,3
4	Nunca	0	0
TOTALES		96	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Los consumidores expresan mediante la encuesta que la mayoría ocupan alpargatas y solo una baja cantidad de personas indica que solo a veces las utilizan. Queriendo decir que existe demanda por el producto.

TABLA N° 19

Pregunta

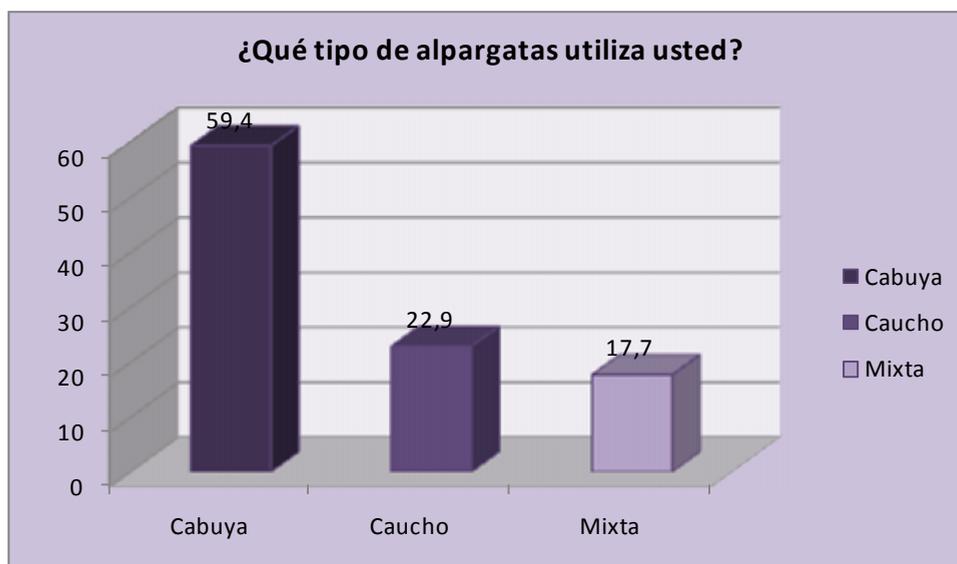
¿Qué tipo de alpargatas utiliza usted?

Tabulación

No.	INDICADORES	F	%
1	Cabuya	57	59,4
2	Caucho	22	22,9
3	Mixta	17	17,7
TOTALES		96	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Existe una gran cantidad de consumidores del producto con cabuya una cuarta parte expresa que ocupa alpargatas de caucho y pocos dicen utilizar un producto mixto, los resultados llevan a la conclusión que es mejor el par de alpargatas de cabuya y por ello la acogida de este producto.

TABLA N° 20

Pregunta

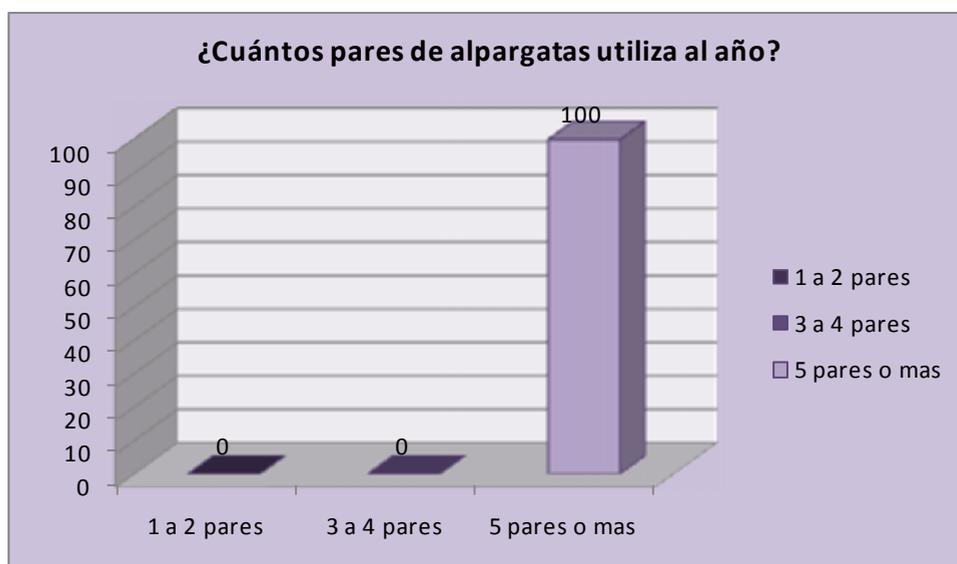
¿Cuántos pares de alpargatas utiliza al año?

Tabulación

No.	INDICADORES	F	%
1	1 a 2 pares	0	0
2	3 a 4 pares	0	0
3	5 pares o más	96	100,0
TOTALES		96	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Todas las personas que realizaron la encuesta expresan que utilizan entre cinco pares o más de alpargatas en el año, dándonos a conocer que es factible la producción del producto ya que es necesario y tiene demanda por los consumidores.

TABLA N° 21

Pregunta

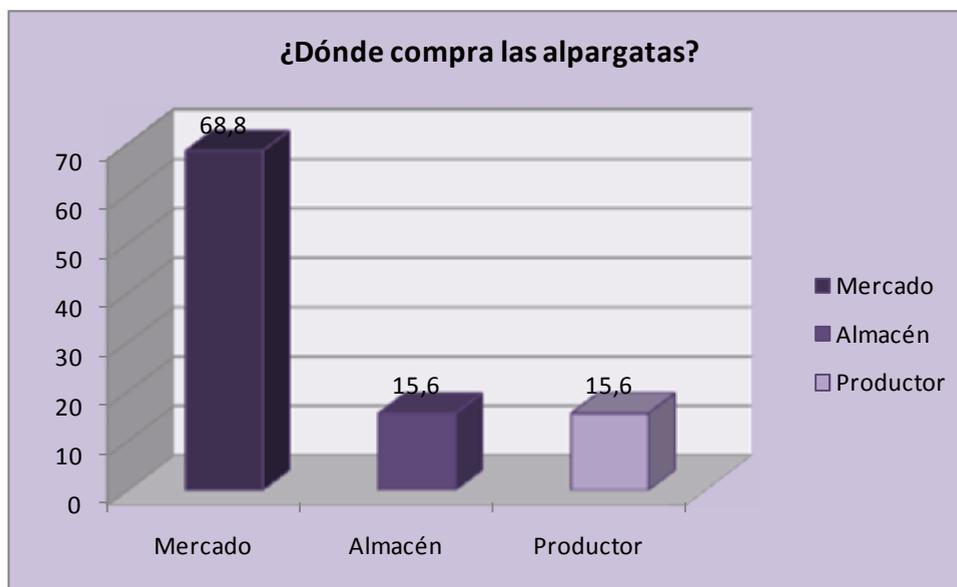
¿Dónde compra las alpargatas?

Tabulación

No.	INDICADORES	F	%
1	Mercado	66	68,8
2	Almacén	15	15,6
3	Productor	15	15,6
TOTALES		96	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Una gran cantidad de los encuestados expresan que adquieren el producto en el mercado mientras que pocos dicen comprar en almacén o directamente al productor, indicándonos que es de fácil acceso para los consumidores el producto.

TABLA N° 22

Pregunta

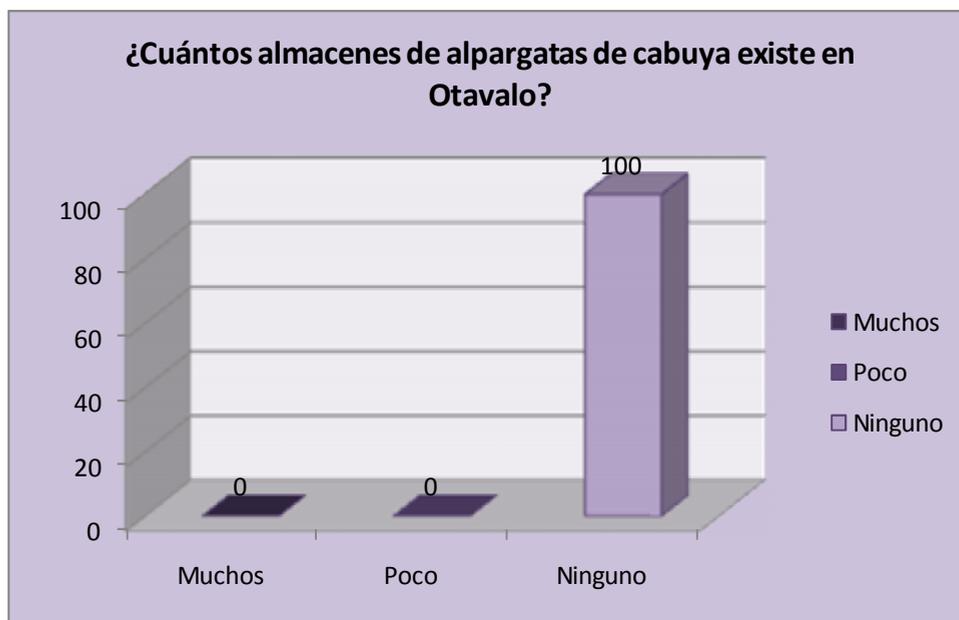
¿Cuántos almacenes de alpargatas de cabuya existen en Otavalo?

Tabulación

No.	INDICADORES	F	%
1	Muchos	0	0
2	Poco	0	0
3	Ninguno	96	100,0
TOTALES		96	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Las personas indican que no existen almacenes que expidan alpargatas con cabuya indicándonos que si el producto es necesario para los consumidores por lo tanto debería a ver almacenes que vendan el producto.

TABLA N° 23

Pregunta

¿Cómo considera el precio de las alpargatas?

Tabulación

No.	INDICADORES	F	%
1	Alto	12	12,5
2	Medio	84	87,5
3	Bajo	0	0
TOTALES		96	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Los consumidores indican que el costo de las alpargatas les parece medio mientras que muy pocos expresan que es alto, indicándonos que es un producto accesible tanto por el lugar de expedición como por el valor del producto a ocuparse.

TABLA N° 24

Pregunta

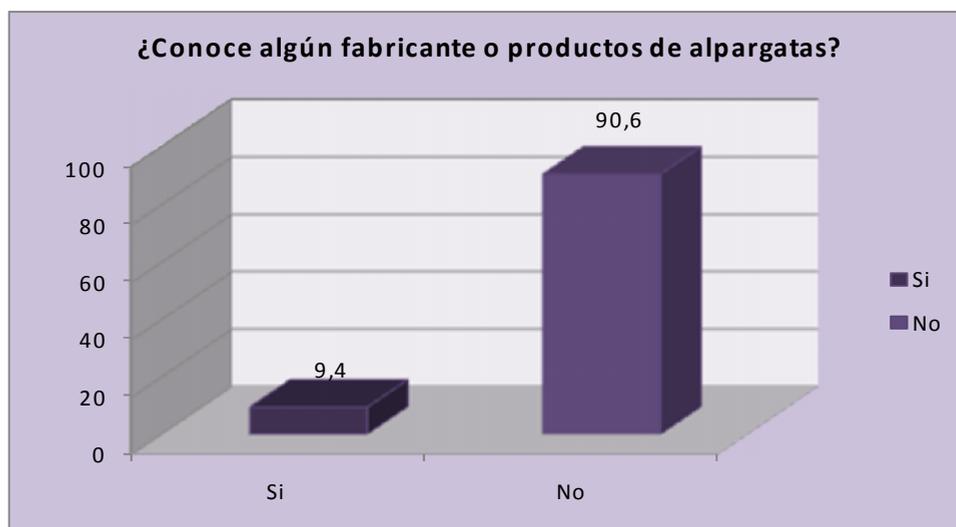
¿Conoce algún fabricante o productos de alpargatas?

Tabulación

No.	INDICADORES	F	%
1	Sí	9	9,4
2	No	87	90,6
TOTALES		96	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Los consumidores indican que no conocen algún fabricante o productor de alpargatas muy pocos dicen conocerlos, esto nos confirma que el producto es adquirido no directamente si no todo lo contrario y que muy pocos lo acceden de manera directa

TABLA N° 25

Pregunta

¿Cree necesario la creación de una microempresa de alpargatas que lidere el mercado en Otavalo?

Tabulación

No.	INDICADORES	F	%
1	Si	96	100,0
2	No	0	0
TOTALES		96	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Las personas consideran necesario la creación de una microempresa de alpargatas que lidere el mercado en Otavalo y esto nos indica que al ser necesario el producto es ineludible la producción de las alpargatas en la ciudad, dando también una alternativa de empleo a las personas interesadas en que una microempresa lidere en el cantón.

TABLA N° 26

Pregunta

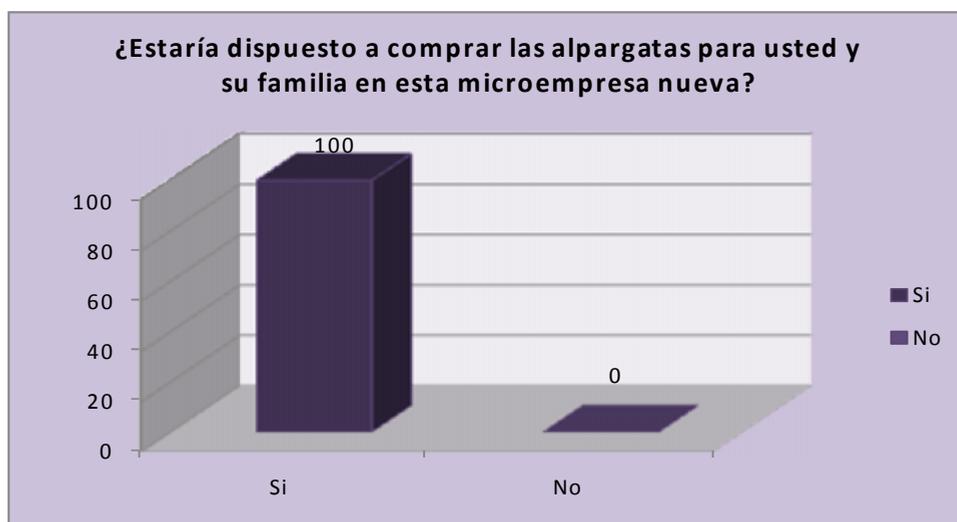
¿Estaría dispuesto a comprar las alpargatas para usted y su familia en esta microempresa nueva?

Tabulación

No.	INDICADORES	F	%
1	Sí	96	100,0
2	No	0	0
TOTALES		96	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

Los consumidores están dispuestos a adquirir el producto tanto para ellos como para sus familias en una microempresa nueva y esto indica que no existe problema en la creación de la microempresa si no todo lo contrario.

TABLA N° 27

Pregunta

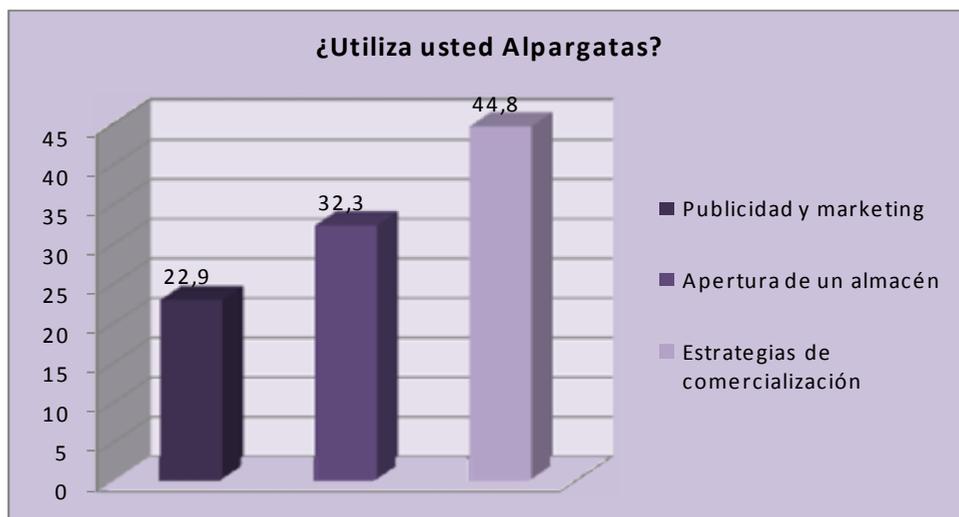
¿Cómo debería darse a conocer esta nueva microempresa?

Tabulación

No.	INDICADORES	F	%
1	Publicidad y marketing	22	22,9
2	Apertura de un almacén	31	32,3
3	Estrategias de comercialización	43	44,8
TOTALES		96	100,00

Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de alpargatas, año 2012
Elaboración: María Elena Morales

Gráfico



Interpretación

La mayoría de personas indican que se debe realizar estrategias de comercialización, más de la cuarta parte expresa que se debe dar apertura de un almacén y la cuarta parte dice que conviene elaborar publicidad y marketing para dar a conocer la microempresa. Esto nos indica que son necesarias las tres propuestas para hacer conocer la microempresa pero las estrategias de comercialización son la mejor alternativa de difusión.

