



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS EN EL CENTRO DE REHABILITACIÓN SOCIAL DE IBARRA.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA CPA.**

**AUTORA: JINGO ICHAU MAGDALENA EMPERATRIZ**

**ASESOR: ING FERNANDO VALENZUELA**

**Ibarra, Abril 2014**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad mejorar la calidad de vida de las personas privadas de la libertad que se dedican a producir artesanías y a la comercialización en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra”. Para ello se desarrolla un diagnóstico situacional mediante una investigación de campo para determinar aliados, oportunidades, oponentes y riesgos, además se definirá conceptos básicos importantes para tener las bases teóricas – científicas que fundamenten la investigación, por lo que se desarrolló el marco teórico. Utilizando información primaria y secundaria se realizó el estudio de mercado, en donde se determinó que existe un mercado potencial a satisfacer, y un alto nivel de aceptación para el producto. Esto permitió que mediante el estudio técnico se pueda determinar la óptima localización para el proyecto, elaborar un presupuesto para determinar la inversión inicial necesaria para implementar la microempresa. La estructura organizativa permitió tener un enfoque claro referente al ámbito jurídico, jerárquico y funcional de cada uno de los miembros que conformarán la microempresa. La evaluación financiera y económica, dio a conocer los ingresos, costos y gastos necesarios para elaborar los estados financieros, y así determinar los índices financieros que se obtuvo resultados no muy positivos. Los impactos que genera el proyecto son positivos, determinando que la creación de la microempresa resulta beneficiosa para la sociedad y para una mejor rehabilitación de las personas privadas de libertad. Por último tenemos las respectivas conclusiones y recomendaciones del proyecto.

## EXECUTIVE SUMMARY

This project aims to improve the quality of life of persons deprived of freedom engaged in handicraft production and marketing in the Social Rehabilitation Center of Ibarra. " To do a situational analysis is developed through field research to determine allies , opportunities, and risks opponents also important basics for the theoretical basis is defined - in support of scientific research, so the theoretical framework . Using primary and secondary market research information, where it was determined that there is a potential to meet market and a high level of acceptance for the product was made. This allowed through technical study to determine the optimal location for the project, develop a budget to determine the initial investment required to implement microenterprise. The organizational structures have allowed concerning the legal, hierarchical and functional each of the members that make up the microenterprise field clear focus. The financial and economic evaluation, announced revenues, costs and expenses necessary for preparing financial statements and financial ratios to determine that no positive results were obtained. The impacts generated by the project are positive, determining that the creation of microenterprises is beneficial for society and for better rehabilitation of detainees. Finally we have the respective conclusions and recommendations of the project.

## AUTORÍA

Yo, JINGO ICHAU MAGDALENA EMPERATRIZ, portadora de la cédula de ciudadanía N° 1003003769 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS EN EL CENTRO DE REHABILITACIÓN SOCIAL DE IBARRA, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Firma

Jingo Ichau Magdalena Emperatriz

100300376-9

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de director de trabajo de grado presentado por la egresada Jingo Ichau Magdalena Emperatriz para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoria CPA, cuyo tema es "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS EN EL CENTRO DE REHABILITACIÓN SOCIAL DE IBARRA" considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 16 días del mes de Abril del 2014.



Firma



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Jingo Ichau Magdalena Emperatriz, con cédula de ciudadanía Nro. 1003003769-9, 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 del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS EN EL CENTRO DE REHABILITACIÓN SOCIAL DE IBARRA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales 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.

Magdalena Jingo

100300376-9

Ibarra, a los 16 días del mes de Abril de 2014.



# 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			
<b>CÉDULA DE CIUDADANÍA:</b>	100300376-9		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	JINGO ICHAU MAGDALENA EMPERATRIZ		
<b>DIRECCIÓN:</b>	BARRIO SAN FRANCISCO DEL TEJAR		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:maggympe@yahoo.es">maggympe@yahoo.es</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062652580	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0990973197

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS EN EL CENTRO DE REHABILITACIÓN SOCIAL DE IBARRA”.
<b>AUTOR:</b>	JINGO ICHAU MAGDALENA EMPERATRIZ
<b>FECHA:</b>	2013/07/30
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	ING. FERNANDO VALENZUELA

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, Jingo Ichau Magdalena Emperatriz, con cédula de ciudadanía Nro. 100300376-9, 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 144.

## **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 el titular de los derechos patrimoniales,

por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 16 días del mes de abril de 2014

**LA AUTORA:**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Magdalena Jingo', is written over a horizontal dotted line. The signature is enclosed within a large, hand-drawn oval.

Magdalena Jingo

100300376-9

**ACEPTACIÓN:**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Bethy Chávez', is written over a horizontal dotted line. The signature is enclosed within a large, hand-drawn oval.

Ing. Bethy Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del H. Consejo Universitario.

---

## DEDICATORIA

*Dedico el presente trabajo de grado a mis padres, que con el amor y sabiduría han sabido guiarme en la carrera profesional para mi futuro. Gracias por estar conmigo en los buenos y malos momentos brindándome su apoyo.*

*A mis hermanos, que son una guía e inspiración para alcanzar mis metas, por todos esos momentos de su tiempo que brindaron con su ejemplo y consejos.*

*A mis sobrinos para que comprendan que ningún obstáculo es imposible para cumplir todas los objetivos y metas que se plantea en nuestras vidas.*

*Magdalena Jingo*

## *AGRADECIMIENTO*

*A la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, por haberme acogido en sus aulas y brindado todos los conocimientos y experiencias de mis Docentes de una manera muy profesional y ética.*

*Quiero extender un profundo agradecimiento a mis padres, y mis hermanos por todo el apoyo incondicional que me brindaron para llegar hasta este logro.*

*Agradezco a mi Asesor de Tesis, el Ingeniero Fernando Valenzuela, quien me colaboró acertadamente en el desarrollo de este trabajo de grado.*

*A todas las personas que de alguna manera me colaboraron para la culminación de este trabajo.*

*Magdalena Jingo.*

## PRESENTACIÓN

El presente “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS EN EL CENTRO DE REHABILITACIÓN SOCIAL DE IBARRA”, está compuesto por los siguientes Capítulos: Diagnóstico Situacional, Bases Teórico Científicas, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estructura Organizativa, Evaluación Financiera del Proyecto, y Análisis de Impactos.

**Capítulo I:** En el diagnóstico situacional luego de haber analizado los datos obtenidos en las encuestas, entrevistas y observaciones directas, se determinó los principales aliados, oportunidades, riesgos y oponentes, que dieron como resultado un problema objeto de estudio, que es la inadecuada comercialización del producto, ya que para la venta del producto no existe lugares que la sociedad pueda adquirirlos de manera directa, el producto se comercializa de forma directa y mediante sus familiares..

**Capítulo II:** El marco teórico muestra las bases teóricas, destacando los aspectos de mayor importancia que sustentan el presente proyecto.

**Capítulo III:** En el estudio de mercado se realizó un análisis tanto de la oferta como de la demanda actual de las artesanías, dando como resultado una demanda potencial insatisfecha, lo que quiere decir que la microempresa tiene una oportunidad en el mercado.

**Capítulo IV:** En el estudio técnico se detalla la ubicación y distribución de la microempresa de comercialización de las artesanías elaboradas por las personas privadas de la libertad, el proceso de elaboración del producto y el presupuesto técnico necesario para poder implementar el proyecto.

**Capítulo V:** La estructura organizativa de la microempresa es primordial ya que indica aspectos como la conformación jurídica, misión, visión,

organigrama, así como la descripción de las funciones de las personas que trabajarán en ella.

**Capítulo VI:** El estudio financiero se presenta los presupuestos de ingresos y gastos que serán necesarios para la microempresa, así como para la elaboración de los balances iniciales. De igual manera se procedió a calcular los evaluadores financieros como VAN, TIR, B/C, mismo que arrojaron resultados favorables para la puesta en marcha del proyecto.

**Capítulo VII:** En el Análisis de Impactos se determinó que el proyecto será beneficioso en el ámbito socio-económico, empresarial, educativo-cultural, y ambiental, ya que brindará opciones de progreso para los beneficiarios directos e indirectos.

# ÍNDICE

Resumen ejecutivo	i
Executive Summary	ii
Autoría	iii
Certificación del Asesor	iv
Cesión de derechos a la Universidad Técnica del Norte	v
Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte	vi
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Presentación	xi
Índice	xiii

<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....</b>	<b>1</b>
Análisis interno.....	1
Análisis externo.....	34
Identificación de la oportunidad de la inversión. ....	40
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>42</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>42</b>
Introducción .....	42
La microempresa .....	42
Fundamentos de mercado .....	45
Contabilidad.....	50
Estudio técnico.....	50
Estados financieros.....	52
Técnicas de evaluación financiera .....	54
La rehabilitación.....	57
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>64</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>64</b>
Introducción .....	64
Objetivos del estudio de mercado.....	65

Variables.....	66
Indicadores.....	66
Matriz de relación estudio de mercado .....	68
Mecánica operativa del estudio de mercado.....	70
Segmento de mercado.....	76
Mercado meta.....	78
Análisis de la oferta.....	78
La demanda.....	84
Demanda potencial a satisfacer.....	87
Determinación del precio del producto.....	88
Estrategias del mercado. ....	90
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>92</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO.....</b>	<b>92</b>
Macro localización del proyecto .....	92
Micro localización.....	93
Infraestructura.....	93
Presupuesto técnico .....	96
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>98</b>
<b>ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>98</b>
Introducción.....	98
Presupuesto de ingresos .....	98
Presupuesto de egresos .....	100
Tabla de amortización.....	108
Tabla de depreciación.....	113
Estados financieros proyectados.....	113
Estado de flujo de caja proyectado .....	116
Evaluación financiera.....	116
Comprobación del TIR y VAN.....	125
Resumen de la evaluación financiera .....	125
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>126</b>
<b>ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....</b>	<b>126</b>
La empresa .....	126
Estructura organizacional .....	131
<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>134</b>
<b>IMPACTOS DEL PROYECTO.....</b>	<b>134</b>
Impacto socio – económico .....	135

Impacto empresarial .....	137
Impacto comercial.....	139
Conclusiones .....	141
Recomendaciones .....	142
Fuentes de información .....	143

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Matriz de relación diagnóstica.....	5
Cuadro N° 2 Artesanías elaboradas en el CRS Ibarra.....	8
Cuadro N° 3: Productos fabricados.....	11
Cuadro N° 4: Manera de fabricación.....	12
Cuadro N° 5: Calidad de productos .....	13
Cuadro N° 6: Volumen de producción.....	14
Cuadro N° 7: Comercialización de productos .....	15
Cuadro N° 8: Restricciones en las ventas.....	16
Cuadro N° 9: Demanda del producto .....	17
Cuadro N° 10: Mejoramiento del mercado.....	18
Cuadro N° 11: Experiencia en la actividad.....	19
Cuadro N° 12: Capacitación .....	20
Cuadro N° 13: Limitaciones para trabajar .....	21
Cuadro N° 14: Nivel de ingresos.....	22
Cuadro N° 15: Costos de materiales.....	23
Cuadro N° 16: Precio de venta .....	24
Cuadro N° 17: Utilidad en artesanías.....	25
Cuadro N° 18: Destino de los ingresos .....	26
Cuadro N° 19: Horario de trabajo.....	27
Cuadro N° 20: Adquisición de materia prima e insumos.....	28
Cuadro N° 21: Inventario de productos.....	29
Cuadro N° 22: Protección de productos.....	30
Cuadro N° 23: Matriz relación estudio mercado .....	68
Cuadro N° 24: Población INEC.....	77
Cuadro N° 25: Productores de artesanías .....	79
Cuadro N° 26: Oferta de productos.....	83
Cuadro N° 29: Proyección insatisfecha.....	86
Cuadro N° 30: Demanda potencial .....	87
Cuadro N° 31: Precios al consumidor .....	88
Cuadro N° 32: Precios de entrada .....	89
Cuadro N° 33: Precios de entrada .....	89
Cuadro N° 34: Diseño de la matriz de factores.....	94
Cuadro N° 35: Distribución de la planta .....	94
Cuadro N° 36: Inversiones.....	95
Cuadro N° 37: Inversión fija.....	96
Cuadro N° 38: Resumen de inversiones.....	96
Cuadro N° 39: Capital de trabajo .....	97
Cuadro N° 40: Financiamiento.....	97
Cuadro N° 41: Proyección de ventas .....	99
Cuadro N° 42: Costo de ventas .....	101

Cuadro N° 43: Gasto mensual personal administrativo .....	103
Cuadro N° 44: Gasto anual personal administrativo .....	103
Cuadro N° 45: Servicios básicos administrativos.....	103
Cuadro N° 46: Gastos administrativos arriendo.....	104
Cuadro N° 47: Gastos administrativos materiales de aseo.....	104
Cuadro N° 50: Gastos de instalación y constitución .....	106
Cuadro N° 51: Resumen de gastos administrativos.....	107
Cuadro N° 52: Gastos ventas publicidad y propagada .....	107
Cuadro N° 55: Resumen de gasto de ventas.....	108
Cuadro N° 56: Tabla de amortización .....	109
Cuadro N° 57: Tabla de interés anual al crédito financiero.....	110
Cuadro N° 58: Tipos de crédito.....	111
Cuadro N° 59: Detalle de capital.....	112
Cuadro N° 60: Resumen gastos de depreciación .....	113
Cuadro N° 61: Estado de situación financiera .....	114
Cuadro N° 62: Estado de resultados.....	115
Cuadro N° 63: Flujo de caja.....	116
Cuadro N° 64: Costo de oportunidad .....	117
Cuadro N° 65: Flujo de caja actualizado.....	118
Cuadro N° 62: Flujo netos actualizado.....	120
Cuadro N° 67: Flujo netos actualizado.....	121
Cuadro N° 68: Presupuesto de egresos .....	122
Cuadro N° 69: Costo beneficio .....	122
Cuadro N° 70: Proyección para el punto de equilibrio .....	123
Cuadro N° 71: Punto de equilibrio.....	124
Cuadro N° 72: Punto de equilibrio en productos y dólares .....	124
Cuadro N° 73: Evaluación financiera .....	125
Cuadro N° 74: Matriz de selección del talento humano .....	132
Cuadro N° 75: Nivel de impacto.....	134
Cuadro N° 76: Matriz de impacto socio – económico .....	135
Cuadro N° 77: Matriz de impacto empresarial .....	137
Cuadro N° 78: Matriz de impacto comercial.....	139
Cuadro N° 79: Compra de artesanías.....	152
Cuadro N° 80: Frecuencia de compra.....	153
Cuadro N° 81: Productos fabricados.....	154
Cuadro N° 82: Costos de artesanías .....	155
Cuadro N° 83: Costos de artesanías .....	156
Cuadro N° 84: Producción de artesanías.....	157
Cuadro N° 85: Demanda de artesanías .....	158
Cuadro N° 86: Lugar de compra .....	159
Cuadro N° 87: Conocimiento artesanías.....	160