3.5.3 INFORME DE LA ENTREVISTA APLICADA AL JEFE DE PRODUCCIÓN DE ALPARGATAS DEL CENTRO DE REHABILITACIÓN DE IBARRA

Encuestado: Rolando Picuasi

Encuestadora: María Elena Morales

DESARROLLO

1.- ¿La producción de alpargatas que realizan los presos del CDR de Ibarra cubre la demanda o necesidad local?

Definitivamente la producción que se realiza es limitada, no cubre en lo más mínimo la necesidad del sector; además las condiciones de presos hace que sólo se pueda trabajar para mantener a las familias y la educación de los niños, y las condiciones en que se encuentran no facilita para realizar una amplia producción, ya que no existe el espacio, la materia prima suficiente y ni siquiera las herramientas necesarias.

2.- ¿Cuántos pares de alpargatas hace al mes?

El trabajo es duro, soy el que dirige este trabajo aquí en la cárcel, trabajamos desde las 7 a hasta las 5 de la tarde; tengo 5 operarios, y debe guiarles y ayudarles; se realiza de 20 a 25pares.

3.- ¿La venta de alpargatas en que época es la más buena?

En la época de carnaval los otavaleños regresan de todos los países para las fiestas de paukar raymi; y salen todos los pares que se realizan, siempre hay demanda, y en esta época de junio por las fiestas de del Inti Raymi o San Juan.

4.- Cuántos almacenes cree que hay en Otavalo?

Yo, personalmente desconozco cuantos almacenes habrá, pero mi esposa entrega en tres almacenes, aunque no son locales exclusivos de alpargatas, son almacenes de ropa de indígena.

5.- ¿Conocen los productores de alpargatas el costo real del producto y cómo realizan los cálculos.

Las ganancias se las ve al año, ya que semanalmente se gasta en materia prima, en los gastos de la casa y hay que pagar a los operarios que ayudan, las ganancias se las ve al año principalmente cuando existen buenos pedidos. Pero saber cuánto cuesta de forma real el producto es difícil hacerlo.

3.6. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO A OFERTAR

De acuerdo a las condiciones para la implementación de un taller y a la producción de alpargatas de cabuya se requiere definir el producto conforme a las necesidades de la población y de acuerdo a las encuestas realizadas a los consumidores de la ciudad de Otavalo; se establece que del producto hay una extensa variedad, en cuanto al diseño y a la materia prima, tenemos alpargatas de cabuya, de caucho, mixtos; en función del diseño están de novia, de hombre, mujeres y otros.

Para definir la preferencia del producto se toma como referencia la tabla N° 4 de la encuesta a los consumidores.

CUADRO N° 3.4

Preferencia por alpargatas de cabuya

No.	INDICADORES	f	%
1	Hombre	84	100
2	Mujer	84	100
3	Con caucho	62	73,8
4	Con cabuya	51	60,7
5	Mixtos	70	83,3
6	Novia	12	14,3
7	De colores	15	17,9

FUENTE: Tabla N° 4 de los productores y operarios

ELABORACIÓN: La Autora.

En cuadro anterior define los artículos que más preferencia tieneN por parte de la población. Aunque la microempresa podría producir muchos otros artículos mencionados en el desarrollo investigativo, pero el estudio define gustos, preferencias y aceptación de los potenciales consumidores.

3.7. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El segmento al cual está dirigido el proyecto es:

CUADRO N° 3.5

Segmentación del mercado

PRIMERA SEGMENTACIÓN	SEGUNDA SEGMENTACIÓN
1. Población indígena de Otavalo	Población de otros cantones vecinos y otras provincias

FUENTE: Investigación Propia, abril 2012

ELABORACIÓN: La Autora

Datos para determinar la oferta y demanda

De acuerdo a la tabla N° 4 de la encuestas realizadas a los productores y operarios de la alpargatas de cabuya en Otavalo, el 60,7% de las personas expresan que gustan de utilizar este producto. Así mismo en la tabla N° 2 de las encuestas a los consumidores se define que un 59,4% utilizan alpargatas de cabuya.

CUADRO N° 3.6
Gusto por el tipo de alpargata

No.	INDICADORES	F	%
1	Cabuya	57	59,4
2	Caucho	22	22,9
3	Mixta	17	17,7
TOTALES		96	100,00

En cuanto al precio se define en el cuadro N° 12 de los productores que es entre 11 a 15 dólares.

CUADRO N° 3.7
Costos de los alpargatas en el mercado

No.	INDICADORES	f	%
1	1 a 5 dólares	0	0
2	6 a 10 dólares	23	27,4
3	11 a 15 dólares	61	72,6
4	16 a 20 dólares	0	0
5	Más de 21 dólares	0	0
TOTALES		84	100,00

Otro aspecto a tomarse en cuenta para definir este estudio es cuántos pares de alpargatas utilizan las personas generalmente al año definido en la tabla N° 3 de los consumidores.

CUADRO N° 3.8
Pares de alpargatas que utiliza al año

No.	INDICADORES	F	%
1	1 a 2 pares	0	0
2	3 a 4 pares	0	0
3	5 pares o mas	96	100,0
TOTALES		96	100,00

El mercado al cual se busca introducir las alpargatas de cabuya a través de la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de este producto es en la población indígena de Otavalo, para posteriormente salir con el producto a otros cantones y provincias.

3.8. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Al ser considerada la oferta como el comportamiento y determinación de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar varios negocios quienes dentro de sus actividades proveen de bienes o servicios a los consumidores, los mismos que en base a esto establecen las cantidades de producto que se está dispuesto a vender, a determinados precios.

En el presente estudio para poder establecer qué cantidad de alpargatas de cabuya en madera se analiza la oferta el mismo que ayudará a establecer estructuras de costos, cantidades, calidad, presentación de los productos, sistemas de comercialización, entre otros.

3.8.1. DATOS PARA DETERMINAR LA OFERTA

De acuerdo con los datos presentados en el inicio de estudio de mercado existen 23 talleres que producen alpargatas, las personas compran más en el mercado, no existen almacenes exclusivos para la venta de este producto.

CUADRO N° 3.9
Confección de alpargatas a la semana

No.	INDICADORES	F	%
1	1 a 5 docenas	9	10,7
2	6 a 10 docenas	35	41,7
3	11 a 15 docenas	22	26,2
4	16 a 20 docenas	10	11,9
5	Más de 21 docenas	8	9,5
TOTALES		84	100,00

En la mayoría de los casos de los talleres definen que producen de 6 a 10 docenas, considerando que son talleres pequeños y que los operarios o ayudantes de la confección son familiares.

CUADRO N° 3.10
Datos de la oferta

NÚMERO DE TALLERES	PRODUCCION SEMANAL	TOTAL SEMANAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
23	10 docenas	230	920	11040

3.8.2. HISTÓRICO DE LA OFERTA

- **Datos históricos**

De acuerdo a los datos del Presidente de productores de alpargatas de CRS se establece que la producción de alpargatas ha ido aumentando año a año, por lo que determina los siguientes datos.

CUADRO N° 3.11

Datos históricos de la oferta

AÑOS	PRODUCCIÓN SEMANAL EN DOCENAS (23 talleres)	TOTAL SEMANAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
2007	7	161	644	7.728
2008	8	184	736	8.832
2009	9	207	828	9.936
2010	10	230	920	11.040
2011	10	230	920	11.040

- **Histórico de consumo del producto**

CUADRO N° 3.12

Histórico de la producción

AÑOS	CONSUMO APARENTE DEL PRODUCTO EN DOCENAS	TASA DE CRECIMIENTO %
2007	7.728	
2008	8.832	14,28%
2009	9.936	12,50%
2010	11.040	11,11%
2011	11.040	0,00%
SUMATORIA		37,89%
	TCPA	9,47%

La TCPA se determina en 9.47%, datos que será aplicado para definir las proyecciones del estudio de mercado.

3.8.3 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para establecer la oferta proyectada se utilizó información recolectada de las encuestas realizadas tanto a productores tomando en cuenta que el año base del proyecto en este caso es el 2011. La proyección se realizará para cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto.

Para aplicar las proyecciones se aplicará el método de tasas de crecimiento, con promedio anual de la serie de datos históricos, y se utilizará la siguiente fórmula.

$$TC = \frac{UV-VA}{VA} \times 100$$

TC = Tasa de crecimiento

UV = Último valor

VA = Valor Anterior

Para la realización del proceso se calcula la tasa de crecimiento anual de año en año, luego se suma y se obtiene un promedio, el mismo que sirve para realizar las proyecciones.

En el presente proyecto se utiliza la información referente a las proyecciones de la población en los 5 años anteriores de la ciudad de Otavalo.

CUADRO N° 3.13

Proyección de la oferta

AÑOS	TCPA (9.47%)	PROYECCIÓN
2011	11.040	
2012		12.085
2013		13.229
2014		14.481
2015		15.852
2016		17.353

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORACION: La Autora.

De acuerdo a los datos de la proyección de la oferta se establece que la tasa de crecimiento promedio anual tiene una cierta variación; tomando en cuenta la TCPA ha sido establecida en 9.47%, esto define las expectativas del crecimiento al ser estables garantizan una factibilidad real del proyecto.

3.9. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para la realización del análisis de la oferta se ha tomado la información de la tabla N° 2, de las encuestas realizadas a los consumidores del cantón Otavalo, donde se establece que el 59,4% de la población utilizan alpargatas de cabuya; así mismo se determina que la preferencia en diseños también hay 60,7; por otro lado es importante tomar en cuenta que la mayoría de otavaleños utilizan 5 pares al año según la tabla N° 3 de los consumidores.

CUADRO N° 3.14

Datos de la demanda

NÚMERO TOTAL DE INDÍGENAS EN OTAVALO	% DE CONSUMO	NÚMERO DE PERSONAS CONSUMIDORAS	PROMEDIO DE COMPRA ANUAL DE ALPARGATAS	DEMANDA POTENCIAL ANUAL EN PARES	DEMANDA EN DOCENAS
69.922	59,4%	41.533	5	207.665	17.305

FUENTE: Investigación Propia. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora

3.9.1. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

Para establecer la demanda proyectada se utilizó información de las encuestas aplicadas tanto a propietarios como a consumidores tomando en cuenta que el año base del proyecto en este caso es el 2011. La proyección se realizará para cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto.

Para la aplicación de las proyecciones se aplicará el método de tasas de crecimiento, con promedio anual de la serie de datos históricos, y se utilizará la siguiente fórmula.

$$TC = \frac{UV-VA}{VA} \times 100$$

TC = Tasa de crecimiento

UV = Último valor

VA = Valor Anterior

Para la realización del proceso se calcula la tasa de crecimiento anual de año en año, luego se suma y se obtiene un promedio, el mismo que sirve para realizar las proyecciones.

En el presente proyecto se utiliza la información referente a las proyecciones de la población en los 5 años anteriores de la ciudad de Otavalo.

CUADRO N° 3.15

Proyección de la demanda potencial

AÑOS	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN DOCENA (9.47%)
2011	17.305
2012	18.944
2013	20.738
2014	22.702
2015	24.851
2016	27.205

FUENTE: Investigación Propia. mayo, 2012

ELABORACION: La Autora.

Los datos de la proyección de la demanda se establece que la tasa de crecimiento promedio anual no tiene mucha variación, más bien se mantiene en cantidades aproximadas; por lo que permite la TCPA ha sido establecida en 9,47%, esto define las expectativas del crecimiento al ser estables garantizan una factibilidad real del proyecto.

3.10. BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA (Demanda Potencial)

De acuerdo a los datos obtenidos se puede definir la demanda potencial misma que muchas ocasiones busca el producto en otros lugares o ciudades, y con la finalidad de ser más explicativos, a continuación se presenta un Balance entre la oferta y la demanda del producto, que son las alpargatas de cabuya.

CUADRO N° 3.16

Balance entre oferta y demanda

AÑO	PRODUCCIÓN EN OTAVALO POR DOCENAS	DEMANDA GENERAL DE DOCENAS	DEMANDA POTENCIAL
2011	11.040	17.305	6.265
2012	12.085	18.944	6.859
2013	13.229	20.738	7.509
2014	14.481	22.702	8.221
2015	15.852	24.851	8.999
2016	17.353	27.205	9.852

FUENTE: Investigación Propia. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

La demanda potencial se define bajo el método de la tasa de crecimiento promedio anual, donde se aplica la fórmula de TCPA establecida en el texto preparación y evaluación de proyectos de Edilberto Meneses; este estudio permitió determinar el balance entre la oferta y la demanda potenciales. Este dato determina la condición para la factibilidad del proyecto.

La demanda potencial es de un 36.20% dato fundamental para determinar que el proyecto es factible de ser desarrollo.

3.11. ANÁLISIS DE PRECIOS

De acuerdo a las palabras expresadas por el Sr. Rolando Picuasi Presidente de la Asociación de Productores de alpargatas en el CRS de Ibarra el precio promedio del valor de un par de alpargatas de cabuya es de 15 USD, que coincide con los datos obtenidos de los productores en la tabla N° 12.

Considerando estos datos se determina la proyección de precios, y para realizar la proyección se toma en cuenta la tasa de inflación en el país a diciembre del 2011, se ubicó en un 5,41 %.

CUADRO N° 3.17

Proyección de precios

AÑO	TASA DE INFLACIÓN AL 2011	PROMEDIO DEL PRECIO	PROYECCIÓN DEL PRECIO
2011	(5,41)	15,00	
2012			15.81
2013			16,66
2014			17.56
2015			18,50
2016			19.50

FUENTE: Cuadro Estadístico N°.

ELABORACIÓN: La Autora.

3.12. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La competencia está descrita por los 23 talleres existentes en Cantón Otavalo en varias de sus parroquias y comunidades como son: Gualsaquí, Imbabuela, Compañía Peguche, Carabuela, la Parroquia Eugenio Espejo y sus comunidades

Consiguientemente, en la ciudad de Otavalo existen talleres que se dediquen exclusivamente a la elaboración de este producto, aunque no existen almacenes exclusivos de alpargatas de cabuya.

3.13. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

3.13.1. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

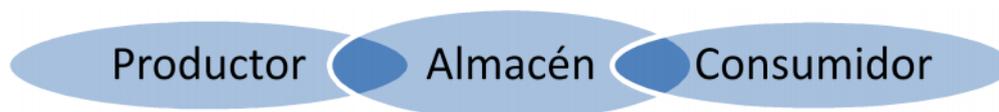
GRÁFICO 3.1

Canales de comercialización

Canal directo



Canal indirecto



3.13.2 ESTRATEGIAS DE PLAZA

- Los espacios donde va a funcionar el taller debe estar distribuido de tal manera que ayude para poder tener una bodega para materia prima y para producto terminado. Además se deben buscar un espacio adecuado para que funcione un almacén en el centro de la ciudad.
- El espacio debe ser amplio y con buena ventilación porque el cemento de contacto inunda el lugar y puede ser tóxico.
- El almacén será muy confortable de excelente decoración y con espacios para que el cliente se sienta confortable.
- Las alpargatas de cabuya están elaborados para población indígena, mestiza y extranjeros.

3.13.3 ESTRATEGIAS DE SERVICIO Y PRODUCTO

- La organización contará con personal operativo con experiencia en el campo de la confección de alpargatas de cabuya.
- Se desarrollará una feria exposición trimestralmente conjuntamente con el sector turístico y productivo artesanal de la ciudad.
- La organización y control del trabajo será direccionado a través de un seguimiento y evaluación de calidad a los productos.
- Se diseñará modelos diferentes y nuevos cada cierto tiempo.
- El almacén será muy confortable de excelente decoración y con espacios para que el cliente se sienta confortable.

3.13.4 ESTRATEGIAS DE PRECIO

- Los precios se definen en función del estudio de mercado realizado, tomando en cuenta que éstos no sean muy elevados para la población.
- Los precios deben ser competitivos y accesibles al consumidor.

3.10.5. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Se realizará estrategias de promoción, de posicionamiento en el mercado y además se buscará promocionar los productos en los medios de comunicación.

Es por ello que la publicidad se la realizará a través de:

- Rótulo grande y luminoso en el almacén y el taller que llame la atención en el día y en la noche
- Elaborar trípticos con los artículos que se elaboran.
- Volantes para ser entregados en las casas
- Se enviará artículos de prensa y radio.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Este capítulo determina los componentes fundamentales y principales que se requiere para implementar la microempresa de producción de alpargatas de cabuya en la parroquia Miguel Egas del cantón Otavalo para identificar oportunidades y riesgos de la producción, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura. Para ello se analizó el tamaño óptimo de la micro-empresa, herramientas, equipos necesarios, su ubicación, materia prima, personal entre otros; la adecuada distribución de los espacios, la ubicación de la maquinaria ayudará a una adecuada organización; es decir, todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad física del proyecto.