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No 1: Productos fabricados .....	11
Gráfico No 2: Manera de fabricación .....	12
Gráfico No 3: Calidad de productos .....	13
Gráfico No 4: Volumen de producción .....	14
Gráfico No 5: Comercialización de productos .....	15
Gráfico No 6: Restricciones en las ventas .....	16
Gráfico No 7: Demanda del producto.....	17
Gráfico No 8: Mejoramiento del mercado .....	18
Gráfico No 9: Experiencia en la actividad .....	19
Gráfico No 10: Capacitación .....	20
Gráfico No 11: Limitaciones para trabajar.....	21
Gráfico No 12: Nivel de ingresos .....	22
Gráfico No 13: Costos de materiales .....	23
Gráfico No 14: Precio de venta .....	24
Gráfico No 15: Utilidad en artesanías .....	25
Gráfico No 16: Destino de los ingresos.....	26
Gráfico No 17: Horario de trabajo .....	27
Gráfico No 18: Adquisición de materia prima e insumos .....	28
Gráfico No 19: Inventario de productos .....	29
Gráfico No 20: Protección de productos .....	30
Gráfico No 21: Rompecabezas .....	72
Gráfico No 22: Juguetería.....	72
Gráfico No 23: Redes de ecuaboley y futbol.....	73
Gráfico No 24: Botellas decoradas .....	73
Gráfico No 25: Pulseras.....	74
Gráfico No 26: Esferos.....	74
Gráfico No 27: Llaveros .....	75
Gráfico No 28: Cisnes de papel .....	75
Gráfico No 29: Mapa ibarra.....	92
Gráfico No 30: Micro localización.....	93
Gráfico No 31: Logotipo .....	126
Gráfico No 32: Compra de artesanías .....	152
Gráfico No 33: Frecuencia de compra .....	153
Gráfico No 34: Productos fabricados .....	154
Gráfico No 35: Costo de artesanías.....	155
Gráfico No 36: Características artesanías .....	156
Gráfico No 37: Produccion de artesanías .....	157
Gráfico No 38: Demanda de artesanías.....	158
Gráfico No 39: Lugar de compra.....	159
Gráfico No 40: Variedad de artesanias .....	160

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No 1: Encuesta .....	146
Anexo No 2: Entrevista .....	149
Anexo No 3: Ficha de observación .....	151
Anexo No 4: Resultado de la encuesta.....	152
Anexo No 5: Crecimiento y población de la ciudad de Ibarra. ....	162

## **CAPÍTULO I**

### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. ANÁLISIS INTERNO**

##### **1.1.1. ANTECEDENTES**

La ciudad de Ibarra capital de la provincia de Imbabura se ubica al norte del país a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán, con una población de acuerdo a proyecciones del INEC para el año 2010 de 181.175 habitantes.

El “CENTRO DE REHABILITACIÓN SOCIAL DE IBARRA (CRS Ibarra)”, se encuentra localizado en el perímetro urbano, parroquia El Sagrario del cantón Ibarra, actualmente funciona en una casa vieja ubicada en las calles Juan de Salinas y Eusebio Borrero. Inicialmente se llamaba “Cárcel Municipal de la ciudad de Ibarra”, para posteriormente pasar a cargo del Ministerio de Gobierno tomando el nombre que actualmente tiene esta institución. El reclusorio alberga un total de 478 presos: 419 hombres y 59 mujeres en promedio según informe del Director del CRS Ibarra. Existe sobrepoblación, pues la casa acondicionada para cárcel solo dispone de tres pabellones, en cada uno de los cuales deberían ser ubicados 60 internos como máximo.

Las personas privadas de su libertad se dedican a la producción de artesanías con la finalidad de ocupar su tiempo libre en actividades productivas, rehabilitarse, y obtener un beneficio económico por la venta de las artesanías.

En la actualidad el Departamento de lo Laboral del CRS Ibarra, se encarga en buscar instituciones que capaciten a las Personas Privadas de la Libertad, en diferentes campos que ayuden a la formación de la persona, y especialmente en cursos que obtenga conocimientos y prácticas acerca de un producto artesanal como es: bisutería, electricidad, panadería, lencería para el hogar, productos agroindustriales, cocina,

repujado en metal, repujado en madera, dibujo, pintura y carpintería, entre otras, permitiendo que los internos puedan desarrollar de mejor manera sus habilidades y creatividad, para realizar un producto final de buena calidad y un excelente acabado.

Según el Coordinador del Departamento de lo Laboral, las personas privadas de su libertad dedicadas a trabajar en sus tiempos libres dentro del CRS Ibarra, en actividades relacionadas con la producción de artesanías, son el 25% del total de la población carcelaria es decir son 120 internos distribuidos entre, 110 hombres y 10 mujeres, todos estas personas privadas de su libertad realizan artesanías dependiendo de sus habilidades, destrezas y creatividad como por ejemplo: cada interno puede producir artesanías, en madera, hilo, pintura en tela, manila, papel, y mixto (repujado y madera).

Mediante la comercialización de artesanías los internos obtienen beneficios económicos, que les permiten contribuir y solventar en algo las necesidades primordiales como son: educación, salud, y/o vivienda de sus familias, pero por discriminación de la sociedad y falta de promoción de las artesanías, estos productos son vendidos en las instalaciones del CRS Ibarra en los días de visita, en ferias, pero en su gran mayoría por las familias sin dar a conocer que el producto es realizado por los internos del CRS Ibarra.

## **1.1.2. OBJETIVOS**

### **1.1.2.1. GENERAL**

Conocer la situación actual del proceso de producción y comercialización de los productos que elaboran en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra, para determinar la factibilidad de la creación de la microempresa comercializadora de artesanías.

### **1.1.2.2. ESPECÍFICOS**

- Analizar la forma de comercialización de las artesanías, y otros productos que se fabrican en Centro de Rehabilitación de Social de Ibarra.
- Estudiar las formas de comercialización de las artesanías, elaboradas por las personas privadas de la libertad, dentro y fuera del Centro de Rehabilitación Social.
- Identificar las características más representativas de talento humano, que produce los artículos que se ofertan dentro del centro del Centro de Rehabilitación Social.
- Analizar los niveles de rentabilidad de la producción de artesanías, que realizan las personas privadas de la libertad.
- Indagar cuales son las limitaciones o restricciones, que tiene la producción de artesanías y comercialización en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra.

### **1.1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

#### **1.1.3.1. VARIABLES**

- Producción
- Comercialización interna
- Talento Humano
- Rentabilidad de la actividad
- Restricciones o limitación legales

### **1.1.4. INDICADORES**

#### **1.1.4.1. PRODUCCIÓN**

- Tipo de producto
- Proceso de fabricación
- Calidad
- Volumen
- Materia prima e insumos

#### **1.1.4.2. COMERCIALIZACIÓN**

- Formas de venta interna
- Restricciones de las ventas
- Mercado
- Demanda
- Aspectos para la expansión

#### **1.1.4.3. TALENTO HUMANO**

- Experiencia
- Formación profesional
- Capacitación
- Ambiente de trabajo

#### **1.1.4.4. RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD**

- Ingresos
- Costos materiales
- Precio de venta
- Utilidad
- Destino de los ingresos

#### **1.1.4.5. RESTRICCIONES Y LIMITACIONES LEGALES**

- Horario de trabajo
- Provisión de materiales
- Inventarios de los productos
- Seguridad para los productos terminados.

### 1.1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

**CUADRO N° 1: MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

<b>Objetivos</b>	<b>Variable</b>	<b>Aspecto o Indicador</b>	<b>Fuente de información</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Informante</b>
Analizar la forma de producción de las artesanías, y otros productos que se fabrican en Centro de Rehabilitación de Social de Ibarra.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de producto</li> <li>• Proceso de fabricación</li> <li>• Calidad</li> <li>• Volumen</li> <li>• Materia prima e insumos</li> </ul>	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista	CRS Ibarra  Director del CRS Ibarra
Conocer la forma de comercialización de las artesanías elaboradas por las personas privadas de la libertad, dentro y fuera del Centro de Rehabilitación Social.	Comercialización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formas de venta</li> <li>• Restricciones de las ventas</li> <li>• Mercado</li> <li>• Demanda</li> <li>• Aspectos para la expansión</li> </ul>	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista	CRS Ibarra  Director del CRS Ibarra  Clientes

<p>Identificar las características más representativas de talento humano, que produce los artículos que se ofertan dentro del centro del Centro de Rehabilitación Social.</p>	<p>Talento Humano</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La experiencia</li> <li>• Formación profesional</li> <li>• Capacitación</li> <li>• Ambiente de trabajo.</li> </ul>	<p>Primaria Secundaria</p>	<p>Encuesta Entrevista</p>	<p>CRS Ibarra  Director del CRS Ibarra</p>
<p>Conocer los niveles de rentabilidad de la producción de artesanía, que realizan las personas privadas de la libertad.</p>	<p>Rentabilidad de la actividad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresos</li> <li>• Costos materiales</li> <li>• Precio de venta</li> <li>• Utilidad</li> <li>• Destino de los ingresos</li> </ul>	<p>Primaria Secundaria</p>	<p>Encuesta Entrevista</p>	<p>CRS Ibarra  Director del CRS Ibarra</p>
<p>Indagar cuales son las limitaciones o restricciones que tiene la producción de artesanías y productos en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra.</p>	<p>Restricciones o limitación legales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Horario de trabajo</li> <li>• Provisión de materiales</li> <li>• Inventarios de los productos</li> <li>• Seguridad para los productos terminados.</li> </ul>	<p>Primaria Secundaria</p>	<p>Encuesta Entrevista</p>	<p>CRS Ibarra  Director del CRS Ibarra</p>

### **1.1.6. MECÁNICA OPERATIVA DEL DIAGNÓSTICO**

El presente diagnóstico se realizó utilizando el siguiente procedimiento:

#### **1.1.6.1. POBLACIÓN A INVESTIGAR**

La población objeto de estudio para la presente investigación es la siguiente.

- Centro de Rehabilitación Social de Ibarra, personas que se dedican a la producción de artesanías.
- Clientes que adquieren las artesanías en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra.

#### **1.1.6.2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

##### **a. INFORMACIÓN PRIMARIA.**

Para obtener la información primaria se aplicó:

- **Encuestas:** que fueron realizadas a personas dedicadas a elaborar productos en el CRS Ibarra.
- **Entrevista:** se aplicó al director del CRS Ibarra
- **Observación:** se realizó la observación CRS Ibarra

##### **b. INFORMACIÓN SECUNDARIA.**

La información secundaria a utilizar es: libros, documentos especializados, revistas, internet, entre otros.

**c. ENTREVISTA DIRIGIDA AL DIRECTOR DEL CENTRO DE REHABILITACIÓN SOCIAL DE IBARRA**

**1. ¿Cuáles son los productos que se elaboran en el CRS Ibarra y en qué cantidad?**

En el CRS Ibarra se elaboran artesanías en madera como: rompecabezas, reglas de corte y confección, juguetería; en sogas: redes de ecuavoley, redes de fútbol; en hilo, pulseras, esferos decorados, llaveros y recuerdos en papel, botellas decoradas, entre otros.

**CUADRO N° 2 ARTESANIAS ELABORADAS EN EL CRS IBARRA**

ARTESANÍAS	FRECUENCIA	# UNIDADES	# DE INTERNOS	%
ROMPECABEZAS	MENSUAL	62	8	7.02%
REGLAS DE CORTE Y COFECCIÓN	MENSUAL	11	3	2.63%
CARROS (JUGUETE)	MENSUAL	27	4	3.51%
REDES DE ECUAVOLEY	MENSUAL	12	19	16.67%
REDES DE FUTBOOL	MENSUAL	5	17	14.91%
BOTELLAS DECORADAS	MENSUAL	20	4	3.51%
PULCERAS	MENSUAL	52	20	17.54%
ESFEROS DECORADOS	MENSUAL	40	15	13.16%
LLAVEROS	MENSUAL	85	18	15.79%
CISNES DE PAPEL	MENSUAL	12	6	5.26%
		<b>326</b>	<b>114</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

**2. ¿Qué control de calidad realiza para los productos?**

Lo principal para que un producto sea comercializado es revisar que el producto que se elabora sea de mejor calidad en material, diseño y acabado relacionado con la competencia.

**3. ¿Qué dificultad existe para producir y comercializarlo?**

Las restricciones que tiene es que a diario no pueden relacionarse con las personas del medio externo, solo lo realizan mediante pláticas y para la entrega de los productos existe un horario determinado.