4.1 MICROEMPRESA

GRÁFICO N° 4.1

Nombre de la microempresa “ALPAR-USHUTA”



FUENTE: Atlas del Ecuador
ELABORACIÓN: La Autora

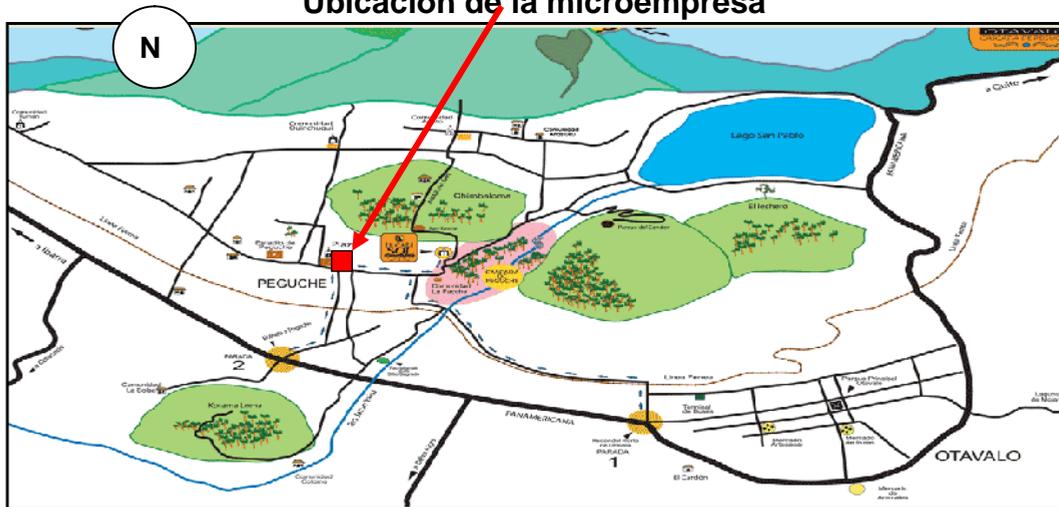
4.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN

La micro localización define la ubicación exacta donde va a estar ubicada la microempresa productora de Alpargatas de Cabuya y considerando que la propietaria vive en la parroquia Miguel Egas comunidad de Peguche y el sector presta las condiciones requeridas, la microempresa se ubica en este sector, para ello fue necesario considerar varios aspectos como: amplia concurrencia de indígenas, mano de obra, espacio físico entre otros; así mismo se toma en cuenta una ubicación especial para un pequeño almacén en el sector comercial de la ciudad ubicándose cerca al mercado de la ciudad; donde existe concurrencia masiva de indígenas todos los días lo cual beneficiará al proyecto. Con estos antecedentes se define para el taller a la parroquia Miguel Egas Cabezas, comunidad de Peguche Barrio Imbaquí en las calles Tahuantinsuyo y Rumiñahui y para el almacén la Avd. Bolívar Quiroga.

4.2.2.1 Mapa de la ubicación del taller de confección de alpargatas

GRÁFICO N° 4.3

Ubicación de la microempresa

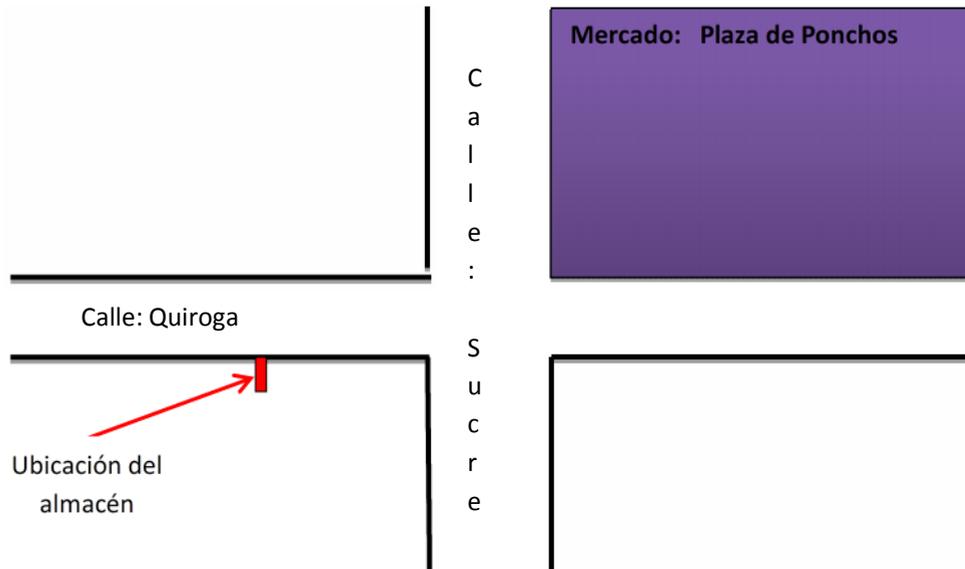


CANTÓN: Otavalo
PARROQUIA: Miguel Egas
COMUNIDAD DE: Peguche

4.2.2.3 Croquis para ubicar el almacén

GRÁFICO N° 4.4

Croquis del sector donde debe estar ubicado el almacén



4.2.2.4 Detalle de la infraestructura de la microempresa

“MICROEMPRESA PRODUCTORA DE ALPARGATAS”

GRÁFICO No 4.5
Descripción del área del taller



Elaborado: por la autora
Fuente: Investigación propia

Bodega de
Bodega
Bodega de
Bodega

Producto
Producto
Tostador
Tostador
ÁREA DE
ALMACENAMIENTO
ALMACENAMIENTO
Producto en vaina
ALMACENAMIENTO DEL
ALMACENAMIENTO DEL
PRODUCTO

4.2.3 FACTORES DETERMINANTES DE LA MICROLOCALIZACIÓN

Es importante definir las razones por las que se seleccionó tanto el lugar donde va a estar ubicada la productora de Alpargatas como el lugar donde se ubica el almacén, considerando los siguientes puntos:

4.2.3.1 Costos y disponibilidad del espacio físico.

El lugar donde va a funcionar la microempresa productora de alpargatas es un espacio físico cerca donde vive la dueña del proyecto, cuenta con una infraestructura condicionada para guardar grandes cantidades de cabuya; está al aire libre para que los olores del cemento de contacto no molesten a los vecinos; se cuenta con un espacio para oficina de administración. El acceso al lugar es fácil, seguro, además el costo del arrendamiento del área a ocupar es fundamental ya que al ser un área rural el costo del arrendamiento es bajo.

En cuanto al almacén se determina que es un lugar pequeño acogedor con un solo espacio de 16 m² con un baño, espacio suficiente para poder colocar el almacén de alpargatas.

4.2.3.2 Fuentes de Abastecimiento de materia prima

El abastecimiento de la materia prima como cabuya es del Cantón Cotacachi, Zona de Íntag de las 5 parroquias, asimismo proviene de la Parroquia, y de otras comunidades vecinas procesan la cabuya del pencho y la venden en bultos.

4.2.3.3 Disponibilidad de servicios básicos

La microempresa requiere los servicios básicos de agua, luz, alcantarillado y teléfono y en la comunidad de Peguche en la parroquia Miguel Egas sí cuenta con los servicios básicos. En el almacén aunque es pequeño el local si reúne las condiciones de servicios básicos.

4.2.3.4 Almacenamiento de la cabuya

Es importante tomar en cuenta que tanto la materia prima como los productos en proceso, terminados y a la venta necesitan de ventilación por el cemento de contacto que se utiliza como para que se mantenga seco la cabuya y no se vaya a humedecer; con la finalidad de contar con materia prima de calidad, entonces no se puede olvidar los temas como la temperatura, ventilación y almacenaje; mismos que permitirán resultados que no afecten la autenticidad de un buen proceso y mantengan las bondades que el producto posee.

La implementación de los puntos antes mencionados generara costos, los mismos que serán evaluados y asumidos con el debido cuidado para mantener un equilibrio entre los beneficios a obtener y los costos a asumir, en vista de este parámetro la micro localización es la más óptima.

4.2.3.5 Herramientas y equipos

Es importante describir que las herramientas y equipos no son muchos, más bien la mano de obra de los artesanos con lo más importante. Sin embargo como herramientas necesarias esta la máquina de coser; agujas grandes, molde de caucho, piedra para acabado, tijeras, cinta métrica, lápiz, cortadora de Caucho, Punzones, esmeril, cepillo. Algunas de estas herramientas se las puede encontrar en las ferreterías y en los almacenes de Otavalo.

Para el almacén se requerirá de dos vitrinas, y aditamentos tradicionales del sector como costalillo de cabuya, esteras y otros para decorar.

4.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto de la implementación de la micro-empresa, se la define de manera óptima y racional, tomando en cuenta factores como el volumen de demanda, capacidad de producción u oferta efectiva, capacidad instalada, ubicación, inversión y posibles contingencias. En el caso del presente proyecto se parte de la demanda potencial del producto tomado del Estudio de Mercado, de la misma manera se toma en cuenta el costo de la inversión en cifras.

4.3.1 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO

Mediante el análisis de ciertos factores, se puede determinar que tan rentable o limitado sea el funcionamiento del proyecto, por tanto éstos permiten una visualización clara de cuán viable o riesgosa resulta la implementación del mismo. A continuación examinaremos los factores que permitieron efectuar aproximaciones sobre el tamaño o capacidad productiva del proyecto.

4.3.1.1 Tamaño del proyecto según la demanda potencial.

El principal factor que determina la capacidad productiva o tamaño de la microempresa a instalarse es la demanda de potencial, que se visualiza de acuerdo a las cifras obtenidas en el estudio de mercado, así como también al planteamiento de objetivos de crecimiento en función de la oferta actual existente en el mercado de alpargatas de cabuya.

La demanda potencial, se piensa cubrirla en base al criterio de dar un valor agregado al producto; es decir, hablamos mejoramiento de la calidad, presentación y derivados del producto. En la actualidad, la mayor demanda del producto, de acuerdo al gusto de los clientes son: alpargatas de mujer, hombre, mixtos, de novia. De acuerdo a este análisis

se debe tener una excelente estrategia de marketing que permita introducir las alpargatas de cabuya en el mercado. De acuerdo al cuadro Nro. 3 de la página 90 según estos datos se cubrirá el 50% de la demanda, con un promedio de 3 trabajadores donde cada uno hará un promedio de 23 docenas por semanales.

La proyección de los ingresos, se obtienen multiplicando la cantidad por el precio, los mismos que fueron determinados en el estudio de mercado considerando que se va acaparar el 50% de la demanda potencial tomando en cuenta que ésta es de 6860 docenas y con un precio de mercado es decir al año se fabricarán 3430 docenas de alpargatas divididas el 70% para mujeres y el 30% para hombres.

Se toma en cuenta la producción de alpargatas más de mujer que de hombre porque, las mujeres son quienes compran más el producto que los hombres por que son quienes utilizan todo el tiempo, les gusta están más presentadas, y hacen gala de su coquetería femenina y les dura menos el producto en cambio el hombre lo utiliza más para salir a la calle y en ocasiones especiales, Inty Raymi Paukar Raymi, Fiestas Matrimoniales, y bendición de casas y otros.

CUADRO N° 4.1

Producción mensual

Artículos	Demanda potencial en docenas	Porcentaje de producción 50%	PRODUCCIÓN AL AÑO
Alpargatas de hombre	2058	30%	1029
Alpargatas de mujer	4802	70%	2401
TOTAL	6860		3430

FUENTE: Encuesta a Productores. Mayo 2011

ELABORACIÓN: La Autora

De acuerdo al promedio de artículos que se va a elaborar en la microempresa a crearse se cubre un 50% de la demanda potencial insatisfecha.

4.3.1.2 Tamaño del proyecto según su organización

En toda empresa es fundamental manejarse en base a la organización, en donde cada una de las personas se desempeñe correctamente en sus cargos cumpliendo eficazmente sus obligaciones lo cual sin duda debe existir una cabeza y sus partes ejecutoras que trabajen en función de un mismo objetivo, la empresa está compuesta por personal administrativo y operativo.

En el área administrativa se deberá poseer personal idóneo en cuanto ha manejo y análisis de costos, análisis financieros, manejo de personal, manejo de marketing y comercialización. Por lo que la estructura organizativa que adoptaría sería inicialmente de una microempresa, estructurada básicamente por un gerente - marketing, secretaria – contadora, cajera- vendedora y el equipo de producción compuesto por 3 personas.

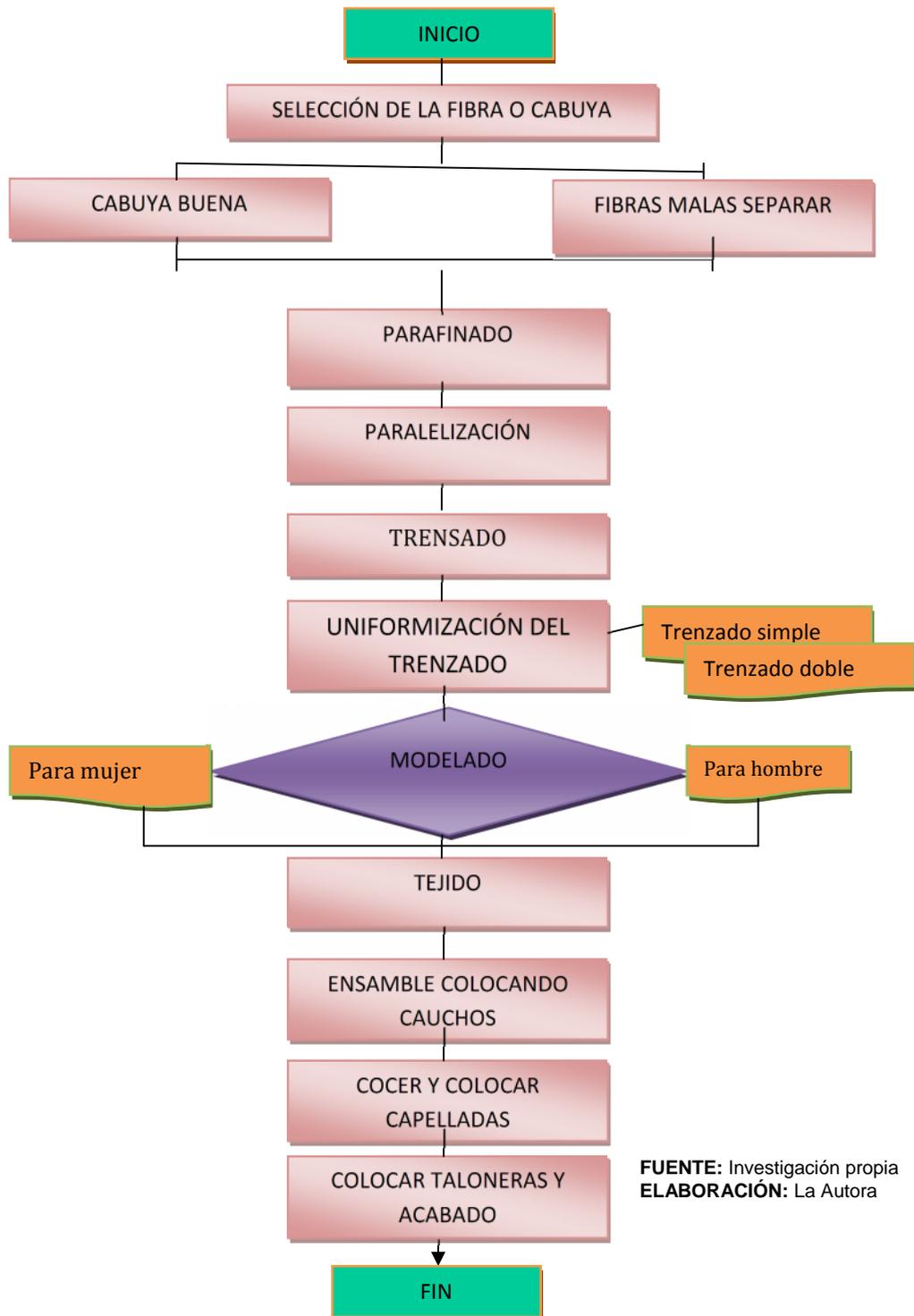
4.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Teniendo en cuenta que la ingeniería del proyecto tiene función directa en seleccionar el proceso de producción, las actividades y sub actividades en los diferentes procesos como son: distribución de ambientes físicos, diagramas explicativos, productividad supuesta, rendimientos técnicos estimados en cuanto al personal, capacidad instalada, entre otros. Se determina los siguientes aspectos en el presente proyecto.