#### **4. ¿Qué restricciones y limitaciones tienen para producir?**

La dificultad que presentan, es no contar con un mercado fijo para sus productos, existe una discriminación en la sociedad por los productos que son elaborados en este lugar.

#### **5. ¿Brinda capacitación a las personas privadas de la libertad?**

Existen algunas instituciones que brindan capacitación como el SECAP en diferentes campos como: bisutería, electricidad, panadería y lencería para el hogar, también se ha hecho presente la Universidad Técnica del Norte con la capacitación de productos industriales, además el consulado de Colombia en gastronomía y cocina.

#### **6. ¿Estaría de acuerdo que se forme un pequeña microempresa para absorber la producción y comercializar?**

Con la creación de la propuesta se ayudaría a incrementar la producción y así obtener mejores ingresos para las personas del centro de rehabilitación, se adquiriría materia prima de mejor calidad para elaborar otro tipo de productos y se lograría competir con otras empresas.

#### **d. EVALUACIÓN DE LA OBSERVACIÓN**

Se realizó la observación en el centro de Rehabilitación Social de Ibarra a las Personas Privadas de su Libertad los siguientes hechos:

##### **Nivel de Productividad**

Las personas privadas de la libertad aprovechan su tiempo realizando sus productos de manera paciente con la materia prima disponible, trabajan bajo pedido con el señor William Pérez Director del Departamento Laboral y sus familiares, tienen un horario laboral de 8h: 00 a 12h: 00 y de 14h: 00 a 17h: 00 no pueden pasarse de este horario porque si no pueden ser castigados.

Cuando su pedido es en gran cantidad los encargados piden ayuda a otras personas y les pagan por su trabajo realizado, así aprenden todas a realizar algún producto y a aprovechar su tiempo realizando actividades.

El tiempo es un recurso indispensable, en este Centro no tienen el suficiente tiempo para hacer algún producto, perfeccionar sus habilidades, adquirir experiencia para cuando obtengan su libertad tratar de realizar un trabajo con la experiencia obtenida en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra.

### **Condiciones de Vida.**

Las personas Privadas de su Libertad no tienen independencia económica, dependen de sus familiares y de los recursos que el estado le provee, la producción y la comercialización no contribuye a ser una fuente de ingresos para el apoyo de sus familiares y del suyo propio.

Algunas personas pueden vender sus productos pero no en el Centro si no sus familiares los apoyan vendiendo estos productos pero no como un producto que es elaborado por las personas privadas de su libertad.

### **Calidad del producto**

Poseen habilidades y destrezas que han sido desarrolladas estando privados de su libertad, adquieren experiencia en actividades que nunca habían realizado, mediante talleres de capacitación, cursos teóricos que permiten que la persona vaya rehabilitándose de forma adecuada. Se podría decir que más que una habilidad y la creatividad han ido desarrollado sus dones que estando libres habían adquirido otras habilidades. El producto en si trata de competir con otros productos mediante la calidad de su producto y los precios bajos, optimizando recursos.

e. **TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

- Resultado de la encuesta dirigida a las personas privadas de la libertad del CRS Ibarra dedicadas a elaboración de productos, con el objetivo de conocer la producción de artesanías.

1. **¿Qué tipo de producto fabrica usted en sus tiempos libres?**

**CUADRO N° 3: PRODUCTOS FABRICADOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pinturas	13	11%
Adornos	6	5%
Juguetería	3	3%
Artesanías	42	37%
Materiales didácticos	27	24%
Otros	23	20%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 1 PRODUCTOS FABRICADOS**



Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

Las personas del CRS Ibarra en sus tiempos libres fabrican productos artesanales, lo realizan para obtener un ingreso que les permita poder apoyar a sus familias, como también realizan materiales didácticos que de igual manera están destinados para la venta y obtener una utilidad.

### 2. ¿La fabricación de sus productos es?

**CUADRO N° 4: MANERA DE FABRICACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Manualmente	72	63%
Utilizando maquinaria	5	4%
Utilizando herramientas no ofensivas	37	32%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 2 MANERA DE FABRICACIÓN**



Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

La fabricación de los productos lo realizan en forma manual, porque en el CRS Ibarra no es permitido ingresar herramientas de trabajo, solamente en algunos casos les permiten herramienta que son inofensivas y no tienen ningún peligro, al igual algunos tiene maquinaria que se apoyan para realizar sus trabajos.

### 3. ¿Cómo considera la calidad de sus productos?

**CUADRO N° 5: CALIDAD DE PRODUCTOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	63	55%
Buena	46	40%
Regular	5	4%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 3 CALIDAD DE PRODUCTOS**



Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

La calidad de los productos que ellos elaboran consideran que es muy buena, porque su propósito es brindar al mercado un producto excelente, para poder seguir trabajando y lograr tener un mercado fijo donde puedan comercializarlo, también encontramos que otros consideran que es de una calidad buena, debido a que no tienen la oportunidad de buscar la mejor materia prima para realizar sus trabajos.

### 4. ¿El volumen de producción mensual de sus artesanías es?

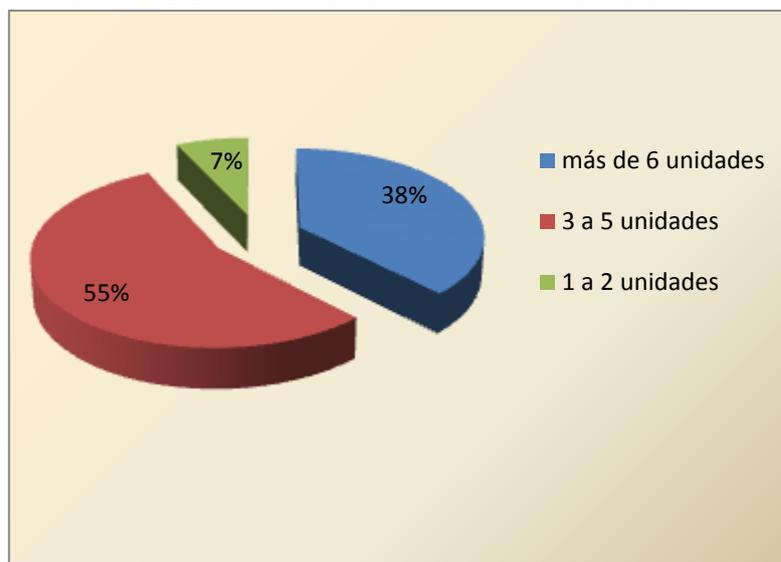
**CUADRO N° 6: VOLUMEN DE PRODUCCIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
más de 6 unidades	43	38%
3 a 5 unidades	63	55%
1 a 2 unidades	8	7%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 4 VOLUMEN DE PRODUCCIÓN**



Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

La producción de artesanías de las personas privadas de la libertad está un nivel medio, debido a que no pueden buscar mercados fijos donde les permitan comercializar su producto, porque se encuentran privados de su libertad.

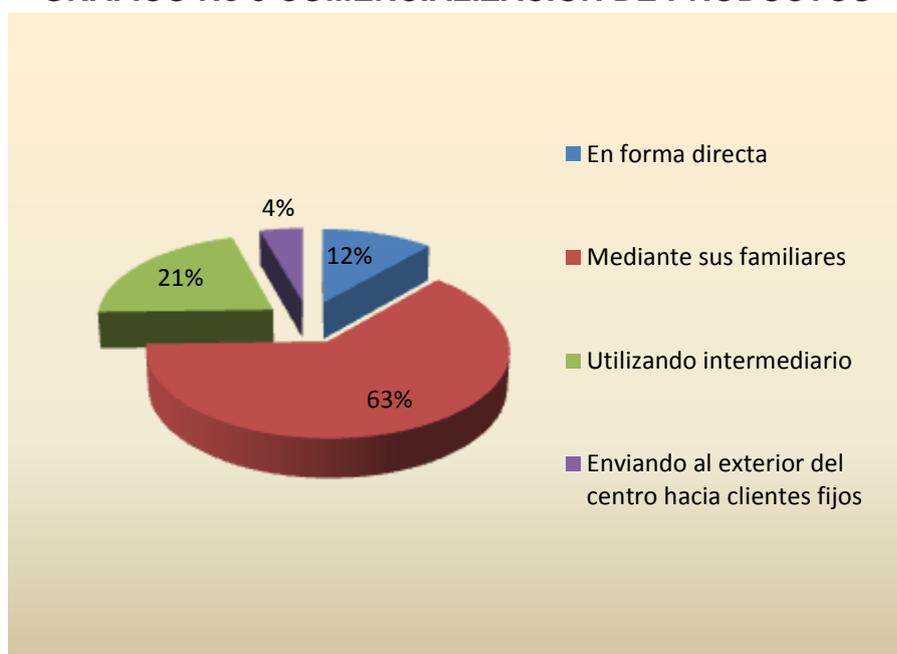
### 5. ¿Cómo realiza la comercialización de sus productos?

**CUADRO N° 7: COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En forma directa	13	11%
Mediante sus familiares	72	63%
Utilizando intermediario	24	21%
Enviando al exterior del centro hacia clientes fijos	5	4%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra  
Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 5 COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS**



Fuente: Personas del CRS Ibarra  
Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

Para la comercialización de los productos lo hacen a través de sus familiares, que son las personas encargadas de buscar el mercado para el producto, también con ayuda de los intermediario que son los encargados de buscar puntos estratégicos de venta, otros lo aplican de manera directo aprovechan los días de vista y venden a las personas particulares.

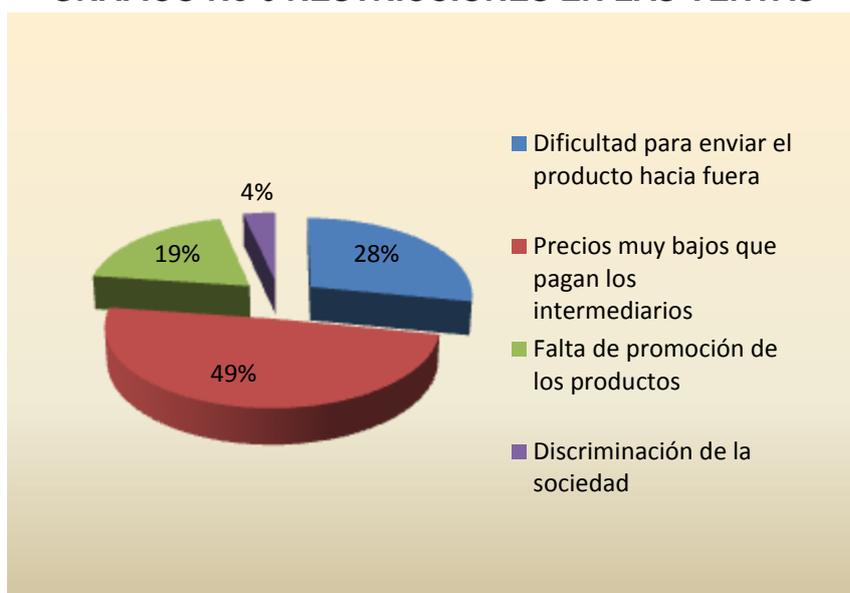
### 6. ¿Cuáles son las restricciones que tiene sus ventas?

**CUADRO N° 8: RESTRICCIONES EN LAS VENTAS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dificultad para enviar el producto hacia fuera	32	28%
Precios muy bajos que pagan los intermediarios	56	49%
Falta de promoción de los productos	22	19%
Discriminación de la sociedad	4	4%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra  
Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 6 RESTRICCIONES EN LAS VENTAS**



Fuente: Personas del CRS Ibarra  
Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

Las restricciones más significativas que actualmente presentan las ventas de los productos, son los precios bajos que los intermediarios pagan, se aprovechan por la circunstancia de que las personas no tienen la libertad de salir a buscar un mercado directo donde pueden entregar sus productos a precios razonables, otros problema que presentan es la dificultad que presentan para poder enviar el producto hacia los mercados externos.

### 7. ¿La demanda de sus productos es?

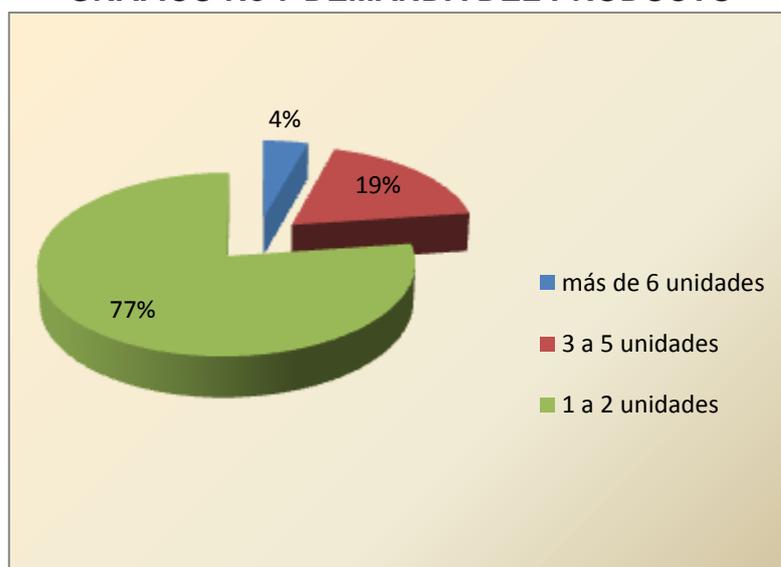
**CUADRO N° 9: DEMANDA DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
más de 6 unidades	5	4%
3 a 5 unidades	21	19%
1 a 2 unidades	88	77%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 7 DEMANDA DEL PRODUCTO**



Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

Con los resultados de las encuestas realizadas a las personas del CRS Ibarra se conoce que la demanda de los productos que ellos realizan es regular, porque no cuentan con clientes fijos que adquieran su producto a cada momento, ellos necesitan de los intermediarios para poder comercializar, otros tienen una demanda buena del producto porque con el pasar del tiempo se han dado a conocer con los dueños de almacén quienes les hacen los pedidos respectivos.