4.4.1 PROCESOS PARA LA PRODUCCIÓN DE ALPARGATAS DE CABUYA

4.4.1.1 Flujograma del proceso

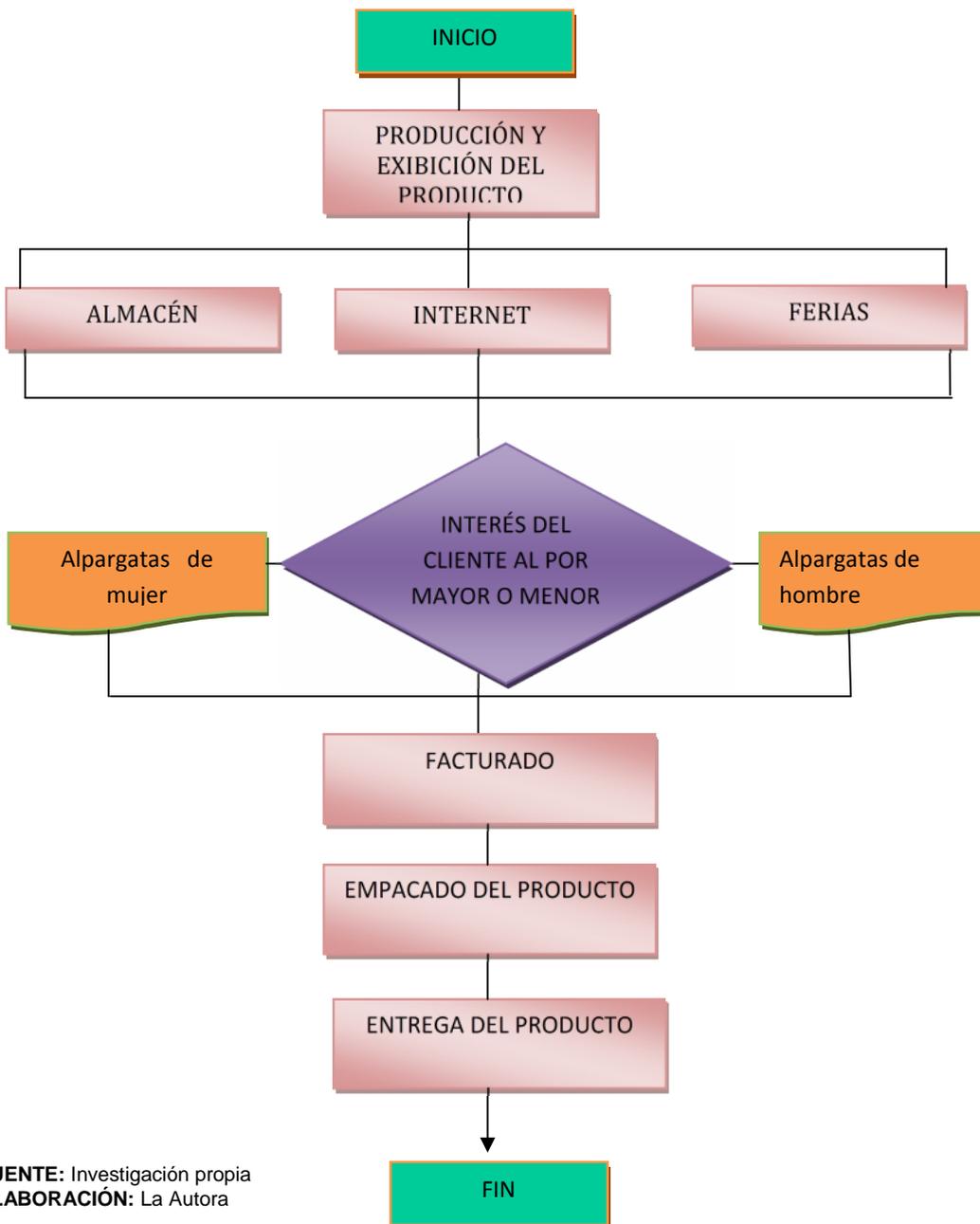
GRÁFICO N° 4. 6
Flujograma del proceso



4.4.1.2 Flujograma de la comercialización del producto

GRÁFICO N° 4.7

Flujograma de la comercialización del producto



FUENTE: Investigación propia
ELABORACIÓN: La Autora

4.4.2 PRINCIPALES DISEÑOS DE ALPARGATAS QUE SE ELABORA

Las alpargatas dentro del proyecto a confeccionarse es de hombre y mujer y del diario y formales, y alpargatas especiales que es el producto que más se vende.

CUADRO N° 4.2

Principales diseños de alpargatas

TIPO DE ALPARGATA	FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN DE SU UTILIZACIÓN
Alpargata de Hombre del diario		<p>Son alpargatas de caucho la que utilizan diariamente y se consume en un mes.</p>
Alpargata de Hombre formal		<p>Las alpargatas de cabuya son las más utilizadas en las fiestas durante el año, en fechas como matrimonio, bautizo, confirmación y otros eventos, asimismo la gente indígena que trabaja en oficinas públicas siempre lo utilizan.</p>
Alpargata de Mujer del diario		<p>Las alpargatas de caucho son utilizadas en uso diario como en la ciudad y el campo.</p>

<p>Alpargata de Mujer formal</p>		<p>Las de cabuya son de uso exclusivo, para eventos en todo ámbito, como matrimonio, bautizo, confirmaciones, también son utilizadas para las mujeres que trabajan en oficinas, ya que es una plantilla muy buena y limita las enfermedades como del riñon, asimismo son utilizados por las mujeres que dan a luz.</p>
<p>Alpargatas de colores</p>		<p>Se utiliza para presentaciones de danzas, disfraces, y es muy apetecido por los turistas, ya que la capillada tiene sus significados, como la killa mama, inty tayta pachamama, yakumama, y también son curativos.</p>

4.5 ESTUDIO DE REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN

Es necesario definir todos los requerimientos de infraestructura y obra civil, recursos materiales, necesidades de financiamiento y recursos humanos que la microempresa necesita para la elaboración y comercialización de las alpargatas de cabuya.

4.5.1 INVERSIONES FIJAS.

4.5.1.1 Bienes Muebles y Enseres.

Para la implementación de la microempresa en el área administrativa se requiere dentro de muebles y enseres un modular, en L; un escritorio gerencial, una silla de gerencia, un sillón giratorio, muebles para archivar

carpetas, sillas para clientes mesas para confección de alpargatas. Estanterías y bancas de confección.

Cuadro N° 4.3
Muebles y enseres

Muebles y enseres			
Cant	Detalle	Costo unitario	Costo total
1	Modular en L	400.00	400.00
1	Escritorio gerencia	650.00	650.00
1	Sillón gerencia	75.00	75.00
1	Sillón giratorio negro	65.00	65.00
1	Mueble para archivar carpetas	80.00	80.00
4	Sillas clientes	40.00	160.00
3	mesas para confección	30.00	90.00
6	bancas para confección	30.00	180.00
2	Estanterías de madera	60.00	120.00
	TOTAL		1,820.00

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

4.5.1.2 Equipos de computación

Dentro de los equipos de computación que se necesita una computadora portátil, una computadora completa, y una impresora multiusos.

Cuadro N° 4.4
Equipos de computación

Equipo de computación			
cant	Detalle	Costo unitario	Costo total
1	Impresora multifuncional (Escáner , impresora, copiadora	120.00	120.00
1	Computadora Portátil	840.00	840.00
1	Computadoras Completas 500 GHZ	620.00	620.00
	TOTAL		1,580.00

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

4.5.1.3 Inversiones diferidas

Con referencia a las inversiones diferidas se tomará en cuenta el costo de la patente municipal, tarifa de bomberos y permiso de funcionamiento.

Cuadro N° 4.5
Activos diferidos

Activos Diferidos		
Detalle	Costo unitario	Costo total
Patente Municipal	120.00	120.00
Bomberos	50.00	50.00
Permiso de funcionamiento	100.00	100.00
TOTAL		270.00

Elaborado por la autora; Año: 2012

Fuente: Investigación propia

4.5.1.4 Espacio donde va a funcionar la microempresa y el almacén

Considerando que el espacio para los talleres es en un sector rural el costo de arrendamiento del lugar es de 200 dólares mensuales y en cuanto al local para el almacén, se arrendará un pequeño espacio que es garaje de una casa en la calle, 200 dólares mensuales.

Cuadro N° 4.6
Arrendamiento

Arrendamiento							
Descripción	Cant	Valor mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Local comercial	1.00	200.00	2,400.00	2,529.84	2,666.70	2,810.97	2,963.05
Total	1.00	200.00	2,400.00	2,529.84	2,666.70	2,810.97	2,963.05

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

4.5.1.5 Capital de trabajo

En cuanto al capital de trabajo se define el costo de producción, los gastos administrativos, el gasto de ventas y los gastos financieros.

Cuadro Nº 4.7

Capital de trabajo

Capital de trabajo			
Descripción	Anual	Trimestral	Mensual
Cto de producción	20,606.89	5,151.72	1,717.24
Gastos Administrativos	20,759.71	5,189.93	1,729.98
Gastos de ventas	5,633.74	1,408.43	469.48
Gastos financieros	2,182.92	545.73	181.91
TOTAL	49,183.26	12,295.82	4,098.61

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

4.5.1.6 Inversión total del proyecto

CUADRO Nº 4.8

Resumen de inversiones

Resumen de Inversiones	
Detalle	Valor
Inversión Fija	3,400.00
Inversión diferida	270.00
capital de trabajo	6,598.61
TOTAL INVERSIONES	10,268.61

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

4.5.1.7 Financiamiento

El financiamiento será de \$ 7.000 que equivale al 68.17% y el propio es de \$ 3.268,61 que constituye el 31.83% de la inversión. El préstamo de \$ 7.000 se lo

realizará a través de la cooperativa de Chuchuí y se lo podrá adquirir a una tasa del 16.90% a cinco años plazo.

Cuadro N° 4.9
Estructura del financiamiento

Estructura del financiamiento		
DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	3,268.61	31.83
Capital Financiado	7,000.00	68.17
TOTAL	10,268.61	100.00

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

4.5.1.8 Talento humano

CUADRO N° 4.10
Gastos sueldos

GASTOS SUELDOS			
DESCRIPCIÓN	cant	Sueldo Básico	Total
Gerente	1	350.00	350.00
Secretaria	1	292.00	292.00
Bodeguero	1	292.00	292.00
Operarios (manufactureros)	3	292.00	876.00
Honorarios prof. Contador	1	150.00	150.00
Total	7	1,376.00	1,960.00

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

Como se puede observar en el cuadro anterior, se ha determinado emplear para el funcionamiento de la microempresa, un total de 7 personas, las mismas que tendrán una remuneración acorde a su puesto, con todos los beneficios de ley.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Constituye la sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todas las inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios realizados.

5.1 DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PRESUPUESTADOS

5.1.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS

Los ingresos de operación se deducen de la información de precios y demanda proyectada, calculados en el estudio de mercado, de las condiciones de ventas, de las estimaciones de ventas y del cálculo de los ingresos por venta.

La proyección de los ingresos, se obtiene multiplicando la cantidad por el precio, los mismos que fueron determinados en el estudio de mercado considerando que se va acaparar el 50% de la demanda potencial insatisfecha y con un precio de mercado es decir al año se fabricarán 3.430 pares de alpargatas divididas el 70% para mujeres y el 30% para hombres. El precio de venta se lo fijó de acuerdo al mercado y las proyecciones para los años subsiguientes de acuerdo a la tasa de inflación del año 2011 del 5.41%

CUADRO N° 5.1

Ingresos presupuestados alpargatas mujeres

ALPARGATAS MUJER			
Ingresos presupuestados			
Año	Q por año	Precio vta.	TOTAL
1	2401	15.00	36,009.75
2	3755	15.81	59,364.28
3	4111	16.67	68,509.30
4	4500	17.57	79,049.83
5	4926	18.52	91,224.80

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

CUADRO N° 5.2

Ingresos Presupuestados alpargatas hombres

ALPARGATAS HOMBRE			
Ingresos presupuestados			
Año	Q por año	Precio vta	TOTAL
1	1029	17.00	17,490.45
2	1126	17.92	20,183.85
3	1233	18.89	23,293.16
4	1350	19.91	26,876.94
5	1478	20.99	31,016.43

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

5.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS

Constituyen todos los recursos económicos que se necesita en los procesos de producción y comercialización que se analizarán tanto en forma mensual como anual.

5.2.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Son todos aquellos costos que se incluyen en la fabricación como:

5.2.1.1 Materia prima directa

Constituyen todos los elementos principales que conforma el producto.

CUADRO N° 5.3
Materia Prima alpargatas mujeres

MATERIA PRIMA ALPARGATAS DE MUJER				
Detalle	Medida	Cantidad	costo	costo por par de alpargatas
Cabuya	1.44 kg	12	1.44	0.12
Tela negra, azul y gamusa	1.50X 0.50mts	12	6.48	0.54
Tela blanca para forro	1.50x0.50 mts	12	1.32	0.11
Hilo naylon	24 mts	12	1.20	0.10
Taloneras	Unidades	12	6.00	0.50
caucho eva maría	1.25x0.60 mts	12	21.96	1.83
caucho blanco	1.25x0.60 mts	12	8.64	0.72
cemento de contacto	4 tarrones	12	3.96	0.33
Parafina	2 unidades	12	0.36	0.03
TOTAL:			51.36	4.28

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

CUADRO N° 5.4
Materia Prima alpargatas hombres

MATERIA PRIMA ALPARGATAS DE HOMBRE				
Detalle	Medida	Cantidad	costo	Costo por par
Cabuya	1.44 kg	12	1.44	0.11
Capellada	24 unidades	12	25.00	2.08
Talonera	24 unidades	12	1.20	0.10
Hilo nylon	24mts	12	12.00	1.00
Caucho eva maria	1.25x0.60 mts	12	21.96	1.83
Caucho blanco	1.25x0.60 mts	12	8.64	0.72
Cemento de contacto	4 tarrones	12	3.96	0.33
Parafina	2 unidades	12	0.36	0.03
TOTAL:			74.56	6.20

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

5.2.1.2 Mano de obra directa

Conformado por la fuerza laboral que se encuentra en contacto directo con la fabricación y que tendrán una remuneración mensual del básico con todos los beneficios de ley como lo establece el Código de Trabajo

CUADRO N° 5.5

Gastos Sueldos y Salarios operarios

Gastos Sueldos Personal							
Nómina	Cantidad	Sueldo Básico	IESS	13 ero	14 cto	Fondos de Reserva	Mensual
Operarios	3	876.00	106.43	73.00	73.00	73.00	1,201.43
Total		876.00	106.43	73.00	73.00	73.00	1,201.43

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

5.2.1.3 Costos indirectos de fabricación

Son todos los elementos que intervienen en forma indirecta en la fabricación de un producto.

CUADRO N° 5.6

Costos Indirectos de Fabricación

CIF			
Detalle	Cantidad	costo	costo por unidad par de alpargatas
Etiquetas	500	25.00	0.05
Fundas	1000	50.00	0.05
TOTAL			0.10

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

5.2.1.4 Resumen de Costos de Producción Proyectados

CUADRO Nº 5.7

Resumen Costos de Producción

RESUMEN COSTO DE PRODUCCIÓN POR PAR DE ALPARGATE					
PRODUCTO	Cantidad mensual	MOD par de alpargata	MPD par de alpargata	CIF	Costo de producción
Par de alpargates mujer	200	4.20	4.28	0.10	8.58
Par de alpargates hombre	86	4.20	6.20	0.10	10.50
TOTAL					19.09

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

5.2.2 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos contendrán los sueldos y salarios del personal, con un aumento del 10 % por cada año, y, los suministros y servicios básicos con un incremento por inflación del 5,41% para cada año. El personal Administrativo está conformado por un gerente, una secretaria, un contador y un auxiliar de servicios.