### 8. ¿Qué expectativas tiene usted para mejorar el mercado de sus productos?

**CUADRO N° 10: MEJORAMIENTO DEL MERCADO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ayuda de los directivos del centro	3	3%
Ayuda externa de organizaciones	96	84%
OTROS	15	13%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 8 MEJORAMIENTO DEL MERCADO**



Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

Las personas privadas de la libertad esperan ayuda externa de organizaciones, dedicadas al apoyo y mejoramiento de la calidad de vida, tanto de los internos como de sus familiares, también esperan la colaboración de los directivos del centro quienes son los que más conocen a fondo las necesidades de ellos.

### 9. ¿La experiencia para elaborar sus productos la adquirió en?

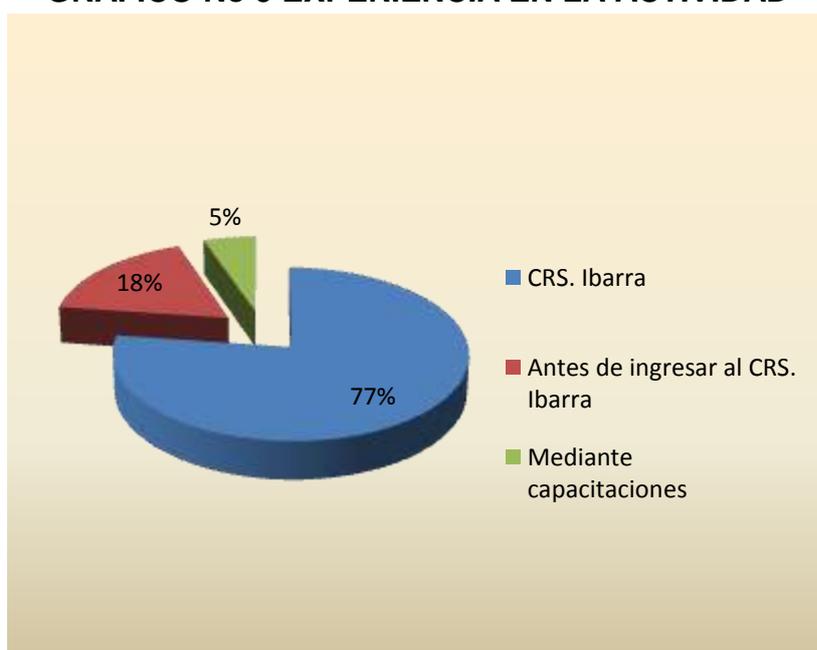
**CUADRO N° 11: EXPERIENCIA EN LA ACTIVIDAD**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CRS. Ibarra	88	77%
Antes de ingresar al CRS. Ibarra	20	18%
Mediante capacitaciones	6	5%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 9 EXPERIENCIA EN LA ACTIVIDAD**



Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

La experiencia que ellos tienen para dedicarse a sus actividades la han adquirido en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra, porque desde un inicio han recibido cursos y talleres donde les enseñan trabajos que ellos pueden aplicar y obtener ingresos para poder subsistir.

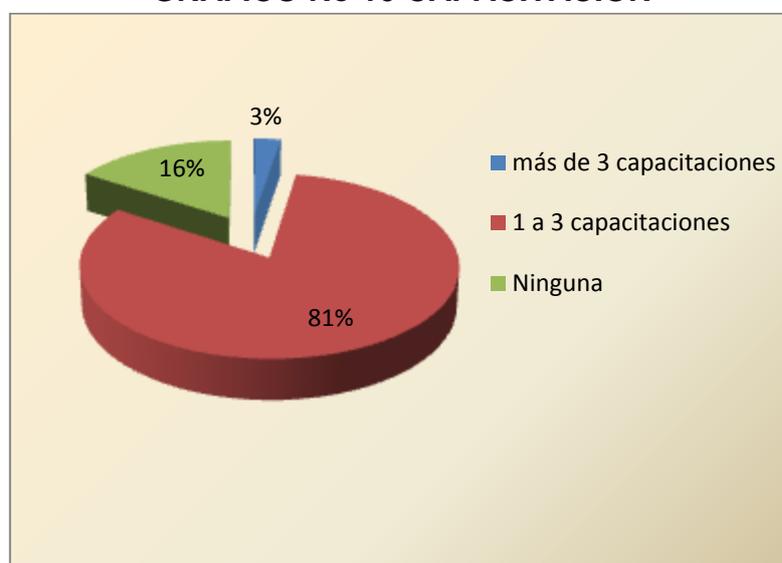
### 10. ¿Durante el periodo que esta privado de la libertad ha recibido capacitación para fabricar productos?

**CUADRO N° 12: CAPACITACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
más de 3 capacitaciones	3	3%
1 a 3 capacitaciones	93	81%
Ninguna	18	16%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra  
Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 10 CAPACITACIÓN**



Fuente: Personas del CRS Ibarra  
Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

La capacitación que han recibido en el CRS Ibarra es muy poco, las autoridades no le han dado mucha importancia en seguir capacitando para mejorar su calidad de vida, además el centro no cuenta con dinero suficiente para contratar personas preparadas que se encarguen de realizar los cursos de aprendizaje.

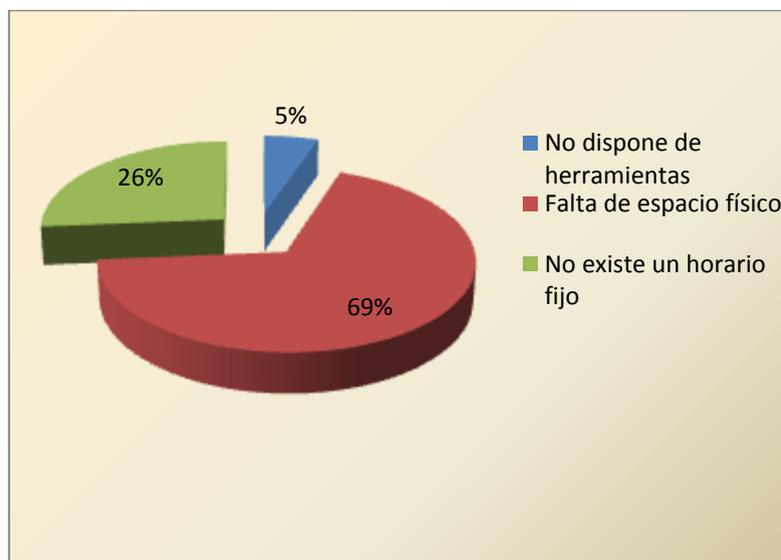
### 11. ¿Cuáles son las limitaciones para realizar las artesanías en el CRS Ibarra?

**CUADRO N° 13: LIMITACIONES PARA TRABAJAR**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No dispone de herramientas	6	5%
Falta de espacio físico	78	69%
No existe un horario fijo	30	26%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra  
Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 11 LIMITACIONES PARA TRABAJAR**



Fuente: Personas del CRS Ibarra  
Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

Ellos cuentan con un ambiente poco adecuado para realizar sus trabajos, no existe espacio suficiente ni las herramientas necesaria que les permita realizar sus actividades, no tienen un sitio donde puedan exponer sus trabajos a los visitantes que llegan se les dificulta por la desorganización que existe.

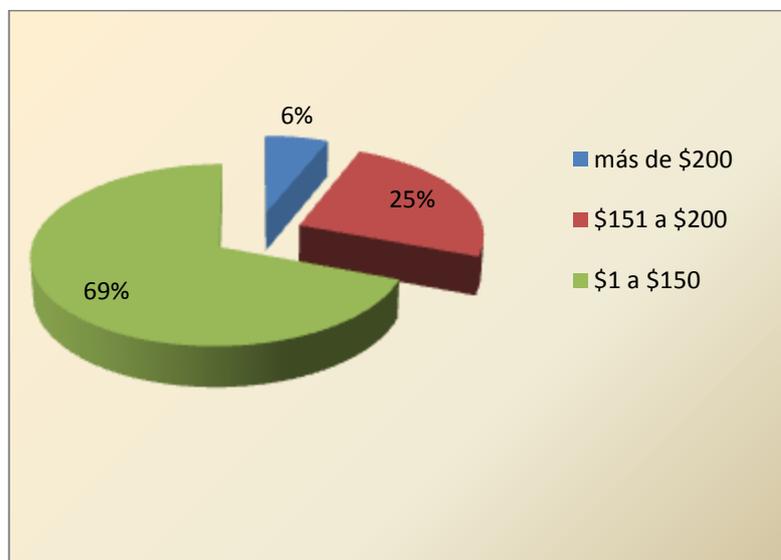
### 12. ¿Los ingresos que recibe por su actividad son?

**CUADRO N° 14: NIVEL DE INGRESOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
más de \$200	7	6%
\$151 a \$200	28	25%
\$1 a \$150	79	69%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra  
Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 12 NIVEL DE INGRESOS**



Fuente: Personas del CRS Ibarra  
Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

Los ingresos que generan por la venta de sus productos es baja, porque existen muchas razones que no les permite mejorar la productividad, no cuenta con la materia prima a tiempo ni un mercado fijo donde puedan vender continuamente sus productos, son pocos los que consideran que tienen ingresos buenos por las ventas.

### 13. ¿Los costos de materiales que usted necesita son?

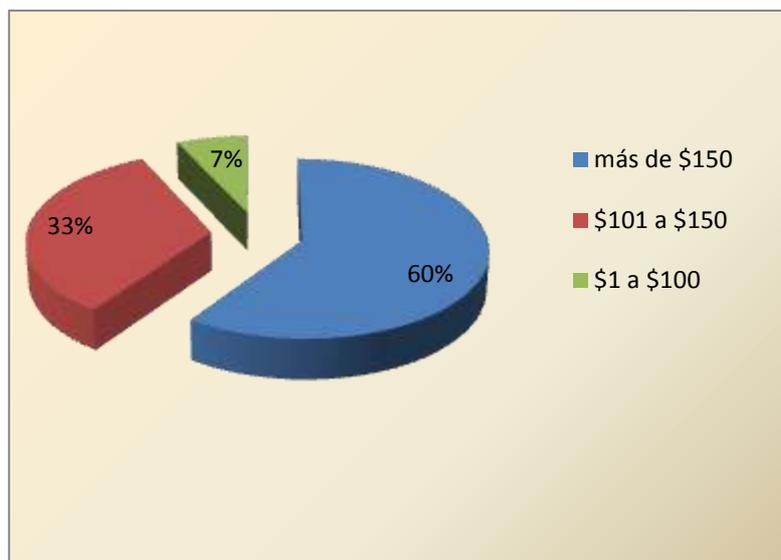
**CUADRO N° 15: COSTOS DE MATERIALES**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
más de \$150	68	60%
\$101 a \$150	38	33%
\$1 a \$100	8	7%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 13 COSTOS DE MATERIALES**



Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

El costo de los materiales que utilizan para realizar sus actividades son alto, porque existen personas que se aprovechan de que no pueden comprar directamente y les entregan a precios más elevados, otros pueden conseguir el material a un precio razonable, porque sus familiares directamente lo consiguen.

### 14. ¿El precio de venta que recibe por sus productos es?

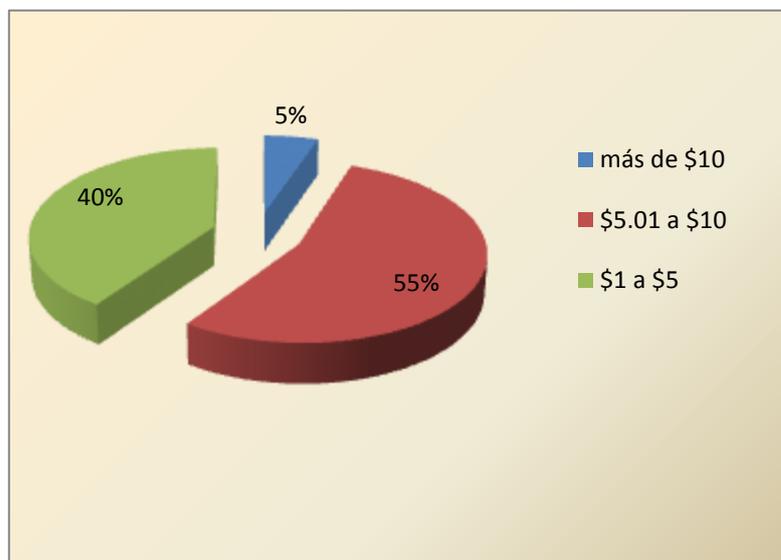
**CUADRO N° 16: PRECIO DE VENTA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
más de \$10	6	5%
\$5.01 a \$10	62	55%
\$1 a \$5	46	40%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 14 PRECIO DE VENTA**



Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

Manifiestan que el precio que se obtienen por la venta de sus productos es bueno, porque son productos elaborados con materiales de reciclaje y como son hechos por ellos mismo obtienen mejores utilidades, también lo consideran que el precio es regular, porque podría ser mejor si existiera ayuda para comercializar los productos.