CUADRO Nº 5.8

Gasto Sueldos y Salarios personal

Gastos Sueldos Personal											
Nomina	Sueldo Básico	IESS	13 ero	14 cto	Fondos de Reserva	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	350.00	42.53	29.17	24.33	29.17	475.19	5,702.30	6,272.53	6,899.78	7,589.76	8,348.74
Secretaria	292.00	35.48	24.33	24.33	24.33	400.48	4,805.74	5,286.31	5,814.94	6,396.43	7,036.08
Bodeguero	292.00	35.48	24.33	24.33	24.33	400.48	4,805.74	5,286.31	5,814.94	6,396.43	7,036.08
Honorarios prof.											
Contador	150.00					150.00	1,800.00	1,980.00	2,178.00	2,395.80	2,635.38
Total	1,084.00	113.48	77.83	73.00	77.83	1,426.15	17,113.77	18,825.15	20,707.66	22,778.43	25,056.27

Elaborado por la autora, Año 2012

Fuente: Investigación propia

CUADRO N° 5.9 Gasto Arriendos

Arrendamiento							
Descripción	Cant	Valor mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
local comercial	1.00	200.00	2,400.00	2,529.84	2,666.70	2,810.97	2,963.05
Total	1.00	200.00	2,400.00	2,529.84	2,666.70	2,810.97	2,963.05

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

CUADRO N° 5.10 Gastos de Limpieza

Gastos de limpieza								
Descripción	Cant	valor unitario	Valor total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tachos de basura	1.00	5.00	5.00	5.00	5.27	5.56	5.86	6.17
Escobas	2.00	3.10	6.20	24.80	26.14	27.56	29.05	30.62
Recogedores	2.00	2.00	4.00	4.00	4.22	4.44	4.68	4.94
TOTAL			15.20	33.80	35.63	37.56	39.59	41.73

Elaborado por la autor, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

CUADRO N° 5.11 Gastos Suministros y Materiales

Suministros y materiales								
Descripción	Cant	valor unitario	Valor total	Anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Grapadora	1	10,35	10,35	10,35	10,91	11,50	12,12	12,78
sacagrapas	1	0,65	0,65	0,65	0,69	0,72	0,76	0,80
Perforadora	1	6,50	6,50	6,50	6,85	7,22	7,61	8,02
Cinta adhesiva	2	0,25	0,50	6,00	6,32	6,67	7,03	7,41
Sellos	2	12,00	24,00	24,00	25,30	26,67	28,11	29,63
cartuchos	2	35,00	70,00	140,00	147,57	155,56	163,97	172,84
Carpetas archivadoras	5	2,00	10,00	40,00	42,16	44,45	46,85	49,38
folders	12	0,15	1,80	3,60	3,79	4,00	4,22	4,44

Esferos	1	2,00	2,00	24,00	25,30	26,57	28,11	29,63
Resaltadores	2	0,70	1,40	16,80	17,71	18,57	19,68	20,74
Papel Bond	1	5,00	5,00	15,00	15,81	16,57	17,57	18,52
Clips	5	0,40	2,00	8,00	8,43	8,89	9,37	9,88
Borradores	2	0,18	0,36	4,32	4,55	4,80	5,06	5,33
Documentos preimpresos autocizados	1	12,00	12,00	24,00	25,30	26,57	28,11	29,63
recibera	1	1,00	1,00	2,00	2,11	2,22	2,34	2,47
TOTAL			147,56	325,22	342,81	361,36	380,91	401,52

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

CUADRO N° 5.12 Gastos Servicios Básicos

Servicios Básicos								
Descripción	Medida	Unidad	Mensual	Anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía eléctrica	Kw/h	1500	15.00	180.00	189.74	200.00	210.82	222.23
Agua potable	M ³	120	5.41	64.92	68.43	72.13	76.04	80.15
Teléfono			35.00	420.00	442.72	466.67	491.92	518.53
Internet	Plan mensual		18.50	222.00	234.01	246.67	260.02	274.08
TOTAL			73.91	886.92	934.90	985.48	1,038.80	1,094.99

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

5.2.3 Gastos de Ventas:

CUADRO N° 5.13 Gastos Sueldos y Salarios vendedor

Gasto Personal de Ventas											
Descripción	Sueldo Básico	IESS	13 ero	14 cto	Fondos Reserva	Total	Anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vendedor	292.00	35.48	24.33	20.00	24.33	396.14	4,753.74	5,229.11	5,752.02	6,327.22	6,959.94
TOTAL	292.00	35.48	24.33	20.00	24.33	396.14	4,753.74	5,229.11	5,752.02	6,327.22	6,959.94

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

CUADRO N° 5.14

Gasto Publicidad

Publicidad							
Descripción	cuñas	mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Radio	160	220	880.00	968.00	1,064.80	1,171.28	1,288.41
TOTAL		220	880.00	968.00	1,064.80	1,171.28	1,288.41

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

CUADRO N° 5.15

Depreciaciones

Depreciaciones							
Descripción	Valor	Años	Depreciación año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bienes Muebles administrativos	1,820.00	10	182.00	182.00	182.00	182.00	182.00
Equipo de computación	1,580.00	3	526.67	526.67	526.67	1	1
TOTAL	3,400.00		708.67	708.67	708.67	183.00	183.00

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

CUADRO N° 5.16

Amortizaciones

Activos Intangibles						
DESCRIPCION	Valor	Amortiz año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de constitución	270.00	54.00	54.00	54.00	54.00	54.00
TOTAL	270.00	54.00	54.00	54.00	54.00	54.00

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

5.2.4 GASTO FINANCIERO

Para que la empresa entre en funcionamiento se requiere de un capital de \$10.268,60 de los cuales el 68.17 % será aporte externo es decir se financiará a través de la cooperativa Cuchuquí Ltda. \$ 7000, a un plazo de cinco años con una tasa de interés del 16.90% anual, los pagos se los hará en forma mensual.

Monto: USD. 7.000

Interés: 16.90 %

Plazo: 5 años

Requisitos para acceder al crédito para dar inicio a Microempresa de Producción de alpargatas de cabuya son:

- Escritura y certificado de propiedad Actualizado
- Copia de Pago del Impuesto Predial
- Certificado Bancario Comercial o Trabajo
- Copia de cedula y papeleta de Votación a color
- Garantía personal o Hipotecario
- Una foto tamaño carnet actual
- No tener calificación negativa en la central del riesgos

Elaborado: Cooperativa Chuchuqui Ltda.
Fuente: departamento de crédito cuchuquí Ltda.

VP=	$\frac{VF \times i \times (i + 1)^n}{[(1+i)^n - 1]}$		
VP=	$\frac{7.000 \times 0.16.90 \times (1+0.16.9)^5}{[(1+0.1690)^5 - 1]}$	=	2,182.92

CUADRO N° 5.17
Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO				
CUOTA	PRINCIPAL	INTERES	TOTAL	SALDO
1	87.56	65.33	152.90	6,912.44
2	88.38	64.52	152.90	6,824.06
3	89.20	63.69	152.90	6,734.85
4	90.04	62.86	152.90	6,644.81
5	90.88	62.02	152.90	6,553.94
6	91.73	61.17	152.90	6,462.21
7	92.58	60.31	152.90	6,369.63
8	93.45	59.45	152.90	6,276.18
9	94.32	58.58	152.90	6,181.86
10	95.20	57.70	152.90	6,086.67
11	96.09	56.81	152.90	5,990.58
12	96.98	55.91	152.90	5,893.59
13	97.89	55.01	152.90	5,795.71
14	98.80	54.09	152.90	5,696.90
15	99.72	53.17	152.90	5,597.18
16	100.66	52.24	152.90	5,496.52
17	101.60	51.30	152.90	5,394.93
18	102.54	50.35	152.90	5,292.38
19	103.50	49.40	152.90	5,188.88
20	104.47	48.43	152.90	5,084.42
21	105.44	47.45	152.90	4,978.97
22	106.43	46.47	152.90	4,872.55
23	107.42	45.48	152.90	4,765.13
24	108.42	44.47	152.90	4,656.71
25	109.43	43.46	152.90	4,547.27
26	110.45	42.44	152.90	4,436.82
27	111.49	41.41	152.90	4,325.33
28	112.53	40.37	152.90	4,212.81
29	113.58	39.32	152.90	4,099.23
30	114.64	38.26	152.90	3,984.59
31	115.71	37.19	152.90	3,868.89
32	116.79	36.11	152.90	3,752.10
33	117.88	35.02	152.90	3,634.23
34	118.98	33.92	152.90	3,515.25
35	120.09	32.81	152.90	3,395.16
36	121.21	31.69	152.90	3,273.95
37	122.34	30.56	152.90	3,151.61
38	123.48	29.42	152.90	3,028.13
39	124.63	28.26	152.90	2,903.50
40	125.80	27.10	152.90	2,777.70
41	126.97	25.93	152.90	2,650.73
42	128.16	24.74	152.90	2,522.58
43	129.35	23.54	152.90	2,393.22
44	130.56	22.34	152.90	2,262.67
45	131.78	21.12	152.90	2,130.89
46	133.01	19.89	152.90	1,997.88
47	134.25	18.65	152.90	1,863.63
48	135.50	17.39	152.90	1,728.13
49	136.77	16.13	152.90	1,591.36
50	138.04	14.85	152.90	1,453.32
51	139.33	13.56	152.90	1,313.99
52	140.63	12.26	152.90	1,173.35
53	141.94	10.95	152.90	1,031.41
54	143.27	9.63	152.90	888.14
55	144.61	8.29	152.90	743.53
56	145.96	6.94	152.90	597.58
57	147.32	5.58	152.90	450.26
58	148.69	4.20	152.90	301.56
59	150.08	2.81	152.90	151.48
60	151.48	1.41	152.90	0.00
	7,000.00	2,173.77	9,173.77	0.00

Elaborado por la autora

Fuente: Investigación propia

5.2.5 RESUMEN DE EGRESOS

CUADRO N° 5.18
Resumen de Egresos

RESUMEN DE EGRESOS					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cto de producción	20,606.89	33,971.72	39,205.04	45,236.95	52,204.19
Gastos Administrativos	20,759.71	22,668.33	24,758.77	27,048.70	29,557.56
Gastos de ventas	5,633.74	6,197.11	6,816.82	7,498.50	8,248.35
Gastos financieros	728.35	597.87	496.47	320.62	124.02
TOTAL	47,728.69	63,435.03	71,277.10	80,104.77	90,134.12

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

5.3 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.

5.3.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Para el Balance General se consideró las cuentas de Activos así como las de Pasivos y Patrimonio que posee la empresa.

CUADRO N° 5.19
Balance de Situación Inicial

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL					
INVERSIÓN			Aporte Financiado		
Inversión Variable		6,598.61	Aporte Financiado a largo plazo		7,000.00
Capital de Trabajo	6,598.61		Préstamo bancario por pagar	7,000.00	
			TOTAL PASIVO		7,000.00
Inversión Fija		3,400.00			
Muebles y enseres	1,820.00				
Equipo de computación	1,580.00				
			Aporte Propio		3,268.61
Inversiones Diferidas		270.00	Capital Social	3,268.61	
Gastos de constitución	270.00				
TOTAL Inversión		10,268.61	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		10,268.61

Elaborado por la autora Año: 2012

Fuente: Investigación propia

5.3.2 ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO

A continuación se describen todas las cuentas y sub cuentas proyectadas, obteniéndose por diferencia la pérdida o ganancia neta que la empresa generará en cada año de la vida útil del proyecto.

Balance de Pérdidas y Ganancias Proyectado					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS PROYECTADAS	53,500.20	79,548.13	91,802.46	105,926.78	122,241.23
(-) Costos de producción	31,413.81	46,442.83	53,597.31	61,843.55	71,368.47
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	22,086.39	33,105.30	38,205.15	44,083.22	50,872.76
(-) GASTOS OPERACIONALES					
Administrativos	20,759.71	22,668.33	24,758.77	27,048.70	29,557.56
Ventas	5,633.74	1,936.00	2,129.60	2,342.56	2,576.82
Depreciaciones	708.67	708.67	708.67	183.00	183.00
Amortizaciones	54.00	54.00	54.00	54.00	54.00
TOTAL DE GASTOS PROYECTADOS	27,156.11	25,367.00	27,651.03	29,628.26	32,371.38
UTILIDAD OPERACIONAL PROYECTADO	5,069.72	7,738.30	10,554.12	14,454.96	18,501.38
(-) Gastos financieros	728.35	597.87	496.47	320.62	124.02
UTILIDAD PROY. ANTES 15 %	5,798.07	7,140.43	10,057.64	14,134.35	18,377.36
(-) 15 % trabajadores	-	1,071.07	1,508.65	2,120.15	2,756.60
UTILIDAD PROYECTADA ANTES IR	5,798.07	6,069.37	8,549.00	12,014.20	15,620.76
Impuesto a la renta	-	-	-	-	-
UTILIDAD NETA	(5,798.07)	6,069.37	8,549.00	12,014.20	15,620.76

Elaborado por la autora
Fuente: Investigación propia

CUADRO N° 5.20

5.3.3 ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El Estado de flujo de caja, permitirá medir los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la empresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene.

CUADRO N° 5.21
Flujo de Caja Proyectado

Flujo de Caja Proyectado						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Operacional		(5,069.72)	7,738.30	10,554.12	14,454.96	18,501.38
INGRESOS OPERACIONALES						
Capital Propio	3,268.61					
Capital Financiado	7,000.00					
(+) Depreciaciones		708.67	708.67	708.67	183.00	183.00
(+) Amortizaciones		54.00	54.00	54.00	54.00	54.00
(+) Recuperación de capital de trabajo						4,098.61
TOTAL INGRESOS EGRESOS NO OPERACIONALES		(4,307.06)	8,500.97	11,316.78	14,691.96	22,836.99
Pago préstamo		1,834.75	1,834.75	1,834.75	1,834.75	1,834.75
(-) 15% Participación a trabajadores		-	1,071.07	1,508.65	2,120.15	2,756.60
(-) Impuesto a la renta		-	-	-	-	-
(-) Inversión de activos fijos					1,580.00	
TOTAL EGRESOS		1,834.75	2,905.82	3,343.40	5,534.91	4,591.36
FLUJO NETO		(6,141.81)	5,595.15	7,973.38	9,157.06	18,245.63
TOTAL INVERSION	10,268.61					

Elaborado por la autora
Fuente: Investigación propia

5.4 EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera tiene como objetivos calcular, estimar los beneficios netos que esperan de la inversión que se realizará en la implementación de la microempresa de producción, para lo cual se usa y se maneja técnicas de evaluación financiera como son: Valor Actual neto, (VAN), Tasa Interna de retorno (TIR), Relación Beneficio / Costo y Período de recuperación.

5.4.1 DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL

Para realizar el cálculo del Costo del capital debemos primero establecer la TMAR (tasa Mínima de Rentabilidad). Para el cálculo de esta tasa se ha tomado en cuenta en primer lugar el costo de oportunidad de la inversión, considerando que el monto de la inversión está dividido en inversión propia y financiera, la misma que se especifica a continuación.

CUADRO N° 5.22

Coste de Capital

Cálculo del coste de capital				
Descripción	Valor	%	Ponderación	Valor promedop
Inversión propia	3,268.61	31.83	0.0700	2.23
Inversión financiada	7,000.00	68.17	0.1690	11.52
TOTAL	10,268.61			13.75
Elaborado por la autora				
Fuente: Investigación propia				

TRM =	$(1+CK)(1+IF)-1$		
TRM =	$(1+0,1375)(1+0.0541)-1$	0.1990	
		19.90	BASE INFLACIÓN

Para determinar el costo de capital, se estableció la aplicación del financiamiento propio y prestado, estableciéndose una tasa del 7% sobre el capital propio y el 11.52% sobre lo prestado; luego se realiza un ajuste al costo de capital por efectos de riesgo país, en base a la tasa promedio de inflación del 5,41 %,

CK = COSTO DE OPORTUNIDAD

IF = TASA DE INFLACIÓN

5.4.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN de un proyecto de inversión se define como “la suma actualizada de los flujos de caja que esperamos genere a lo largo de su vida”. Es decir, es igual a “la diferencia entre el valor actual de sus cobros y el valor actual de sus pagos”. Se trata, por tanto, de una medida de la rentabilidad absoluta de una inversión.

FC.- Flujo de Caja

i.- Tasa de redescuento

n.- Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto de inversión.

VAN, positivo significa que existe rentabilidad.

VAN, Negativo inversión no rentable o no atractiva.

$$VAN = \langle Inversión \rangle + \sum \frac{FCN}{(1+i)^n}$$

CUADRO N° 5.23

Valor Actual Neto

Cálculo del VAN			
	Flujos	tasa	total
Inversión			(10,268.61)
Año 1	(6,141.81)	(1+0.1990)^1	(5,122.28)
Año 2	5,595.15	(1+0.1990)^2	3,891.75
Año 3	7,973.38	(1+0.1990)^3	4,625.33
Año 4	9,156.91	(1+0.1990)^4	4,430.20
Año 5	18,245.48	(1+0.1990)^5	7,361.95
Van			4,918.35

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

VAN= \$ 4,918.35

Interpretación: Siendo la suma de los flujos de efectivo descontados la TRM es de \$15.186.96 superior a la inversión inicial de \$10.268.61; la logrará cubrir la inversión inicial y generará una utilidad en torno al movimiento del proyecto en los 5 años, generando un valor de USD. 4,918.35 (VAN)

5.4.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios son exactamente iguales a los desembolsos iniciales.

La tasa interna de retorno deberá ser mayor que la tasa de descuento para que la inversión sea aceptada.

Para el cálculo del TIR, se aplicó el método de interpolación, estableciendo para ello la aplicación de dos tasas arbitrarias, siendo:

Tasa superior: 31%

Tasa Inferior: 29%

CUADRO N° 5.24
Tasa Interna de Retorno

Cálculo del TIR			
Flujos Actualizados			
Años	Flujo neto	Van tasa 29%	Van tasa 31%
0	(10,268.61)	(10,268.61)	(10,268.61)
1	(6,141.81)	(4,761.09)	(4,688.41)
2	5,595.15	3,362.27	3,260.39
3	7,973.38	3,714.27	3,546.74
4	9,156.91	3,306.66	3,109.31
5	18,245.48	5,107.48	4,729.32
	24,560.51	460.98	(311.26)

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

Van positivo=	460.98	
Van negativo =	(311.26)	
	772.24	
	772.24	2
	460.98	←
	921.97	1.19
	<u>772.24</u>	
		29
		30.19
TIR =	\$ 30.19	

La TIR para el presente proyecto es de 30.19 %. Tasa aceptable ya que supera la TRM de 19.90%

5.4.4 PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Este indicador de evaluación permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados que recupera el proyecto.

CUADRO N° 5.25
Recuperación de la Inversión

Recuperación de la Inversión			
Años	Flujos Netos	Flujo Acumulado	Inversión
0			10,268.61
1	-6,141.81	-6,141.81	
2	5,595.15	-546.66	
3	7,973.38	7,426.72	
4	9,156.91	16,583.63	
5	18,245.48	34,829.11	

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

7,426.72	=	∑ 3 años	
10,268.61	=	inversión	
10,268.61 - 7,426.72		2,841.88	
9,156.91 / 12		763.08	meses
2,841.88 / 763.08		3.72	meses
0.72 * 30		22	días

Interpretación:

La inversión se recuperará al tercer año, tres meses y veinte y dos días

5.4.5 BENEFICIO / COSTO

La relación Beneficio / costo está representada por la relación entre los Ingresos deflactados sobre los Egresos deflactados.

En el caso del presente proyecto es aconsejable implementarlo ya que la relación beneficio / costo se encuentra en 1.12, que significa que por cada dólar que la empresa invierte, tiene un beneficio de 1.12 centavos.

CUADRO N° 5.26 Beneficio Costo

Costo Beneficio				
Años	Ingresos	Egresos	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
1	53,500.20	59,298.27	53,500.20	49,454.84
2	79,548.13	72,407.70	55,330.37	50,363.78
3	91,802.46	81,744.82	53,254.30	47,419.89
4	105,926.78	91,791.43	51,247.52	44,408.82
5	122,241.23	103,862.87	49,323.24	41,907.74
TOTAL	453,018.80	409,105.08	262,655.63	233,555.07

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

COSTO	=	$\frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$
BENEFICIO		
COSTO	=	262,655.63
BENEFICIO		233,555.07
COSTO	=	1.12
BENEFICIO		

5.4.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se refiere a la cantidad o el monto de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos totales, en este caso la utilidad es cero.

Es únicamente válido para el año 1 del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

El punto de equilibrio del presente proyecto se detalla a continuación:

CUADRO N° 5.27
Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio	
Descripción	Año 1
Ingresos	53,500.20
TOTAL INGRESOS	53,500.20
COSTOS FIJOS	
Gastos operacionales	26,393.45
Depreciaciones y amortizaciones	762.67
TOTAL COSTOS FIJOS	27,156.11
COSTOS VARIABLES	
Costos de producción	31,413.81
Gastos Financieros	728.35
TOTAL COSTOS VARIABLES	32,142.16

Elaborado por la autora, Año: 2012

Fuente: Investigación propia

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA

6.1. NOMBRE DE LA MICROEMPRESA

6.1.1 Nombre del taller

“ALPAR-USHUTA”

Alpargatas de Cabuya

6.1.1.1 Logotipo

GRÁFICO Nº 6.1.

LOGOTIPO

ALPAR-USHUTA



FUENTE: Investigación propia
ELABORACIÓN: La Autora

6.2 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.2.1 TIPO DE EMPRESA

Para dar forma legal a la microempresa de producción de alpargatas de cabuya en la Comunidad Miguel Egas y comercialización de los mismos, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura, se determina que el tipo de microempresa que más se ajusta a esta necesidad y finalidad es una microempresa con calificación artesanal; porque todo el proceso de las alpargatas de cabuya son realizadas a mano.

6.2.2. TITULARIDAD DE LA PROPIEDAD DE LA EMPRESA.

La titularidad de la propiedad de la microempresa será a nombre de María Elena Morales Males, como autora y propietaria del proyecto.

6.2.3. HORARIO DE FUNCIONAMIENTO

Al ser esta institución una microempresa de producción, y considerando que en el sector donde va a funcionar el taller es un sector rural, el funcionamiento del mismo será de 8H00 a 12H00 y de 14H00 a 18H00, este horario facilitará el trabajo de los operarios; en el caso del almacén en el centro de Otavalo el horario de atención de acuerdo al movimiento comercial será de 10H00 a 18H00 ininterrumpidamente, con la finalidad de dar una adecuada atención a los clientes.

6.3. BASE FILOSÓFICA Y ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

Tomando en cuenta que la filosofía institucional certifica la identidad de la microempresa, se toma en cuenta visión, misión, principios, valores, aspiraciones y prioridades fundamentales que requiere la empresa para su funcionamiento y además orientan el proceso administrativo de la institución, comprometiendo de esta manera a los funcionarios a ser

responsables de sus funciones y a tomar decisiones estratégicas que garanticen el adecuado funcionamiento de la microempresa.

6.3.1. MISIÓN

Brindar a la ciudadanía indígena de Otavalo y la provincia alpagatas de cabuya de excelente calidad, con diseños creativos y exclusivos, a costos accesibles para el consumidor.

6.3.2. VISIÓN

ALPAR-USHUTA Alpagatas de Cabuya en los próximos cinco se convertirá en una microempresa de alta productividad y rentabilidad, con una gama de diseños exclusivos patentados, con clientela provincial, regional y nacional, siendo los pioneros en la creación de nuevos diseños para hombre, mujer y niños.

6.3.3. PRINCIPIOS Y VALORES

- Calidad.
- Puntualidad.
- Creatividad
- Responsabilidad
- Honestidad
- Compromiso con la organización.
- Responsabilidad Social.

6.3.4. POLÍTICAS

- a) Estar atento a las sugerencias de los clientes para mejorar cada día los productos y la atención al consumidor.
- b) Cumplir con los impuestos de acuerdo a la normativa tributaria vigente.
- c) Ofrecer un producto de excelente calidad que garantice la satisfacción del consumidor.
- d) Utilizar medios publicitarios locales para llegar a nuestros clientes de una manera efectiva, principalmente la radio.
- e) Actualizar continuamente la base de datos de proveedores de insumos y de los clientes que llevan al por mayor.
- f) Evaluar los datos financieros constantemente, así como los balances de manera mensual para corregir los posibles problemas contables existentes.
- g) Maximizar el valor de la microempresa posesionándonos en el mercado.
- h) Definir el valor agregado en los productos, manteniendo las ventajas competitivas.
- i) Tomar en cuenta las necesidades y sugerencias de los empleados.
- j) realizar reuniones permanentes con todos los empleados para evaluar su desempeño.

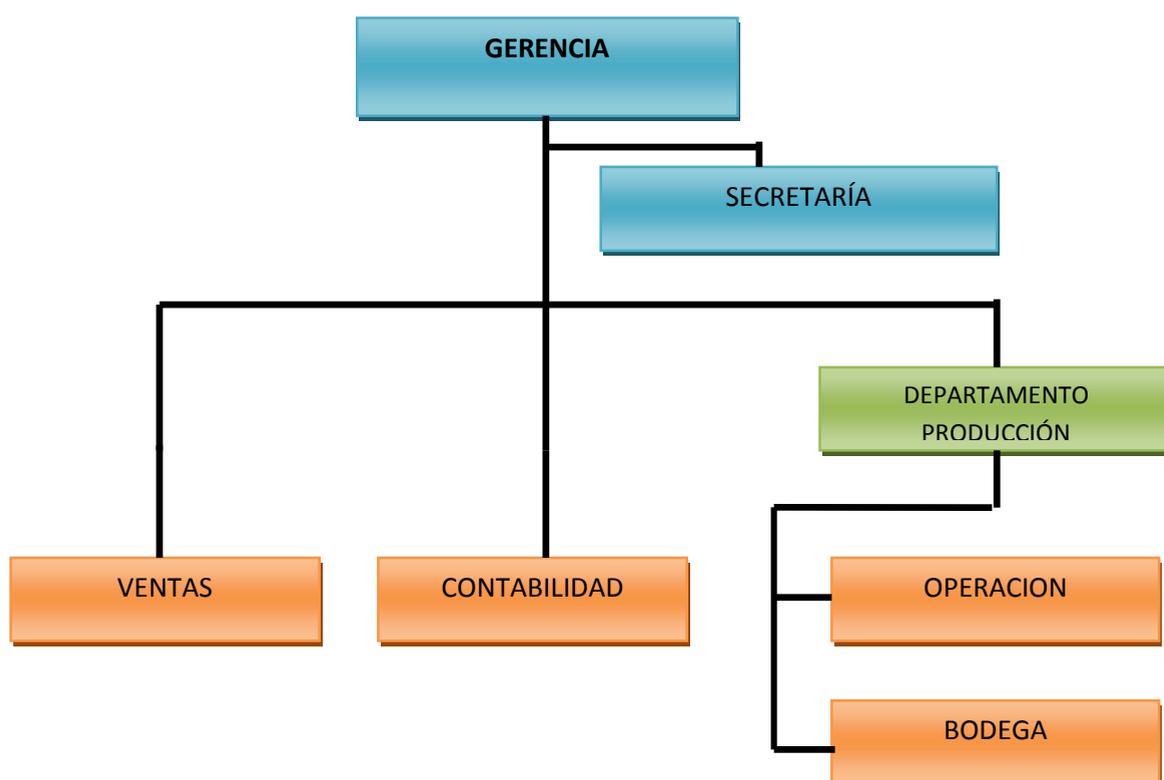
6.3.5. OBJETIVOS

- a) Conseguir la venta de un determinado número de docenas de alpargatas al mes.
- b) Determinar impactos positivos y de riesgos para la microempresa.
- c) Recuperar la inversión en 3 años
- d) Cumplir con las normas y leyes vigentes en el Ecuador, y otros compromisos a terceros.

- e) Capacitar permanentemente al personal en la elaboración de las alpargatas con cabuya, en cuidado y seguridad, y cumplimiento de sus obligaciones y responsabilidades.
- f) Fijar niveles de rentabilidad anual.

6.4 ESTRUCTURA ORGÁNICA

GRÁFICO N° 6.2
Estructura orgánica



FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

La estructura orgánica de la microempresa se basa en un organigrama clásico vertical jerárquico, mismo que está compuesto por rectángulos, que representan los cargos unidos entre sí por líneas, que trazan las relaciones de comunicación entre ellos. Las líneas horizontales, representan las relaciones de laterales de comunicación y el mismo nivel jerárquico. Las verticales, representan relaciones de autoridad (del superior sobre el subordinado).

El cargo superior de la microempresa es la gerencia, en cambio el cargo de menos rango es el bodeguero por lo que no posee ningún subordinado.

6.5 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL

a. Nivel Directivo.

- Gerencia

b. Nivel Asesor

- Ventas
- Contabilidad

c. Nivel Operativo.

- Operación
- Bodega

6.5.1 FUNCIONES NIVEL DIRECTIVO

6.5.1.1 Gerencia

Unidad: NIVEL EJECUTIVO.

Cargo: Gerente-administrador

Naturaleza del cargo: Ser el representante de la microempresa como gerente, tendrá una amplia incidencia en la toma de decisiones de la microempresa.

El Gerente tiene un cargo Administrador como representante legal de la institución en todos los actos judiciales y extrajudiciales que existiese en la institución, gozará de las facultades determinadas en la ley, en todos los aspectos relacionados con operaciones comerciales o civiles.

Funciones:

- a) Representar a la microempresa.
- b) Conocer la situación financiera de la microempresa y aprobar el informe anual.
- c) Convocar a las reuniones ordinarias y extraordinarias al personal
- d) Comunicar a los empleados de los objetivos y valores de la organización.
- e) Dirigir a los empleados de la organización para el cumplimiento de los objetivos.
- f) Dirigir la elaboración del Plan Estratégico y Operativo Anual
- g) Remover a cualquier funcionario
- h) Realizar una evaluación anual de los empleados para tomar medidas correctivas.
- i) Diseñar las estrategias de comercialización y marketing
- j) Verificar los diseños y calidad de los productos
- k) Controlar el desempeño de cada trabajador
- l) Elaborar Estados Financieros conjuntamente con el contador
- m) Controlar los despachos de materiales y productos vendidos previa presentación de comprobante de venta.
- n) Verificar el ingreso de material prima e insumos.

- o) Preparar transferencias cuando les sea necesario. Estimular la excelente producción y correcta atención al cliente por parte de los empleados.
- p) Manejar efectivamente y con mesura los recursos.
- q) Hacer cumplir con todas las disposiciones legales y tributarias a las que esté sujeta la microempresa.

Perfil:

- a) Es importante conocer el espacio del negocio
- b) Conocer de administración y contabilidad
- c) Tiene que tener liderazgo en el manejo de talento humano.
- d) Dispuesto a cumplir disposiciones legales fijadas por la Ley y los Estatutos institucionales.
- e) Cualidades y capacidad para negociar,
- f) Excelente comunicador.
- g) Capacidad para negociar, y mediar los problemas.
- h) Responsabilidad de representar a la microempresa judicial y extrajudicialmente.

Requisitos:

1. **Instrucción:** Título Superior en Ingeniería Comercial, Administración de Empresas y carreras a fines.
2. **Experiencia:** El propietario se asesorará en el espacio de la producción de alpargatas.
3. **Especialización:** Tener cursos de mercadeo, comercialización, contabilidad, recursos humanos y/o informática.

6.5.1.2 Secretaria

Unidad: NIVEL ASESOR

Cargo: Secretaria

Naturaleza del cargo: Redactar y programar reuniones, presentar visitas y mantener archivos de la Gerencia y de la organización de toda la microempresa.

Funciones:

- a) Organizar y mantener archivos de documentos y cartas generalmente confidenciales, agenda y registros, determinando su localización, cuando sea necesario
- b) Atender las llamadas telefónicas del Gerente.
- c) Preparar la correspondencia de la empresa solicitada por el Gerente.
- d) Revisar que la documentación de los diferentes trámites esté completa antes de despacharlos.
- e) Presentar información oportunamente cuando el Gerente Presidente lo requiera.
- f) Establecer calendarios de pagos tanto a proveedores como a empleados.
- g) Atender, brindar información y entrega de documentos a clientes.
- h) Realizar otras actividades dispuestas por la Gerencia u organismos directivos, dentro del ámbito de su competencia.
- i) Mantener bajo su custodia y responsabilidad la documentación reservada y confidencial y el archivo de la documentación originada en Gerencia.
- j) Administrar el Fondo de Caja Chica.
- k) Prevenir oportunamente necesidades básicas del componente como: material de escritorio, servicios generales, facilidades, requisitos.
- l) Atender al público, personal y telefónicamente, para proporcionar información.

m) Concretar entrevistas y organizar la agenda del Gerente.

Perfil:

- a) Responsabilidad de los archivos de la microempresa.
- b) Criterio y ética profesionales
- c) Establecer y mantener excelentes relaciones públicas con los clientes.
- d) Buena presencia
- e) Personalidad cortés, carácter discreto y responsable, buena redacción y ortografía, destreza manual, fluidez verbal, memoria asociativa de nombres, datos y fisonomías, capacidad de síntesis y análisis.
- f) Capacidad para trabajar bajo presión.
- g) Conocimiento de la organización, iniciativa y reserva de la información de la microempresa.

Requisitos:

- a) Instrucción mínima:** Estudios en secretariados, contabilidad y o administración.
- b) Experiencia:** Dos años en labores afines

6.5.1.2 Contador (honorarios)

Unidad: NIVEL ASESOR

Cargo: Contador

Naturaleza del cargo: Llevar la base contable de la microempresa.

Funciones:

- a) Pago al personal y beneficios de nómina de la empresa
- b) Pago de impuestos y tributos
- c) Presentar información contable el Gerente General lo requiera.
- d) Desarrollar la contabilidad de la microempresa según el sistema contable.

- e) Presentar balances mensuales, realizar recepción y revisión de mercaderías llegadas por transferencia o pedidos a proveedores.
- f) Fijar el sistema adecuado para calcular costos y precios de venta, según corresponda.
- g) Establecer el cronograma de adquisiciones de la materia prima.
- h) Realizar la toma física de inventarios cada tres meses por muestreo y a fin de año total, para cierre del ejercicio.
- i) Suministrar la información contable requerida sobre los precios unitarios.
- j) Llevar y mantener actualizada la contabilidad de todas las actividades de la empresa con sus respectivos registros.
- k) Recibir y revisar facturas, guías de remisión, órdenes de pago, compra, ingresos y egresos de la empresa.
- l) Presentar los Estados Financieros anuales al Gerente para su aprobación.
- m) Organizar y mantener actualizado el archivo de la documentación sustentadora de los registros contables.

Perfil:

- a) Buena presencia
- b) Criterio y ética profesionales
- c) Capacidad para trabajar bajo presión.
- d) Establecer y mantener excelentes relaciones públicas con los clientes.
- e) Conocimiento de la organización, iniciativa y reserva de la información de la microempresa.
- f) Responsabilidad de llevar la contabilidad.

Requisitos:

- c) Instrucción mínima:** Estudios en contabilidad y o administración.
- d) Experiencia:** Dos años en labores afines

6.5.1.3. Vendedora

Unidad: NIVEL OPERATIVO

Cargo: Vendedora-cajera

Naturaleza del cargo: Vender en el almacén.