### 15. ¿Cuál es la utilidad que genera por la comercialización de sus productos?

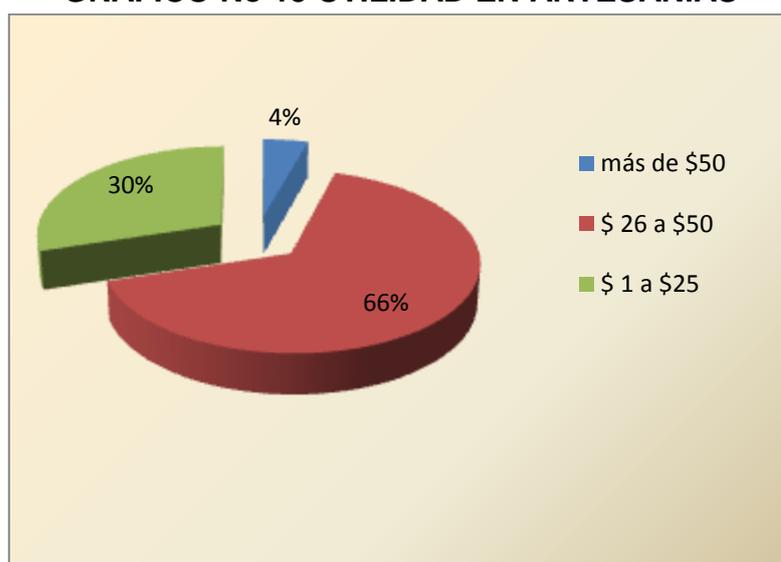
**CUADRO N° 17: UTILIDAD EN ARTESANÍAS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
más de \$50	5	4%
\$ 26 a \$50	75	66%
\$ 1 a \$25	34	30%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 15 UTILIDAD EN ARTESANÍAS**



Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

La utilidad en sí que obtiene de la comercialización de los productos considera que es baja porque, para sacar el producto e ingresar el material tienen que pagar dinero extra a los guías para que les permitan seguir trabajando, caso contrario les ponen muchos obstáculos.

### 16. ¿Los ingresos que recibe usted los destina para?

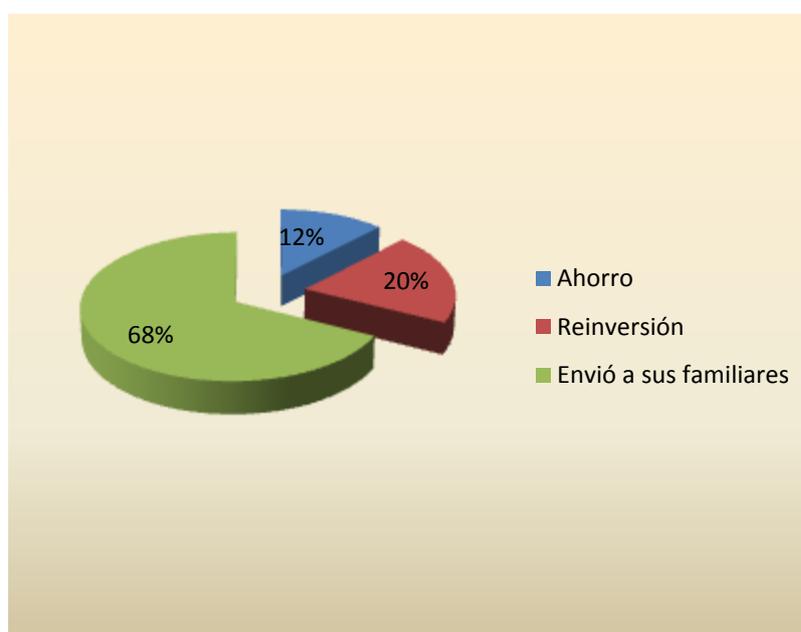
**CUADRO N° 18: DESTINO DE LOS INGRESOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ahorro	14	12%
Reinversión	23	20%
Envió a sus familiares	77	68%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 16 DESTINO DE LOS INGRESOS**



Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

Los ingresos que reciben en su mayoría son destinados para sus familias, porque son personas que tienen hijos quien espera de su ayuda, otros ahorran para tener un capital para iniciar una nueva vida cuando tengan su libertad, como también la utilizan para reinvertir en sus negocios.

17. ¿El número de horas que dispone mensualmente usted para fabricar sus productos es?

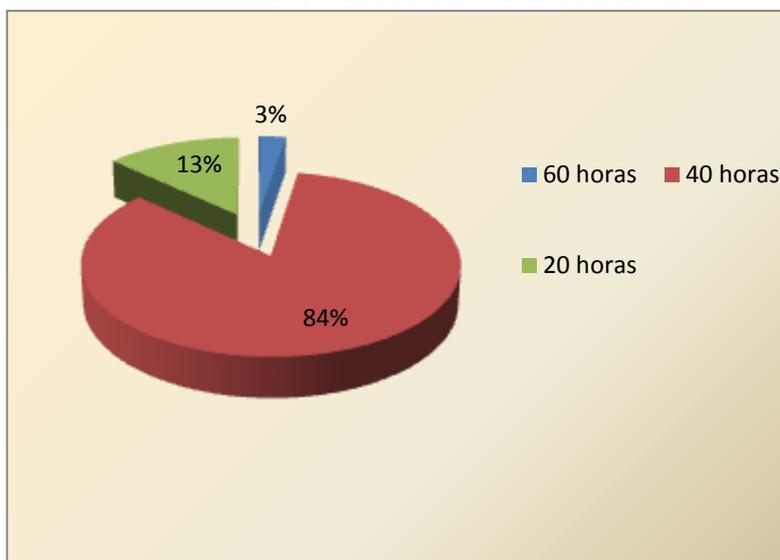
**CUADRO N° 19: HORARIO DE TRABAJO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
60 horas	3	3%
40 horas	96	84%
20 horas	15	13%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 17 HORARIO DE TRABAJO**



Fuente: Personas del CRS de Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

El horario con el que cuentan para trabajar en sus actividades es medianamente suficiente, ellos consideran que debería existir una disposición donde se les permita trabajar el tiempo suficiente donde puedan cumplir con todos sus objetivos, al igual comentan que el tiempo es suficiente para el trabajo que realizan.

### 18. ¿Las materias primas e insumos que necesita son?

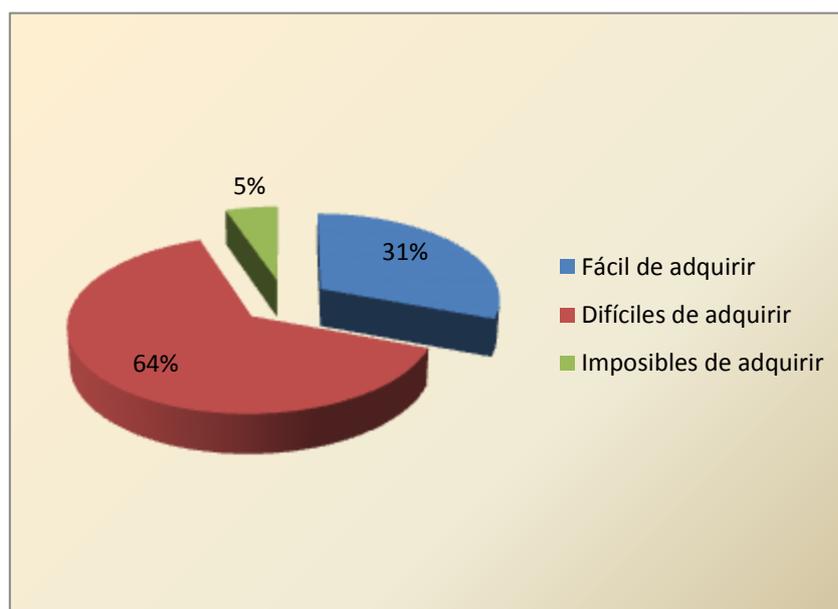
**CUADRO N° 20: ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA E INSUMOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fácil de adquirir	35	31%
Difíciles de adquirir	73	64%
Imposibles de adquirir	6	5%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS de Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 18 ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA E INSUMOS**



Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

La materia prima que necesitan para trabajar es difícil de adquirir, porque necesitan estar en contacto con los proveedores para realizar los pedidos y les es imposible porque no pueden estar en contacto diariamente con ellos, son días conocidos donde pueden recibir visitas y pedir sus necesidades, a otros se les facilita porque sus familiares se encargan de llevarles los materiales requeridos.

### 19. ¿Cuántas unidades de artesanías mantiene usted inventario?

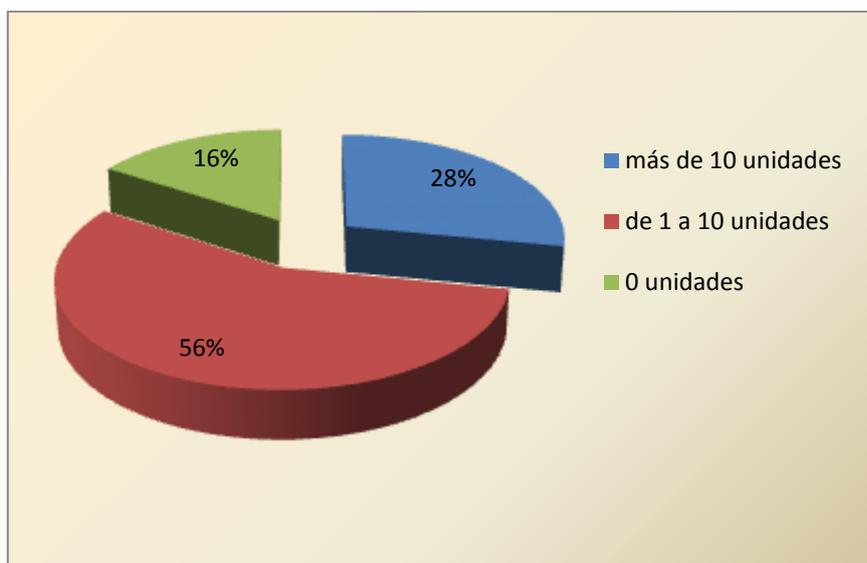
**CUADRO N° 21: INVENTARIO DE PRODUCTOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
más de 10 unidades	32	28%
de 1 a 10 unidades	64	56%
0 unidades	18	16%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 19 INVENTARIO DE PRODUCTOS**



Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

El inventario de la producción que ellos realizan es reducido, debido a que no han visto la necesidad de llevar detalladamente cuanto producen y cuanto venden solo realizan de forma manual que les permite conocer cuánto necesitan producir y entregar los pedidos, otros se han percatado y llevan los inventarios de manera correcta.

### 20. ¿Cómo protege sus productos?

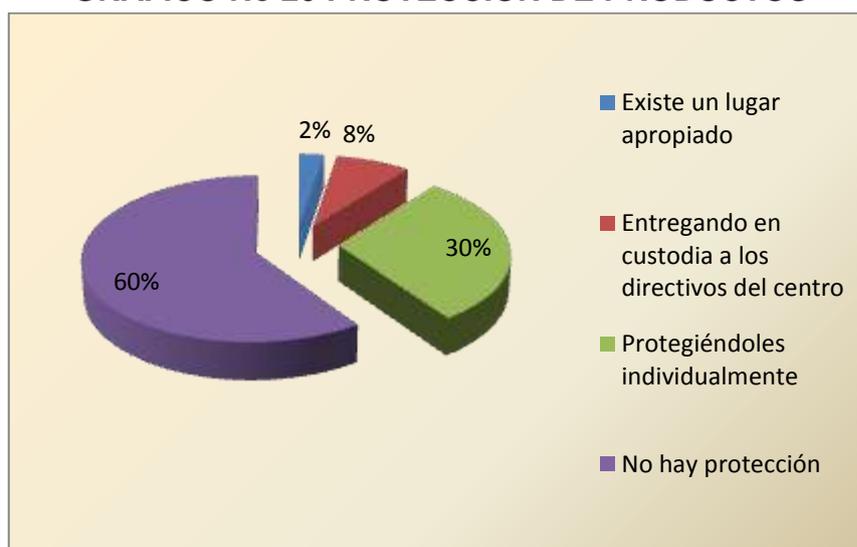
**CUADRO N° 22: PROTECCIÓN DE PRODUCTOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Existe un lugar apropiado	3	2%
Entregando en custodia a los directivos del centro	9	8%
Protegiéndoles individualmente	34	30%
No hay protección	68	60%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 20 PROTECCIÓN DE PRODUCTOS**



Fuente: Personas del CRS Ibarra

Elaborado por: La autora

## **ANÁLISIS:**

Para la protección de los productos comentan que no existe ningún lugar seguro donde puedan guardar las artesanías, por lo que no tienen ninguna garantía de encontrar en buen estado o completo su trabajo.

### **1.1.7. DETERMINACIÓN de FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES AMENAZAS.**

#### **1.1.7.1. FORTALEZAS**

- El interés por parte de las personas de Centro de Rehabilitación Social de Ibarra para formar parte del proyecto.
- El apoyo constante de su familia para que ellos sigan con el mismo interés en sus actividades.
- La presencia de personas interesadas en realizar la compra de los productos.

#### **1.1.7.2. DEBILIDADES**

- La falta de interés por parte de las autoridades del Centro de Rehabilitación Social de Ibarra.
- La poca capacitación brindada a las personas para que mejoren sus actividades.
- Lugares inadecuados para realizar los trabajos a los que se dedican.
- La falta de ayuda de organizaciones externas que este dispuestas a buscar nuevos mercado para los productos.

#### **1.1.7.3. OPORTUNIDADES**

- Mejoramiento de la calidad de vida tanto para el recluso como para sus familiares.

- Nuevas alternativas de trabajo para las personas que están privados de la libertad.
- Oportunidad para un cambio de vida cuando las personas salgan a convivir con la sociedad.

#### **1.1.7.4. AMENAZAS**

- La presencia de los intermediarios genera una preocupación constante en las personas
- Discriminación de la sociedad hacia las personas privadas de la libertad.
- Horarios inadecuados afectan para la culminación de las actividades que están realizando

#### **1.1.8. CRUCES ESTRATÉGICOS**

##### **1.1.8.1. CRUCE FORTALEZAS Y AMENAZAS (FA)**

- Realizar convenios con las instituciones financieras, dándoles a conocer que en este centro se cuenta con una actividad productiva que necesita apoyo.
- Fortalecer la parte organizativa dentro del centro en coordinación con las autoridades para que los cambios políticos no afecten a los trabajos que se realizan en el centro.
- Se debe capacitar a las personas que se encuentran privadas de la libertad en áreas que se pueda crear fuentes de trabajo y generar recursos económicos para los mismos.
- Se tiene que aprovechar la disponibilidad de mano de obra que se tiene en este centro por lo que se tiene que impulsar la creación de microempresas productivos y los internos salgan capacitados

en alguna área productiva que les permita insertarse en la sociedad y disminuir los índices delincuenciales

#### **1.1.8.2. CRUCE FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES (FO)**

- Aprovechar la predisposición y voluntad que tienen las personas que habitan en este centro se tiene que implementar programas de capacitación que vayan acorde a la necesidad de los internos para aumentar la productividad.
- Al poder trabajar en equipo dentro del centro y por la existencia del espacio físico, además es posible el intercambio de conocimientos se puede formar una microempresa que genere ingresos económicos a los internos
- Con las personas motivadas y con grandes expectativas se creara microempresas productivas y comercialización se la realizara por medios de centros de comercialización de productos.
- Fortalecer los acuerdos y convenios para despertar el interés existente por parte de los organismos seccionales y darle sostenibilidad a los planes y programas que allí se ejecuten

#### **1.1.8.3. CRUCE DEBILIDADES Y AMENAZAS (DA)**

- Adecuar el espacio físico en infraestructura que garantice el funcionamiento de una microempresa y ganar la confianza de las instituciones financieras
- Crear fuentes de trabajo para las personas privadas de la libertad de este centro y evitar la desintegración familiar.
- Impulsar una campaña de concienciación para que la sociedad contribuya a la rehabilitación de estas personas

- Fortalecer los programas de capacitación permanentes y formación académica bajo la modalidad a distancia; lo cual permitirá disminuir considerablemente los índices delincuenciales

#### **1.1.8.4. CRUCE DEBILIDADES Y OPORTUNIDADES (DO)**

- Capacitación permanente que permita a las personas privadas de la libertad contar con una actividad productiva dentro del centro y luego reinsertarse a la sociedad con una actividad productiva
- Fortalecer las capacidades individuales y buscar mecanismos de intercambio de conocimiento entre los internos con lo cual les permita reintegrarse a sus familias.
- Involucrar a las personas que están en pre libertad y con libertad en los programas de educación a distancia
- Aprovechar el interés de los organismos seccionales para involucrar a todos los internos en actividades económicas

## **1.2. ANÁLISIS EXTERNO.**

### **1.2.1. MACROAMBIENTE**

#### **1.2.1.1. FACTOR POLÍTICO**

El Gobierno de la Revolución ciudadana se comprometió a dar un cambio radical, pero sobre todo humano y justo al sistema de rehabilitación social. Repensar la justicia desde la prevención antes que la represión. Construir bases sólidas desde la formación integral del nuevo cuerpo de seguridad en el campo ético, la creación de manuales de procedimiento disciplinarios con enfoque en el respeto a los derechos humanos y a la rehabilitación.

Han transcurrido décadas para que un Gobierno basado en la justicia y el respeto a los derechos humanos ponga dentro de los ejes de la revolución ciudadana, la atención integral a las personas privadas de libertad (PPL).

Desde finales del año 2010, el Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos, al asumir la administración de los Centros de Rehabilitación Social (CRS), emprendió un proceso de transformación del sistema penitenciario, mediante el desarrollo de políticas públicas que buscan una efectiva rehabilitación y reinserción social de las PPL.

Este sistema divide a estos lugares en áreas de mínima, mediana y máxima seguridad, cada uno con sus propios protocolos de convivencia.

Dentro de sus políticas, esta Cartera de Estado invierte en la construcción de centros de rehabilitación social en el país, el objetivo es solucionar, uno de los mayores problemas del sistema penitenciario, la sobrepoblación.

En estos centros se aplicará el nuevo Modelo de Gestión Penitenciaria, que establece normas para el desarrollo de actividades y establece deberes y derechos de las PPL durante su proceso de rehabilitación social, contar con una herramienta y una serie de protocolos que enmarquen el universo de la rehabilitación social. Trabajar con las personas privadas de libertad (PPL) desde que ingresan al sistema carcelario, cuando recibe su alimentación, cómo se administra el tiempo de las personas. Este modelo de gestión hace énfasis en que las personas no tengan tiempo ocioso. Esa es una de las claves para lograr una adecuada rehabilitación social.

#### **1.2.1.2. FACTOR ECONÓMICO**

Las áreas educativas, productivas y de entretenimiento forman parte de la rehabilitación, los internos ocupan su tiempo en diversas actividades e incluso han descubierto sus habilidades.

En el centro tienen la oportunidad de cambiar y de tener ocupado el tiempo, porque existen cursos de capacitación, talleres laborales, educación, y otras actividades que permiten rehabilitarse como seres humanos que son, perder la libertad no significa que se ha perdido la dignidad.

En cuanto a las actividades laborales, son diversas, sobre todo en los talleres de carpintería y artesanías, elaboran flores, tortugas, alcancías, y marcos para cuadros, la mayoría bajo pedido, que les permite contar con ingresos económicos que contribuyen a solventar los gastos económicos de su familia.

### **1.2.1.3. FACTOR SOCIAL**

Varias son las actividades que se desempeñan dentro del Centro de Rehabilitación Social (CRS), en donde el Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos trabaja en función de una rehabilitación social efectiva y una futura reinserción social para las personas privadas de libertad.

Entre estas actividades se realiza constantemente programas de Capacitaciones brindadas por personal profesional de SECAP, en los temas de Primeros Auxilios para personas privadas de libertad (PPL) que se encuentran en la Comunidad Terapéutica, y Dibujo Técnico aplicado en la Carpintería para pabellones de Mínima y Mediana Seguridad, bajo la coordinación del Área laboral con una duración de 1 mes.

De igual manera se brindaron charlas médicas dirigidas a PPL de Unidad Educativa, para la prevención enfermedades. Asimismo se realizan encuentros deportivos en el cual está coordinado por las personal de seguridad de los pabellones y estudiantes de la Facultad de Cultura Física que se encuentran participando en las capacitaciones en esta área.

Prevalecer uno de los objetivos fundamentales como es “Mejorar la rehabilitación y su reinserción social en las personas adultas privadas de libertad y el desarrollo integral en adolescentes en conflicto con la ley penal, mediante normas, políticas, programas, proyectos y actividades coordinadas con las instituciones relacionadas” se trabaja constantemente en todos los Centros de Rehabilitación Social a nivel nacional en diferentes talleres para dignificar a las personas privadas de libertad.

También existen privados de libertad que en el centro aprendieron una ocupación, se dedican a trabajar en carpintería actividad que aprendieron en el Centro de rehabilitación.

#### **1.2.1.4. FACTOR TECNOLÓGICO**

La Dirección Nacional de Rehabilitación Social en cumplimiento a lo dispuesto en la Ley de Modernización, está empeñada en modernizar y automatizar sus procesos y para ello encarga a la Unidad de Gestión Tecnológica tan importante labor, en cuanto a la planificación y desarrollo de políticas y proyectos tecnológicos.

La Dirección Nacional de Rehabilitación Social está consciente que las TIC ofrecen mayores oportunidades en distintos ámbitos, como la educación, la salud, la investigación científica, la participación democrática, la gestión del gobierno, los derechos humanos, la equidad de género, la protección del medio ambiente, la competitividad, las actividades económicas y productivas y la seguridad.

Por medio de la Unidad de Gestión Tecnológica desarrolla y apoya el uso de las TIC como herramientas útiles para el desarrollo humano, en la medida que se tomen acciones tendientes a revertir la enorme brecha que existe entre los funcionarios del sistema respecto del acceso y el aprovechamiento de estas nuevas tecnologías y demostrar que con estrategias y acciones oportunas, las TIC pueden ser más una oportunidad que un riesgo.

Alrededor de 12.000 personas privadas de libertad (PPL), entre hombres y mujeres, reciben capacitaciones en Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), con la finalidad de promover su desarrollo personal y generar mayores oportunidades laborales al reinsertarse a la sociedad.

A través de los infocentros, espacios diseñados para acceder a las TIC, los internos ingresan a contenidos educativos e informativos de interés, que aportan en su crecimiento dentro del ámbito intelectual, social y cultural.

Asimismo, el servicio de internet es controlado para evitar el acceso a contenidos inadecuados que suponen un riesgo para la seguridad social e informática. El empleo de internet restringido dentro de los centros de rehabilitación social del país es una medida preventiva y de seguridad para evitar que los internos usen las tecnologías para actividades ilícitas.

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información instaló laboratorios de computación en los centros de rehabilitación social en las ciudades de Tulcán, Macas, Esmeraldas, Santo Domingo, Lago Agrio y Quito.

Esta iniciativa responde a los procesos de transformación del Sistema Penitenciario del país y a un nuevo modelo de Gestión de Atención Integral a Personas Adultas en Conflicto con la Ley, que tiene como base las normas establecidas por las Naciones Unidas

#### **1.2.1.5. FACTOR ECOLÓGICO**

Uno de los pilares fundamentales de la labor del Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos es la rehabilitación de las personas privadas de libertad. El programa Hilando el Desarrollo ha posibilitado que las personas puedan insertarse en actividades productivas, e impulsarlos en la formación de micro empresas y pequeñas unidades económicas, que mejore su condición de vida mientras cumplen sus sentencias; reducir los

índices de violencia intra-carcelaria, y, prepararlos para su reinserción con la sociedad.

Una de las principales actividades que se ha planteado en todos los Centros de rehabilitación Social, es la rehabilitación en bases a la disminución de tiempo asocio de las personas privadas de libertad, según estas normas impuestas los internos han adquirido habilidades dentro de los centros realizando actividades productivas con materiales reciclables como tablas, botellas papeles, entre otros, estos materiales se utilizan en la elaboración de artesanías manuales.

Las personas privadas de libertad tendrán derecho a recibir una alimentación que responda, en cantidad, calidad y condiciones de higiene, a una nutrición adecuada y suficiente, así como las necesidades o dietas especiales determinadas por criterios médicos. Dicha alimentación será brindada en horarios regulares, y su suspensión o limitación, como medida disciplinaria, deberá ser prohibida por la ley.

## **1.2.2. IDENTIFICACIÓN DE ALIADOS, OPONENTES, OPORTUNIDADES Y RIESGOS**

### **1.2.2.1. ALIADOS**

- Existe experiencia en la elaboración de artesanías, en el CRS Ibarra.
- La calidad de la materia prima, contribuye a tener una excelente producción de artesanías.
- La variedad de artesanías en cuanto a sus características, ayuda a clasificar para el momento de producción.
- Apoyo por parte de las autoridades.
- Existe mercado para las artesanías
- Existencia producción de artesanías.

#### **1.2.2.2. OPONENTES**

- Bajo de nivel de capacitación en artesanías específicas.
- Cultura de consumo no muy desarrollada para productos artesanales.
- Poco conocimiento de la sociedad de la producción de artesanías.
- Discriminación social.
- Falta de promoción para socializar la producción de artesanías.

#### **1.2.2.3. OPORTUNIDADES**

- La demanda del mercado es alta ya que cada día crece su población.
- El cantón acepta la creación de la nueva empresa.
- Los productores están dispuestos abastecer la producción de artesanías.

#### **1.2.2.4. RIESGOS**

- Las fuerzas de mercado influye en la determinación del precio de las artesanías.
- Competencia de productos artesanales.
- Aparecimiento de nuevos productos.

### **1.3. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSION.**

Una vez analizado el diagnóstico interno y externo con el respectivo cruces estratégicos, se evidencia como problema principal la carencia de recursos materiales, las malas condiciones en las que realizan sus trabajos en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra no facilita aumentar sus ingresos en las actividades que realizan.

Mediante la comercialización de las artesanías aumentaría su nivel de ganancias y el objetivo principal de esta actividad ayudaría a la rehabilitación social de las personas privadas de la libertad disminuyendo el tiempo ocioso de cada interno, aprendiendo a valorar el trabajo, y aportando al nivel de ingresos de su familia.

Todo este proceso se evalúa en base a una reinserción a la sociedad con personas realmente rehabilitadas que ayuden a generar empleo y tener una actividad productiva cuando obtengan su libertad.

Bajo esta premisa, se puede impulsar un proyecto integrador en éste centro, denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS EN EL CENTRO DE REHABILITACIÓN SOCIAL DE IBARRA.”** Mismo que mejora el nivel de vida de los y las internas del Centro de Rehabilitación social de Ibarra, ya que con la implementación de un proyecto de esta magnitud puede crear varias fuentes de trabajo y mejorar la rehabilitación de los internos.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. INTRODUCCIÓN

El presente capítulo contendrá los conceptos básicos y complementarios que darán una idea más clara al proyecto que se está estudiando, dentro de un conjunto de conocimientos que permiten orientar la búsqueda de nueva información y ofrece una conceptualización adecuada de los términos que se desarrollarán en el trabajo. Para iniciar a desarrollar un marco de referencia previo de los temas que se hacen referencia se toma en cuenta las definiciones de los autores y se analizará en los contenidos de manera coherente.

#### 2.2. LA MICROEMPRESA

VÁSQUEZ Lola 2006. Afirma: *“La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción.”* Pag.39

Tomando en cuenta lo manifestado por el autor la microempresa se la define como una organización pequeña de un número menor de personas ya sean familias o personas particulares, que se unen aportando con capitales propios para poder invertir en un proyecto, el propósito que persiguen es obtener un ingreso seguro para mejorar la economía en sus hogares y lograr que la microempresa se mantenga firme en el mercado.