Funciones:

- a. Asesorar a los clientes en torno a sus necesidades
- b. Realizar la recepción de los clientes bajo altos parámetros de cordialidad y amabilidad en la atención.
- c. Facilitar y ayudar a los clientes en la carga de productos cuando fuese necesario.
- d. Preparar y despachar los artículos vendidos previa presentación de comprobante de venta.
- e. Son responsables de la limpieza, aseo y orden de las áreas asignadas en el almacén.
- f. Responsables de la seguridad interna y externa del almacén.
- g. Facturar las ventas.
- h. Son responsable del orden y buen arreglo de los artículos en el almacén.
- i. Responsables de verificación y retroalimentación de mercaderías bajo stock mínimo.
- j. Realización de bauchers de tarjetas de crédito manuales y automáticos.
- k. Realizar arqueos de inventarios cuando le sea asignado.

Perfil:

- a) Capacidad para trabajar el horario establecido.
- b) Establecer y mantener excelentes relaciones públicas con los empleados y clientes.
- c) Buena presencia
- d) Conocimiento de la organización, iniciativa y reserva de la información de la microempresa.
- e) Personalidad cortés y amable

- f) Responsabilidad de su trabajo.
- g) Criterio y ética profesionales

Requisitos:

- e) **Instrucción mínima:** Estudios en marketing y comercialización
- f) **Experiencia:** Dos años en labores afines

6.5.1.4. Trabajadores

Unidad: NIVEL OPERATIVO.

Cargo: trabajadores de taller

Naturaleza del cargo: Confeccionar alpargatas de cabuya

Funciones:

- a) Controlar la calidad de los artículos
- b) Verificar el buen funcionamiento de los equipos, maquinaria y herramienta.
- c) Organizar el trabajo diario
- d) Diseñar los modelos y plantillas para el trabajo
- e) Controlar la calidad de la materia prima
- f) Cuidar el terminado de los artículos
- g) Manejo de los diferentes talleres
- h) Manejar las herramientas, equipos, maquinaria.
- i) Crear nuevos modelos y diseños
- j) Liderar el trabajo en su espacio.
- k) Organizar el tiempo para terminar los pedidos
- l) Tener alta calidad en el terminado.

Perfil:

- a) Ético honrado.
- b) Capacidad de trabajo.
- c) Dispuesto a trabajar bajo presión
- d) Responsabilidad de su trabajo.
- e) Personalidad cortés y buen carácter
- f) Conocimiento de la organización, iniciativa y reserva de la información de la microempresa.
- g) Establecer y mantener excelentes relaciones con los demás empleados.

Requisitos:

- g) **Instrucción mínima:** Bachiller
- h) **Experiencia:** tres años en labores afines

6.6 REQUISITOS LEGALES PARA SU FUNCIONAMIENTO**6.6.1 CALIFICACIÓN ARTESANAL**

El maestro propietario del taller debe cumplir con:

- Actividad exclusivamente artesanal
- Título de Maestro de taller
- El capital de trabajo no debe ser igual al 25% del capital de la pequeña industrial (87.500,00) para este año
- Número de operaciones no mayor a 15
- Local adecuado con servicios básicos
- Herramientas y materia prima

Los beneficios de la calificación artesanal es:

- **Tributaria**
 - o IVA tarifa cero (0,00)
 - o No está obligado a llevar contabilidad
 - o Declaraciones del IVA semestrales

- **Económicas**
 - o Importación sin aranceles de materiales de trabajo e implemento, menos los de lujo.
 - o Exoneración a la exportación de artículos artesanales
 - o Préstamos a largo plazo con bajo interés por en BNF
 - o Compra de los artículos artesanales por las instituciones públicas

- **Sociales**
 - o Afiliación especial al IESS para maestro de taller, operarios y aprendices:
 - o Seguro de enfermedad, invalidez, vejez, maternidad, y muerte

6.6.2 REGISTRAR LA MICROEMPRESA EN EL SRI

Para realizar la declaración del SRI se necesita contar con una declaración juramentada del capital de trabajo; donde conste con claridad el nombre de la microempresa

6.6.3 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO (Patente Municipal)

Este permiso se sacará en el Municipio del Gobierno Municipal de Otavalo, si el propietario cuenta con el título de artesano califica no tendrá que cancelar ningún costo, si no cuenta con este requisito deberá pagar de acuerdo al capital de la microempresa. Los requisitos para hacer este trámite son:

- Registro del SRI

- Cédula y papel de votación
- Título de artesano calificado
- Declaración juramentada del capital de la microempresa.

6.6.4 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS

El permiso se obtendrá en las oficinas de la estación de bomberos pagando el rubro de acuerdo al capital de la microempresa. Los requisitos para este trámite son:

- Título de artesano calificado
- Declaración juramentada del capital de la microempresa.
- Patente Municipal
- Registro del SRI
- Cédula y papel de votación
- Certificado de la empresa eléctrica de Otavalo donde se emite la aprobación del funcionamiento eléctrico.

6.7 REGLAMENTACIÓN PARA EL FUNCIONAMIENTO Y SEGURIDAD DEL TALLER DE CONFECCIÓN DE ALPARGATAS

6.7.1 RECONOCIMIENTO DE RIESGOS EN EL TRABAJO

En un taller donde se elabora alpargatas de siempre se está expuesto a que existan condiciones especiales debido a instalaciones defectuosas y que el personal que allí trabaja pueda cometer acciones equivocadas, que pueden ocasionar daños a las personas, las que se deben evitar para que no se produzcan accidentes.

Las condiciones de riesgo donde debemos tener cuidado son:

- Instalaciones eléctricas en buen estado
- Herramientas o equipos en buen estado

- Ambiente de trabajo adecuado (con aireación, luminosidad, etc. por la alta utilización de cemento de contacto)
- Contar con elementos de protección

6.7.2 NORMAS DE SEGURIDAD

- El taller debe tener salidas, por lo que su construcción y número posibiliten el abandono del lugar en caso de peligro.
- Las salidas de urgencia habrán de estar caracterizadas como tales claramente y en forma duradera. Estas deberán dar al exterior o a una zona segura por camino más corto posible.

6.7.3 NORMAS DE SALUD SOCIAL

- No se permite fumar en zonas de trabajo en las que puedan encender la cabuya, cemento de contacto, tela u otros materiales.
- Estas zonas de trabajo se indicaran mediante el correspondiente letrero de prohibición de fumar.

6.7.4 EXTINTORES Y DISPOSITIVOS DE EXTINCIÓN DE INCENDIOS.

Normas de seguridad, disposiciones legales:

- Se dispondrá y mantendrán utilizables extintores apropiados en lugares fácilmente accesibles y muy visibles.
- Para apagar ropas que estén ardiendo se tendrán preparadas mantas extintoras y otros dispositivos de extinción apropiados, como por ejemplo aspersores.

6.7.5 FOSOS DE TRABAJO E INSTALACIONES SUBTERRÁNEAS U OTRAS.

- Normas de seguridad, en las bodegas
- Con el fin de poder abandonar lo más rápidamente el sitio en caso de emergencia se tendrá escaleras listas a ser usadas para salir por encima de las paredes.

6.7.6 NORMAS DE SEGURIDAD, DISPOSICIONES LEGALES

- Las instalaciones eléctricas y los medios de servicio han de responder a las prescripciones legales y además a las disposiciones de las empresas locales de suministro de electricidad.
- En los espacios separados para realizar trabajo con maquinarias y equipos, con líquidos especiales para el terminado.
3. Serán necesarias instalaciones eléctricas protegidas contra riesgos de explosión.
- Debe existir un sistema de ventilación forzada con el cual el volumen de aire renovado por hora sea como mínimo el triple del volumen del foso o instalación subterránea respectiva.
- Cuando están presentes polvillo de la cabuya o vapores tóxicos del cemento que son perjudiciales para la salud de los materiales, el cambio de aire será $n=6$ volúmenes/ hora.
- En el caso de ventilación forzada, las aberturas de aspiración deberán encontrarse en el techo.
- Los dispositivos deberán ponerse en marcha antes de entrar al trabajo.

6.7.7 EVACUACIÓN DE POLVILLO O CEMENTO DE CONTACTO.

Normas de seguridad, disposiciones legales:

- El polvillo perjudicial para los pulmones, u otros elementos tóxicos o perjudiciales para la salud, deberán evacuarse de los locales de trabajo.
- Derrames y fugas de líquidos para el terminado del producto
Normas de seguridad, disposiciones legales:
Si existe el peligro de que durante el trabajo se derramen líquidos combustibles (parafina, ceras u otros), deberán retirarse antes de comenzar el trabajo todas las fuentes de ignición que pueden inflamar los vapores combustibles.
- Los líquidos combustibles derramados han de recogerse inmediatamente y retirarse de los recipientes de trabajo.

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS

El análisis de impactos es de suma importancia, porque ayudará a realizar un análisis minucioso de los principales impactos que generará la puesta en marcha de la MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN DE ALPARGATAS DE CABUYA EN LA PARROQUIA MIGUEL EGAS DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

Para el análisis de los impactos del proyecto se aplicará una matriz; con la cual, se asignará una calificación a cada impacto. Y para cada impacto se utilizará una matriz de análisis, en la cual, el eje horizontal estará representando los niveles de impacto y en el eje vertical se colocará los indicadores relevantes.

CUADRO Nº 7.1

Nivelación de impactos

Cualidades	Nivelación
Alto	3(+,-)
Medio	2(+,-)
Bajo	1(+,-)
Indiferente	0

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

Una vez asignado el valor a cada indicador de impacto se suman los valores asignados y se dividirá el resultado para el número de indicadores; obteniendo un valor promedio, el cual viene a establecerse como la valoración del impacto.

Para poder evaluar los impactos que tiene el presente estudio, se elabora una matriz de impactos para cada uno de los aspectos y sus elementos de análisis.

La valoración se da según los niveles de impacto que en la siguiente tabla se detallan:

CUADRO N° 7.2

Valoración de impactos

3	Impacto Positivo Alto
2	Impacto Positivo Medio
1	Impacto Positivo Bajo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Negativo Bajo
-2	Impacto Negativo Medio
-3	Impacto Negativo Alto

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

7.2 DESARROLLO DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.2.1 IMPACTO SOCIAL

Permite determinar la influencia de la implantación del proyecto sobre la sociedad indígena de Otavalo.

CUADRO N° 7.3

Impacto social

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Calidad de vida						X		2
2	Seguridad familiar							X	3
3	Bienestar comunitario							X	3
	TOTALES						2	6	8

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 8 / 3 = 2.6

De acuerdo al número de indicadores

El proyecto tiene un alto impacto socio económico positivo.

- **Calidad de vida:** Se refleja por medio de la estabilidad del propietario como de los trabajadores, mismo que llega a manifestarse mediante el desarrollo de la institución y prestación de mejoras en los productos para los clientes.
- **Seguridad Familiar:** Los trabajadores tendrán seguridad tanto en la estabilidad laboral como los aportes al IESS, según corresponda.

- **Bienestar Comunitario:** Como es indispensable el bienestar comunitario dependerá del desarrollo institucional por lo que, las personas que se encuentren vinculadas con la microempresa gozarán de un mejoramiento económico, y social de las familias que se encuentren vinculadas a la organización.

7.2.2 IMPACTO ECONÓMICO

Ayuda a examinar los mecanismos que hacen, que el desarrollo del proyecto brinde mejoras económicas para quienes están siendo afectados directa e indirectamente con el alcance de estudio de factibilidad.

CUADRO N° 7.4

Impacto económico

No.	ASPECTOS A EVALUAR	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3	TOTAL
1	Oferta de empleo							X	3
2	Estabilidad económica familiar							X	3
3	Estabilidad económica de la región						X		2
4	Efecto multiplicador						X		2
5	Demanda de mano de obra							X	3
	TOTALES						4	9	13

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 13/5 = 2.6

El presente proyecto es de un buen impacto económico.

- **Oferta de Empleo:** Con la creación de la microempresa, la asignación de puestos de trabajo serán factibles, puestos que gracias a la de las ventas se irá incrementando los empleados.
- **Estabilidad económica familiar:** Se dan por el aumento del gasto público o la reducción de las cargas impositivas, estas deben actuar como agentes compensadores de inversiones privadas insuficientes. De esta manera la estabilidad económica de la familia se vería reflejada por la capacidad de trabajo que tendría para obtener mejores beneficios para una mejora en la calidad de vida.
- **Estabilidad económica de la región:** Con la creación de la microempresa y con la aplicación de propuestas internas, se obtendrán mejores beneficios para la comunidad cercana.
- **Efecto Multiplicador:** Los efectos a los cuales la institución estaría por ejercer con relación a la calidad de competencia, de servicio se vería enfocado a nuevas inversiones a futuro de acuerdo al crecimiento de la microempresa dando un efecto multiplicador.
- **Demanda de Mano de Obra:** Para el personal que labora dentro de la microempresa se debe tomar en cuenta aspectos importantes como la demanda de la mano de obra para la aplicación de puestos, principalmente para contador, secretaria y trabajadores.

7.2.3 IMPACTO COMERCIAL

Revisa los elementos que hacen que el desarrollo del proyecto brinde mejoras comerciales en los productos decorativos en madera.

CUADRO N° 7.5.

Impacto comercial

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Imagen institucional							X	3
2	Atención al cliente							X	3
3	Marketing y publicidad							X	3
	TOTALES							9	9

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 9/3 3

El presente proyecto tiene un buen impacto empresarial.

- **Imagen Institucional.-** Esta investigación definir cada detalle de la microempresa visualizando la creación de una excelente imagen corporativa frente al usuario y la ciudadanía, siempre buscando mejorar el producto para satisfacción del consumidor.
- **Atención al cliente.-** La investigación define políticas institucionales que permiten una excelente atención al cliente fundamentalmente por la calidad del producto que se brinda; a más de buen servicio para que el usuario quede satisfecho.
- **Publicidad y marketing:** El estudio define estrategias de publicidad y marketing para la creación de una microempresa de elaboración de alpargatas de cabuya, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

7.2.4 IMPACTO EMPRESARIAL

Describe los factores que determinan el manejo de una empresa.

CUADRO N° 7.6.
Impacto empresarial

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Estilo de gestión							X	3
2	Procesos						X		2
3	Gerencia							X	3
4	Manejo de recursos							X	3
5	Creatividad							X	3
6	Innovación						X		2
7	Sistema de información							X	3
	TOTALES						4	15	19

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

Nivel de impacto = Sumatoria Total = $19/7 = 2.7$

El presente proyecto tiene un buen impacto empresarial.

- **Estilo de gestión:** La investigación permite que varias ramas comerciales se adaptaran a los distintos contextos y pudieran funcionar más fácil y eficientemente, donde se requiere un adecuado estilo gerencial; además la búsqueda de una calidad de vida eficiente y competente, la atención de nuevas técnicas de producción, tanto para la organización como para las personas involucradas.
- **Procesos:** Permite conocer los sistemas de la estructura organizativa, procedimientos, procesos y recursos necesarios para implantar una gestión determinada, como por ejemplo la

gestión de la calidad, la gestión del medio ambiente o la gestión de la prevención de riesgos laborales.

- **Gerencia:** El gerente para poder lograr sus objetivos debe saber cómo usar las diferentes formas del poder para influir en la conducta de sus seguidores, en distintas formas, sin olvidar que es lo que se quiere lograr y hacia dónde va.
- **Manejo de recursos:** Considerando el manejo de recursos se toma en cuenta como una prioridad, puesto que la gerencia debe adoptar medidas enfocadas en recurso humano, económico, y tecnológico, cada institución debe tener los tres elementos que son de gran peso para obtener mejores rendimientos.
- **Creatividad:** Las personas y las empresas innovadoras dedican muchos recursos para obtener resultados de sus nuevos diseños, productos, procesos o servicios, es importante tomar en cuenta que la creatividad se ha convertido en un ingrediente clave para la gestión de las empresas. Los mercados cambian continuamente y se hacen cada vez más exigentes.
- **Innovación:** Genéricamente hablando, la innovación tiene que ver con una combinación de aplicaciones, no excluyente, de todo lo que sigue: Imaginación, Creatividad, Ideas, Experiencias Prácticas y Teóricas que llegan a ser transformadas gracias a las habilidades, destrezas y pericias de los trabajadores, por ello la microempresa tratará de aportar un valor novedoso a sus productos y servicios, que les dote de ventajas competitivas de cara al cliente y frente a la competencia.
- **Sistemas de información:** Deben poseer canales de comunicación directos e indirectos, mismos que tienen que ser escritos, para tener una mayor confiabilidad de las decisiones adoptadas frente a cada uno de los niveles, y tener constancia escrita de los aspectos tratados y el cumplimiento de los mismos.

7.2.5 IMPACTO EDUCATIVO

Posibilita ver el beneficio para que futuras generaciones puedan tener una guía para la elaboración de proyectos similares encaminados en su estudio de factibilidad, este trabajo investigativo lleva a la práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación en la universidad.