### 2.2.1. CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA

Según CANTOS Aguirre Enriqueta, (2008), en su libro Diseño y Gestión de Microempresas dice que las principales características de una microempresa tenemos las siguientes:

- Se generan fuentes de empleo al interior de la unidad familiar.
- El microempresario no fija de manera formal una remuneración por su trabajo y el de su familia.
- La ubicación de las microempresas generalmente se encuentra en el lugar de vivienda del microempresario.
- Actividades de auto empleo que tenga hasta diez trabajadores.
- Actividades registradas en una organización gremial micro empresarial.
- Un mercado pequeño
- Las relaciones entre el empresario y sus colaboradores son personales y directas.
- Constituyen para los empresarios – propietarios, la principal fuente de renta.

### 2.2.2. CLASIFICACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS

Según CANTOS Aguirre Enriqueta, (2008), en su libro Diseño y Gestión de Microempresas manifiesta que la clasificación de las microempresas puede ser:

- **Producción.-** Son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados. Las microempresas de producción son las más importantes ya que son las que generan empleo productivo.
- **Comercio.-** Son las que tienen como actividad la compra-venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.

- **Servicios.-** la cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad.

### 2.2.3. Misión

Según WHEELLEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007). Dice: *“La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve.” Pág. 12*

Tomando como referencia la definición anterior la misión tiene el objetivo de mantener y conservar la imagen de la empresa dando un servicio o producto de calidad en donde el consumidor se sienta totalmente satisfecho, también tiene la obligación de conservar y alcanzar e los objetivos y las metas propuestas. La misión tiene es la imagen de la empresa que en ese momento se presenta.

### 2.2.4. Visión

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Expresa: *“la visión de la empresa nos indica cuál es la meta que ella persigue a largo plazo; incluye la forma en que se piensa a sí misma en la actualidad y en el futuro.” Pág. 21.*

De acuerdo a la definición encontrada la visión de la microempresa consiste en lograr el proceso permanente obteniéndose el perfeccionamiento a futuro lo que incide que la empresa tenga mayor seguridad en el mercado, mejorando e innovando sus productos o servicios para mayor satisfacción de los clientes.

## **2.3. FUNDAMENTOS DE MERCADO**

### **2.3.1. Estudio de mercado**

Según KOTLER, Philip. (2008). manifiesta. *“Es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico”*. Pág. 127

Tomando como base la definición del autor se puede decir que el estudio de mercado es parte fundamental de un plan de negocios ya que permite identificar oportunidades de inversión como también elaborar un plan de mercadeo acorde a las expectativas del mercado potencial.

### **2.3.2. Producto**

CHARLES W. Lamb, (2006). Dice: *“Al producto se lo define como aquello, sea favorable y desfavorable que una persona recibe en un intercambio, un producto puede ser un bien tangible, sin embargo los servicios y las ideas también son productos.”* Pág. 36.

Partiendo del concepto anterior, producto es una variedad diseños que están disponibles en el mercado esperando satisfacer los gustos y las preferencias de los consumidores. Tanto el producto como los servicios deben cumplir con una serie de requisitos como variedad, calidad, diseño, características, marca, envase, servicios y garantías, tanto los productos como los servicios deben estar constantemente preparados para los cambios en mejoras y poder enfrentar a la competencia.

### **2.3.3. Oferta**

CÓRDOBA PADILLA Marcial, (2006). Expresa: *“La oferta es el comportamiento de los competidores actuales y potenciales proporcionan una indicación directa e indirecta de sus intenciones, motivos, objetivos, estrategias actuales y sus capacidades para satisfacer con eficiencia las necesidades de parte o del total de consumidores actuales y potenciales que tendrá el proyecto, aspecto de vital importancia para establecer estrategias que permitan desempeñarse mejor que otras empresas”*. Pág.78

Considerando el concepto anterior la oferta es la competencia real que está en el mercado, es decir son los productos o servicios que están listos para ser adquiridos por los consumidores, la oferta siempre está pendiente en el comportamiento del mercado para fijar el precio de sus productos y buscar nuevos mercados en donde les permite mantener una mejor estabilidad y llegar directamente al consumidor final.

### **2.3.4. Demanda**

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: *“la demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado.”* Pág. 27.

Con las afirmación anterior la demanda se refiere a la necesidad que el mercado tiene por adquirir el producto o servicio para poder satisfacer al consumidor, muchas veces la demanda se presenta por la poca producción en el sector o por las pérdidas por las malas temporadas, en el caso de los servicios se dan por falta de calidad y eficiencia en los servicios y por no contar con los conocimientos suficientes para atender las necesidades de los clientes.

### **2.3.5. Promoción**

Según MONTAÑO, S. Francisco (2005). Enuncia que: *“Son programas, actividades o eventos, que tienen por finalidad, ayudar a vender, estimulando una respuesta rápida de compra, en el lugar de la venta, mediante una diversidad de medios de comunicación e incentivos a corto plazo.”*

Pág. 126.

Según lo mencionado anteriormente la promoción es el elemento de la mezcla de marketing de una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y / o su venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario.

La promoción tiene la finalidad de comunicar, informar y persuadir al cliente y potros interesados obra la empresa, sus productos y ofertas que están comercializando en el mercado, para ello se utilizara una serie de estrategias de marketing que ayudara alcanzar las metas.

### **2.3.6. Publicidad**

Para MONTAÑO, S. Francisco (2005). Enuncia que: *“Es el plan que contiene todos los elementos para enviar el mensaje al consumidor; es decir, trasmite a éste la imagen de la empresa, del producto, o la de ambos.”*Pág. 119.

De acuerdo a la referencia dada, la publicidad es la estrategia más aplicada para dar a conocer el producto o servicios que se presenta en el mercado, la misma permitirá que se mantenga en iguales condiciones o se incremente el número de ventas porque lograra atraer con la publicidad mayores ventajas para sus ventas.

### **2.3.7. Precio**

Según, PHILIP K. Gary (2007). *Afirma: “El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, es decir es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio por los beneficios prestados. El precio ha sido el factor que más influye en las decisiones de los compradores.” Pág.309*

Después de comprender esta definición el precio es el valor que le corresponde a cada bien y a cada producto, es el costo que establece el mercado o también dependiendo su costo de producción que el consumidor debe pagar por la adquisición del mismo. El precio es el único factor que otorga ya sea un ingreso o una pérdida en la empresa, se considera importante aplicar las siguientes variables:

- Precio de lista
- Descuentos
- Complementos
- Periodo de pago
- Condiciones de crédito

### **2.3.8. Distribución**

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, Año 2008. *Afirma “La mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, una serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio.” Pág. 471*

Tomando como referencia lo anterior, la distribución es una estrategia que le ayuda al vendedor llegar con mejor rapidez y precisión al mercado logrando que su producto se lo comercialice de la mejor manera y en el lugar preciso. En síntesis se podría decir que la distribución son las distintas rutas o vías, que la propiedad de los productos toma; para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos.

### **2.3.9. Comercialización**

En CHARLES W. Lamb, (2006). Menciona: *“Es la decisión de llevar un producto al mercado, ya que esto incide varias tareas como el embarque del producto a los puntos de distribución capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos a los negocios y a los consumidores.”*  
Pág. 342.

Requiere una planificación muy cuidadosa que debe contestar a una serie de preguntas:

- Cuando, en relación a los competidores
- Donde, solo en una área geográfica, o en el territorio
- A quien, a todo el mercado potencial, a solo un segmento aparte de la población, entre otros.
- Como, es decir, debe decidir cómo hará sus inversiones promocionales, cuánto tiempo dedicara a las actividades de la fuerza de ventas, cuanto a relaciones públicas, entre otros.

La comercialización es un canal de distribución que está formado y representado por personas y empresas que intervienen en las transferencias de la propiedad de un producto a medida de que este pasa de la planta de fabricación al consumidor final o usuario.

## **2.4. CONTABILIDAD**

### **2.4.1. Definición**

Según GARCÍA Daniel (2006). Manifiesta: *“Es la ciencia y/o técnica que enseña a clasificar y registrar todas las transacciones financieras de una empresa para proporcionar informes que sirven de base para la toma de decisiones sobre la actividad.” Pág. 10*

De acuerdo la explicación anterior, la contabilidad se encarga de recoger toda la información financiera y económica de la empresa y tiene la obligación de presentar los informes correspondientes a sus accionistas, para que ellos conozcan realmente qué situación mantiene hasta ese entonces la empresa, También controla los movimientos que diariamente se realizan en el mercado.

## **2.5. ESTUDIO TÉCNICO**

Según CÓRDOBA PADILLA Marcial, (2006) expresa: *“El estudio técnico busca responder a las interrogantes básicos: Cuánto, donde, como, y con que producirá mi empresa. Se busca diseñar la función de producción optima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio.” Pag.209*

Partiendo de la definición anterior el estudio técnico realiza el análisis del lugar en donde se llevara a cabo el desarrollo del proyecto también detalle los equipos y materiales de trabajo que se utilizara tanto para la área administrativa como para la de producción.

### **2.5.1. TAMAÑO DEL PROYECTO.**

Según SAPAG Chain Nassir, (2011), en su libro *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*, expresa: *El tamaño del*

*proyecto dependerá de la capacidad de la microempresa para realizar todas sus actividades, este aspecto define las inversiones del proyecto al momento de su ejecución”. Pág. 60*

El tamaño del proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.

### **2.5.2. Macrolocalización**

*Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: “El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la Macrolocalización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto.” Pag.49*

De acuerdo a la descripción anterior la Macrolocalización describe el lugar en donde se llevara a cabo el proyecto, considerando la zona geográfica en donde estará ubicada, el propósito es conocer exactamente el sector para que no exista contratiempos de no conocer las direcciones correctas en donde estará ubicado la zona que se a designando para el trabajo.

### **2.5.3. Microlocalización**

*Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: “Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores,*

*considerados como los más relevantes e importantes.”*  
*Pág. 50.*

Tomando como referencia lo anterior, en la micro localización se toma en cuenta un serie de factores que favorezcan el desarrollo del proyecto es decir el sector debe contar con los servicios básicos en perfectas condiciones, las vías de comunicación en perfecto estado, tomara en cuenta que el lugar sea idóneo para el tipo de proyecto que se va aplicar.

#### **2.5.4. Ingeniería del Proyecto**

Según CÓRDOBA, P. Marcial (2006). Afirma: *“Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.”* Pág. 240.

La ingeniería del proyecto permite conocer la aplicación del proceso productivo, es decir cómo se irá desarrollando, también consiste en dar una mejor utilización a los materiales y recurso que tenga disponible dentro de la empresa.

### **2.6. ESTADOS FINANCIEROS**

#### **2.6.1. Estado de Resultados Integral.**

Según, El Autor ZAPATA, S. Pedro. (2008), expone que: *“es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos durante un periodo determinado.”*  
Pág. 306.

Al estado de resultados se lo conoce como un documento que detalla claramente la situación económica financiera de la empresa, en donde se

conoce en quien nivel se está recuperando la inversión, también detalla los gastos con sus respectivos respaldos indica los ingresos de ventas que ha realizado la empresa.

### **2.6.2. Estado de Situación Financiera**

Según, ROMERO Javier (2006). Manifiesta: *“es un estado financiero que muestra los recursos de que dispone la entidad para la realización de sus fines (activo) y las fuentes externas e internas de dichos recursos (pasivo más capital contable), a una fecha determinada.”* Pág. 257.

Este balance contiene las cantidades de los activos de la empresa, es decir los bienes adquiridos por el trabajo desarrollado en la entidad. También se encarga de presentar los balances correspondientes en los respectivos meses a los socios, presentan un informe en donde se detalla las utilidades que están obteniendo durante el periodo económico.

### **2.6.3. Estado de Flujo de Efectivo**

Según ZAPATA, S. Pedro. (2008). Manifiesta: *“es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura.”* Pág. 423.

Proporciona información contable sobre las habilidades para generar dinero y aplicar estas de manera eficaz. Presenta en forma condensada la información sobre el efectivo de la empresa, también presenta los cambios ocurridos en la situación financiera.

## 2.7. Técnicas de Evaluación Financiera

### 2.7.1. Valor Actual Neto (VAN)

Para, BRIGHAN Eugene. HOUSTON Joel. (2005). Afirmar. *“Método de clasificar las propuestas de inversión usando el valor presente neto, el cual equivale al valor presente de los futuros flujos netos de efectivo, descontado al costo del capital.”* 398.

Tomando la referencia anterior el valor del dinero en el tiempo confirma el hecho de que el dinero tiene un costo, llamado interés. Es de fácil aplicación pudiendo traer los valores futuros a valor presente, se debe calcular a una tasa mayor, permitiéndole cubrir ciertos riesgos.

Su fórmula es la siguiente:

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

Cuando se utiliza el valor presente neto para decisiones de aceptación y rechazo, los criterios son los siguientes:

- Si el valor presente neto es mayor que 0, se acepta el proyecto.
- Si el valor presente neto es menor que 0, se rechaza el proyecto.

### 2.7.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según, FONTAINE R. Ernesto, (2008). Manifiesta: *“Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero.” Pág.100*

Según los autores la tasa interna de retorno en una inversión e la tasa de rendimiento requerida que produce como resultado un VAN cero cuando es utilizada como una tasa de descuento. De acuerdo con la reglas del TIR, una inversión es aceptable si su TIR excede al rendimiento requerido, caso contrario se rechaza la inversión.

Está representado por la siguiente fórmula:

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

Dónde:

Ti = tasa inferior

Ts = tasa superior

### 2.7.3. Periodo de Recuperación

Los autores SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo. (2008). Manifiestan que: *“Ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa.” Pág. 329.*

Este indicador se encarga de medir la liquidez como también los riesgos del proyecto, anticipa para que se tomen medidas preventivas a tiempo para evitarse problemas a futuro. Es utilizado para conocer y poder medir

el tiempo que se requiere para los flujos de efectivo de una inversión para que recupere sus costos o inversión final.