CUADRO N° 7.7

Impacto educativo

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Generación de conocimientos						X		2
2	Preservación de valores							X	3
4	Nuevos aprendizajes							X	3
	TOTALES						2	6	11

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 9/4 = 2.75

El proyecto es de un buen impacto educativo.

- **Generación de conocimientos.**

La implementación de una microempresa de elaboración de alpargatas de cabuya, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura, permite tener nuevos conocimientos, y compartirlos con otros profesionales, proporcionando a los demás un modelo para poder aplicarlos en otros, de empresa similares.

- **Preservación de valores.**

La meta de cada institución es educar en valores buscando la formación de valores en los trabajadores y les lleven a ser individuos adecuadamente formados para tener una sociedad más justa y fundamentalmente empleados que apliquen valores de honestidad, puntualidad, respeto en el trabajo.

- **Nuevos Aprendizajes.**

La búsqueda de nuevos aprendizajes permite estar a la vanguardia de la excelencia, mejorando la aplicación de nuevos proyectos en este campo. En la presente investigación se determina un crecimiento en los aprendizajes, y para ello se ha realizado una investigación teórica científica, como también técnica.

7.2.6 IMPACTO AMBIENTAL

Permite determinar si el proyecto causa daño al ambiente y los niveles de afectación en el entorno, además se establece las medidas que el proyecto tomaría para respetar y conservar la naturaleza y el ambiente.

CUADRO N° 7.8

Impacto ambiental

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Contaminación del suelo con la generación de basura con caucho	X							- 3
2	Contaminación del agua			X					-1
3	Contaminación del aire		X						-2
	TOTALES	-3	-2	-1					- 5

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

Nivel de impacto = Sumatoria Total = $-5/3$ -1.6

- **Contaminación del suelo con la generación de basura.**

Los desperdicios de caucho, tela y otros que sale todo el tiempo del taller, no pueden ser quemados por la toxicidad del material, por ello éste se convierte en uno de los problemas que se debe resolver mediante una recolección continua de los desperdicios para se lleve el carro de la basura.

- **Contaminación del agua.**

El proyecto no requiere de agua potable, ni de regadío por lo que no se convierte en un problema para la naturaleza.

- **Contaminación del aire.**

El trabajo de las alpargatas demanda de la utilización de cemento de contacto, y de la cabuya que su manipulación provoca polvillo, que, aunque no es mucha cantidad estos materiales podrían afectar las vías respiratorias de los trabajadores y molestar a los vecinos.

7.3 IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

CUADRO 7.9.

Impacto general del proyecto

Ámbito	Nivel de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
1.- Social							X
2.- Económico							X
3.-Comercial							X
4.- Empresarial							X
5.- Educativo							X
6.- Ambiental						x	
TOTAL						2	15

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

Nivel de Impacto General = (Nivel de Impacto / No. de indicadores)

$$= 17/6 = 2,83$$

$$= \mathbf{3} \quad \text{Impacto Positivo Alto}$$

De acuerdo a los resultados este proyecto tiene un impacto alto positivo valorado con 3 como promedio en la matriz general, razón por la cual es de gran importancia la puesta en marcha del proyecto de CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ALPARGATAS DE CABUYA EN LA PARROQUIA MIGUEL EGAS DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente Estudio de Factibilidad para la crear una empresa de Producción de Alpargatas de cabuya en, en la parroquia Miguel Egas Cabezas-Cantón Otavalo-Provincia de Imbabura del cantón Otavalo-provincia de Imbabura, se puede determinar que se han alcanzado todos los objetivos que se propusieron al inicio de la investigación. Para finalizar la investigación de define las siguientes conclusiones y recomendaciones:

CONCLUSIONES:

- El Cantón Otavalo es uno de los cantones con más alto nivel de población indígena, por lo que el espacio para el mercado de alpargatas es amplio y seguro; además hay que tomar en cuenta que dentro de la provincia existen cantones que también tienen alto índice de población indígena.
- Con referencia a la materia prima se la puede conseguir fácilmente porque llega a Otavalo la cabuya ya procesada, misma que debe ser únicamente trenzada dando facilidad al trabajador.
- Todas las personas tanto hombres, mujeres, niños, jóvenes, adultos mayores utilizan este complemento de las prendas de vestir; pese a que muchos indígenas de la ciudad están modernizados y utilizan zapatos; pero nunca dejan de lado sus atuendos ancestrales para fiestas, y eventos importantes. Con ello se define que todos los indígenas de Otavalo sí utilizan las alpargatas.
- De acuerdo al estudio, en el diagnóstico situacional en el sector de Miguel Egas sí existe personal que conoce de confección de alpargatas, y trabajan desde hace mucho tiempo esta forma de

trabajo; quienes están en capacidad de asumir el reto que la microempresa tiene.

- De acuerdo al estudio económico financiero se determina que el proyecto es rentable en la medida de que es factible de realizarse. La inversión inicial será de \$ 10268.61 y según los resultados de los indicadores de rentabilidad se obtuvo como Valor Actual Neto (VAN) \$ 4.918,35; Tasa Interna de Retorno (TIR) 30.19%; Relación Costo – Beneficio 1.12; y Punto de Equilibrio \$ 68.023,91; se venderán 3.430 alpargatas en el primer año; lo que, garantiza la ejecución del proyecto para la creación de la microempresa de elaboración de alpargatas de cabuya, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.
- Un aspecto importante dentro de esta investigación es la aplicación de la estructura organizativa planteada donde la empresa determina el personal que va a trabajar, que requerimientos se necesita para esos cargos y qué funciones tienen que cumplir cada una de las personas; de la toma de decisiones del personal depende también el éxito del proyecto.
- De acuerdo al análisis de los impactos se cuenta con efectos positivos altos, aspecto que beneficia a la institución garantizando que esta investigación tendrá el triunfo correspondiente para beneficio de la propietaria así como también de los empleados y la comunidad.

RECOMENDACIONES:

- Es fundamental que se aproveche el espacio del sector indígena para poder ampliar la microempresa y poder cubrir un mayor índice que la demanda insatisfecha. Esto ayudará al crecimiento y desarrollo de la organización.
- Se recomienda que a futuro la misma microempresa pueda procesar la penca en cabuya y con ello poder ahorrarse el costo de la cabuya, tomando en cuenta además que el sector de las comunidades de Miguel Egas existe grandes cantidades de producción de pencas.
- Es necesario que la microempresa sea innovadora y creativa para que constantemente esté renovándose en sus diseños para que los consumidores tengan variedad donde escoger y se sientan gustosos, y cómodos con el producto que se les vende.
- Es importante que a más de que el personal conozca de la confección de alpargatas es necesario capacitarles y perfeccionar su conocimiento a través de cursos y talleres que pueden ser dictados por la gerente y por la junta de calificación de artesanos de Otavalo.
- Es fundamental que se cumpla con todos los parámetros determinado en el estudio de mercado y estudio técnico con la finalidad de dar cumplimiento también al estudio financiero; este acatamiento posibilitará que se llegue a plasmar en exitoso el presente proyecto.
- Se recomienda el cumplimiento a la estructura organizativa de la institución, porque su planificación, ejecución, dirección y control determinará la factibilidad de cumplir con todos los parámetros,

administrativos, financieros y organizativos; de los cuales el responsable directo es la gerencia.

- La microempresa está en condiciones de luchar cada día para que se cumplan los impactos positivos dentro del aspecto económico, empresarial, social, comercial, educativo y ambiental; este éxito determinará el crecimiento de la institución y se convertirá en un aporte significativo para el cantón Otavalo.

BIBLIOGRAFÍA

1. BETANCOURT, Paula. (2008) Tesis Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de café de Haba
2. BREALEY, Myers (2006) principios de finanzas corporativas 8a edición editorial Mc graw hill .
3. PÁEZ, Alberto (2008) expresa que existe en el mercado la competencia leal y desleal:
4. EHEBERG, 2006 definición de impuestos
5. GAUTVEL, Hartman, (2007) Comercialización y ventas. McGrawHill
6. GAVA, L.; E. ROPERO; G. SERNA y A. UBIERNA (2008), Dirección Financiera: Decisiones de Inversión, Editorial Delta.
7. KOTLER, Philip y ARMSTRONG Gary, (2002) "Fundamentos de Marketing" Editorial Mc Graw Hill
8. LEFCOVICH, Mauricio (2006); Monografía Mercado y sus canales <http://www.gestiopolis.com/canales6/fin/costos-coste-objetivos.htm>
9. Reglamento Código de la Producción; 2010
10. ROSALES, T. (2009) Inversiones en Pequeñas y medianas empresas Publiced España
11. ROSERO, T. (2002) determinación de precios
12. TEODORE, Levitt (Harvard, 2010 Concepto de Comercialización
13. JAY C, Levinson, (1985) Guerrilla Marketing Editorial Mc Graw Hill México Macro comercialización
14. MENDEZ, A. (2006) Competencia en el siglo XXI. Editorial Caracas. Venezuela

LINCONGRAFÍA

15. [Alejandro Escudero, cita en su blog](#): 14 Agosto 2008
16. Fred R. David 28 Febrero 2011. <http://www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/>
17. [Las microempresas: ¿una solución a los problemas de empleo?](#)" 14 Agosto 2008

18. <http://definicion.de/micro-empresa/> (consultado el 19 de mayo de 2012)
19. <http://definicion/balance/comprobacion/>
20. <http://definicion/contabilidad/empresas.com>
21. http://es.scribd.com/doc/52206167/Areas-funcionales-de-una-empresa_3
[Abr. 2011](#)
22. <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=1&sg=4> (consultado el 19 de mayo del 2012)
23. <http://www.inversion-invertir.com/index.php/concepto-inversion/>
24. <http://www.otavalovirtual.com/turismo/parroquias.htm>
25. <http://www.inversion-invertir.com/index.php/concepto-inversion/>
26. <http://www.monografias.com/trabajos28/evaluacionpresupuestaria/evaluacion-presupuestaria.shtml>
27. <http://www.slideshare.net/angelus83/tipos-de-organigramas-2850724>
enero 07, 2010.
28. <http://www.slideshare.net/questc1276f/microempresas-232483> (consultado el 19 de mayo de 2012)
29. www.inversiones.com
30. www.sri.gob.ec

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

INSTRUMENTO Nº 1

La presente encuesta va dirigida a los productores y operarios de alpargatas de cabuya en el cantón Otavalo.

Las respuestas que dé a esta encuesta no compromete el normal funcionamiento de su actividad productiva, igualmente se guarda la reserva de quien colabora en la misma.

INSTRUCCIONES: Marque con una (X) la respuesta que usted considere.

DATOS INFORMATIVOS

GÉNERO

- Masculino
 Femenino

EDAD

CUESTIONARIO

1.- ¿Dónde compra o consigue la materia prima para confeccionar las alpargatas?

- En el lugar donde vive ()
- En el centro de Otavalo ()
- Fuera de Otavalo ()

2.- ¿Cuánto dura el ciclo de producción de una docena de alpargatas por trabajador?

- 1 a 2 días ()
- 3 a 4 días ()
- Una semana ()

3.- ¿Cuántas docenas de alpargatas confecciona a la semana en su empresa?

- 1 a 5 docenas ()
- 6 a 10 docenas ()
- 11 a 15 docenas ()
- 16 a 20 docenas ()
- Más de 21 docenas ()

4.- ¿Qué variedad de alpargatas confeccionan ustedes?

- Hombre Mujer, Con caucho, Con cabuya, mixtos, novia, de colores,

5.- ¿Cómo considera la calidad de las alpargatas que confecciona?

- Alta ()
- Media ()
- Baja ()

6.- ¿Cuenta con mano de obra calificada para la producción?

- Sí ()
- No ()
- En parte ()

7.- ¿Cuenta con un almacén para la venta de alpargatas?

- Sí ()
- No ()
- En parte ()

8.- ¿Cómo considera el posicionamiento de su empresa en el sector?

- Alta ()
- Media ()
- Baja ()

9.- ¿Dónde vende sus productos?

- Nivel local ()
- Nivel regional ()
- Nivel nacional ()

10.- ¿Cómo es la venta de este tipo de alpargatas?

- Alta ()
- Media ()
- Baja ()

11.- ¿Cómo considera a la competencia en la confección de alpargatas?

- Alta ()
- Media ()
- Baja ()

12.- ¿Cuál es el precio promedio de un par de alpargatas?

- 1 a 5 dólares ()
- 6 a 10 dólares ()
- 11 a 15 dólares ()
- 16 a 20 dólares ()
- Más de 21 dólares ()

13.- ¿Dónde se encuentra asociado su gremio?

- Cámara de comercio ()
- Entidad turística ()
- Asociación de artesanos ()
- Ninguna ()

14.- ¿Quién planifica, organiza, ejecuta y controla los procesos del trabajo de las alpargatas?

- Propietario ()
- Algún familiar ()
- Un profesional ()
- Ninguno ()

15.- ¿Existe algún tipo de reciclaje con los residuos que produce la microempresa?

- Sí ()
- No ()
- En parte ()

16.- ¿Cómo considera el nivel de contaminación ambiental?

- Alta ()
- Media ()
- Baja ()

17.- ¿Qué nivel de deforestación hay al confeccionar las alpargatas con cabuya?

- Alta ()
- Media ()
- Baja ()



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

INSTRUMENTO Nº 2

La presente encuesta va dirigida a los consumidores de alpargatas de cabuya en Otavalo

Las respuestas que dé a esta encuesta no compromete el desarrollo de su actividad turística, igualmente se guarda la reserva de quien colabora en la misma.

INSTRUCCIONES: Marque con una (X) la respuesta que usted considere.

DATOS INFORMATIVOS

GÉNERO

- Masculino
 Femenino

EDAD

CUESTIONARIO

1.- ¿Utiliza usted Alpargatas?

- Sí ()
- No ()
- A veces ()

2.- ¿Qué tipo de alpargatas utiliza usted?

- Cabuya ()
- Caucho ()
- Mixta ()

3.- ¿Cuántos pares de alpargatas utiliza al año?

- 1 a 2 pares ()
- 3 a 4 pares ()
- 5 pares o más ()

4.- ¿Dónde compra las alpargatas?

- Mercado ()
- Almacén ()
- Productor ()

5.- ¿Cuántos almacenes de alpargatas de cabuya existe en Otavalo?

- Muchos ()
- Poco ()
- Ninguno ()

6.- ¿Cómo considera el precio de las alpargatas?

- Alto ()
- Medio ()
- Bajo ()

7.- ¿Conoce algún fabricante o productos de alpargatas?

- Sí ()
- No ()

8.- ¿Cree necesario la creación de una microempresa de alpargatas que lidere el mercado en Otavalo?

- Sí ()
- No ()

9.- ¿Estaría dispuesto a comprar las alpargatas para usted y su familia en esta microempresa nueva?

- Sí ()
- No ()

10.- ¿Cómo debería darse a conocer esta nueva microempresa?

- Publicidad y marketing ()
- Apertura de un almacén ()
- Estrategias de comercialización ()

GRACIAS POR COLABORAR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

INSTRUMENTO Nº 3

La presente entrevista va dirigida al Director del CDR de Otavalo

Las respuestas que dé a esta encuesta no compromete el normal funcionamiento de su trabajo, igualmente se guarda la reserva de quien colabora en la misma.

INSTRUCCIONES: Marque con una (X) la respuesta que usted considere.

DATOS INFORMATIVOS

GÉNERO

- Masculino
 Femenino

EDAD

CUESTIONARIO

- 1.- ¿La producción de alpargatas que realizan los presos del CDR de Otavalo cubre la demanda o necesidad local?
- 2.- ¿Cuántos almacenes cree usted que existe de venta de alpargatas en la ciudad de Otavalo?.
- 3.- ¿Conocen los productores de alpargatas el costo real del producto y como realizan los cálculos.

4.- ¿Existe ganancias en la producción y venta de los alpargatas?

5.- ¿Existe algún tipo de efectos ambientales la producción de alpargatas de cabuya?

3.5.4 ANÁLISIS DE LA FICHA DE OBASERVACIÓN REALIZADA AL TALLER DE ALPARGATAS EN EL CRS DE LA CIUDAD DE IBARRA

N°	INDICADORES	SI	NO	OBSERVACIÓN
1	Las alpargatas son elaboradas a la mano completamente	X		
2	Cuentan en el lugar con todos la herramientas necesarias		X	Existe carencias
3	El proceso de elaboración es el mismo que se realiza en otros talleres	X		
4	La calidad de las alpargatas es muy buena	X		
5	Venden todo lo que producen	X		
6	Los espacios son adecuados para el trabajo		X	
7	Realizan alpargatas con trenzado simple y doble		X	Solo hacen trenzado simple
8	Existen variedad de diseños		X	Solo hacen alpargatas simples
9	El grupo de trabajo conocen de todo el proceso	X		
10				

Los datos demuestran que sin embargo de que las condiciones del CRS no son las apropiadas para este trabajo; las alpargatas que allí se producen son de excelente calidad, toda la producción es vendida aunque es muy poca, los trabajadores conocen del proceso y tienen el tiempo suficiente para aprender cada día más.