#### **2.7.4. Relación Beneficio-Costo**

FLORES U. Juan A. (2007). Expresa: *“Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocios, comparándola con los costos en que su ejecución se esperan incurrir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa.”* Pág. 119.

El costo benéfico da a conocer cuánto realmente puede rendir un proyecto y el tiempo en que se demora para su recuperación y determinar si la inversión tiene o no futuro, esto se realiza mediante la comprobación de los ingresos deflactados dividido para los egresos deflactados.

Para ello se utiliza la siguiente Fórmula:

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{GASTOS ACTUALIZADOS}}$$

#### **2.7.5. Punto de Equilibrio**

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: *“el punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total y de ingreso total.”* Pág. 85.

El punto de equilibrio demuestra la utilidad o la pérdida de la empresa cuando las ventas aceden o caen por debajo de este punto, de tal forma este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta genera utilidades, pero también un decremento

ocasionara perdidas, por tal razón se deberá analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

## **2.8. LA REHABILITACIÓN**

Caicedo Congo, Gladys Amparo (2008) pronuncia: *“La rehabilitación es la especialidad médica que engloba el conjunto de procedimientos médicos, psicológicos, sociales, dirigidos a ayudar a una persona a alcanzar el más completo potencial físico (véase fisioterapia), psicológico, social, laboral y educacional compatible con su deficiencia fisiológica o anatómica y limitaciones medioambientales, intentando restablecer o restaurar la salud”*.

Según el autor se considera a un centro de rehabilitación al procedimiento especializado que busca ayudar a una persona a alcanzar una buena preparación física, psicológica, social, laboral y educativa. La meta de los programas de Rehabilitación es obtener el máximo nivel de independencia de sus pacientes, tomando en cuenta sus capacidades y aspiraciones de vida.

Es importante considerar cuan necesario es regenerar aspectos sociales en nuestra sociedad, buscando necesariamente el cambio de mentalidad en las personas que necesitan de una rehabilitación y optar por generar gente positiva de un ambiente generador de ideas, principios morales, sociales que busquen a gran escala a formar una sociedad solidaria, positiva, emprendedora, libre de corrupción.

Al hablar de la rehabilitación médica se hace un estudio a las particularidades propias de la enfermedad, mismas que según expertos van enfocados a los siguientes aspectos:

- La deficiencia, esto es un conjunto de secuelas o daños físicos que ha sufrido un órgano o aparato mismos que han sido producidos por alguna enfermedad.
- La discapacidad, es la ausencia o restricción de alguna función del cuerpo, es decir es una carencia de una persona al momento de realizar una actividad o tarea.
- Y la pérdida de roles, misma que es provocada por la discapacidad de una persona, y consiste en la pérdida laboral o pérdida de un puesto de trabajo por incapacidad física.

La rehabilitación o programas de rehabilitación busca alcanzar el máximo nivel de independencia, elevando su autoestima y volverle al discapacitado como un apersona autosuficiente e idónea para cualquier actividad. Es importante considerar que estas personas con discapacidades pueden cumplir a cabalidad actividades labores y a la vez contribuir con las empresas a su mejora y desarrollo empresarial.

En el Ecuador se ha desarrollado un programa impulsado por la Vicepresidencia de la República, en donde se da la validez y el puesto adecuado a las personas con discapacidad dentro del ámbito laboral, evitando desempleo, discriminación y baja de autoestima de estas personas especiales.

### **2.8.1. CENTROS DE REHABILITACIÓN SOCIAL**

Código de Ejecución de Penas y Rehabilitación (2007) define: *“Los Centros de Rehabilitación buscan la rehabilitación integral de los internos, proyectada hacia su reincorporación a la sociedad, y la prevención de la reincidencia con miras a obtener la disminución de la delincuencia”.*

Según el Código de Ejecución de penas y rehabilitación se considera que los centros de rehabilitación son lugares donde las personas que hayan sido juzgadas por incumplimiento de la ley son trasladadas a cumplir la pena que le ha sido impuesta en centros determinados en la ley o parte de un proceso progresivo.

Dentro de todo este proceso de rehabilitación social, la pre libertad es el inicio o parte indispensable del tratamiento en la que el interno que ha cumplido los requisitos y normas del sistema progresivo, desarrolla su actividad controlada por el régimen fuera del Centro de Rehabilitación Social, conforme al reglamento pertinente, lo que indica que todo depende del comportamiento o conducta del interno.

Dentro de este sistema penitenciario se da lugar a la administración y creación de las casas de confianza que son instituciones que se caracterizarán por el manejo de reglas a las salidas del individuo de este lugar en cuanto a tener contacto con la sociedad, en estos lugares se da asistencia, control y seguridad, con la finalidad de que a futuro una vez cumplido con las normas y requisitos establecidos y en base a una buena conducta permitirá nuevamente al interno integrarse a la sociedad. También en este sistema se planificarán y se elaborarán programas de asistencia social y familiar, psicológica, actividades de carácter educativo, formativo y cualquier otra que permitan continuar con la preparación de los internos. Cabe mencionar que estos centros de confianza funcionaran fuera de los centros de rehabilitación y se regirán por normas internas controladas por el régimen.

Los internos deben cumplir con puntualidad a las reuniones individuales o grupales preparadas por el Director del centro de confianza o con los profesionales que dan apoyo en estos lugares, esto se hace con la finalidad de que el interno se vaya adaptando y mejorando su estilo de vida y más facilidad para que se reintegre a la sociedad y a la libertad.

## **2.8.2. BASES LEGALES DEL CENTRO DE REHABILITACIÓN**

Según El Código de Ejecución de Penas y de Rehabilitación Social. Ley No. 95 menciona:

### **“TÍTULO IV: DE LA REHABILITACIÓN SOCIAL Y DEL TRATAMIENTO DE LOS INTERNOS”**

#### **Capítulo I**

##### **DE LOS CENTROS DE REHABILITACIÓN SOCIAL**

Art. 19.- Se denominarán "centros de rehabilitación social" las penitenciarías y cárceles existentes, y las que se crearen para el cumplimiento del régimen penitenciario que establece esta Ley.

Art. 20.- El régimen interno en los centros de rehabilitación social comprenderá los siguientes períodos:

- a) La internación para el estudio criminológico y clasificación delincinencial;
- b) Rebajas;
- c) Pre libertad;
- d) Libertad controlada; y,
- e) Ubicación poblacional tratamiento”

Según este Código de Ejecución de Penas y Rehabilitación define a los centros de rehabilitación, diciendo que las cárceles y penitenciarías existentes y por crearse de incluyen, además se da a conocer cada uno de los ciclos que los detenidos deben cumplir en los centros de rehabilitación.

### **2.8.3. CLASIFICACIÓN DE LOS CENTROS DE REHABILITACIÓN SOCIAL**

Una vez cumplido con lo estipulado en la ley de Código Penal, mismo que exige se realice un estudio criminológico de los internos y la clasificación correspondiente, se deberá ubicar a los reclusos en los siguientes centros de rehabilitación:

- De máxima seguridad, en donde se dará el aislamiento absoluto, la disciplina y la custodia será rígida y el traslado y distribución de los internos se dará en grupos no mayores de veinte personas.
- De seguridad media, se dará prioridad al trabajo y la educación. El traslado y la distribución de los internos se efectuará en grupos no mayores de cien personas.
- De seguridad mínima, se dará prioridad al trabajo y la educación auto controlado. La distribución de los internos se realizará en grupos homogéneos no mayores de diez personas. Aquí se organizarán y funcionarán las fases de pre libertad y libertad controlada en cualquiera de sus formas (inicio de etapa centros de confianza que es la adaptación del interno a la sociedad).
- Los establecimientos especiales para los sindicados, procesados y contraventores, a quienes se les proporcionará la asistencia especial correspondiente, sin perjuicio de que, en atención al grado de peligrosidad del detenido, a criterio del Departamento correspondiente del Centro de Rehabilitación Social, se lo ubique, provisionalmente, en lugar apropiado, proporcionándole, además, un tratamiento acorde a su situación.

#### **2.8.4. DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS CENTROS DE REHABILITACIÓN SOCIAL**

La administración y dirección de los centros de rehabilitación social estarán a cargo de un Director, mismo que tendrá que regirse a las atribuciones y leyes de esta ley. De igual manera en cada centro de rehabilitación se establecerán las siguientes dependencias:

- De diagnóstico y evaluación;
- Asistencial; y,
- Laboral.

Mismos que organización y funciones de estos departamentos serán determinados en el Reglamento General.

#### **2.8.5. DEL INGRESO, PERMANENCIA Y EGRESO DE LOS INTERNOS Y DE LA ASISTENCIA PARA LIBERADOS**

Los directores de los diferentes centros de detención provisional darán la orden de internación del individuo acusado siempre y cuando exista la respectiva orden de detención en caso de ser investigación o la boleta de encarcelamiento correspondiente expedida o emitida por la autoridad competente según la ley.

La persona que ingrese con orden de detención y contra quien no se haya emitido orden de prisión preventiva dentro de las 48 horas subsiguientes, será inmediatamente puesta en libertad por el Director, quien notificará de este hecho al juez respectivo. Esta disposición no se aplicará en las infracciones contempladas en la Ley de Sustancias Estupefacientes y Sicotrópicas. Las personas que hayan sido juzgadas se sujetarán a las leyes omitidas en el Código de Ejecución de Penas y Rehabilitación Social.

En cada centro de rehabilitación se llevará un registro que contenga datos relacionados a cada interno, la información será:

- Su identificación
- Los motivos de la detención
- La autoridad que la dispuso y el tiempo de duración de la condena.
- El día y la hora de su ingreso y demás datos que mencione el reglamento.

Una vez cumplida la condena o al ser beneficiario con amnistía, indulto o por aplicación de la Ley de Gracia, previa la orden de excarcelación dictada por la ley, los internos serán puestos en libertad inmediatamente. Los liberados entran en un proceso de integración a la sociedad, esto se hará mediante asistencia médico-siquiátrica, laboral y comunitaria.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. INTRODUCCIÓN**

El presente estudio de mercado está orientado a conocerla aceptación en el mercado de los productos elaborados por las Personas Privadas de Libertad del Centro de Rehabilitación Social de Ibarra (CRS Ibarra); trata de determinar la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en una área delimitada, también identifica a las empresas productoras y las condiciones en que estas suministran el producto al mercado,

Por ser productos de tipo artesanal estos son muy cotizados en el mercado nacional, cada día el comercio exige adoptar nuevas medidas, procedimientos y sobre todo la innovación para satisfacer las necesidades de los potenciales clientes.

Para la elaboración del presente estudio de mercado se considera un análisis de las variables: producto, demanda, oferta, precios, y comercialización, usando fuentes primarias y secundarias.

Se obtuvo información primaria en la aplicación de encuesta a los consumidores potenciales de artesanías teniendo como población de estudio a 391 personas encuestas. Mediante una observación realizada a la competencia se determinó los precios de venta, las características de los competidores y los productos similares existentes en la localidad.

La información secundaria se obtuvo a través de una investigación realizada en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) sobre la población urbana de la Ciudad de Ibarra, Estadísticas del Banco Central de Ecuador (oferta y demanda), Ilustre Municipio de Ibarra.

Existen una gran variedad de artesanías como adornos para el hogar, materia didáctica, rompecabezas, carros de juguetes reglas de corte confección, pulseras, llaveros, botellas, esteros decorados, redes de vóley y fútbol, entre otros que son atractivos para la venta.

Para un análisis de la demanda de artesanías en la ciudad de Ibarra, se utilizó una encuesta como instrumento de recolección de información primaria.

Para analizar la oferta, precios, y comercialización de artesanías en el sector urbano de la ciudad de Ibarra, se utilizó la información secundaria mencionada anteriormente.

## **3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

### **3.2.1. OBJETIVO GENERAL**

Conocer el comportamiento comercial de Ibarra para identificar oportunidades de comercializar los productos artesanales elaborados por las personas privadas de libertad del Centro de rehabilitación Social de Ibarra.

### **3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Caracterizar los productos existentes en la ciudad de Ibarra.
- Identificar las características del mercado objetivo de las artesanías elaboradas a base de madera, cabuya, hilo, arcilla y tela.
- Identificar la oferta de las artesanías en los mercados de la provincia de Imbabura.

- Determinar el precio de aceptación de las artesanías en la provincia de Imbabura.
- Identificar los proveedores de las artesanías para la comercialización de estos productos
- Analizar estrategias de comercialización de las artesanías.

### **3.3. VARIABLES**

- Oferta
- Demanda
- Precios
- Comercialización

### **3.4. INDICADORES**

#### **3.4.1. Oferta**

- Tiempo de la actividad
- Sistema de producción
- Nivel de producción
- Mercado meta
- Rentabilidad
- Financiamiento
- Capacidad instalada
- Materia prima
- Infraestructura
- Mano de obra

#### **3.4.2. Demanda**

- Tipo de productos
- Diseño de los productos

- Cantidad de consumo
- Frecuencia de compra
- Presentación
- Lugar de compra
- Marca del producto
- Calidad del producto

#### **3.4.3. Precios**

- Precio de venta
- Precio de compra
- Presentación del productos
- Asignación de precios

#### **3.4.4. Comercialización**

- Producto
- Precio
- Plaza
- Publicidad

### 3.5. MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

CUADRO N° 23 MATRIZ RELACIÓN ESTUDIO MERCADO

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	INFORMANTES
Analizar la oferta de las artesanías en los mercados del cantón Ibarra.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo de la actividad.</li> <li>• Sistema de producción</li> <li>• Nivel de producción.</li> <li>• Mercado meta.</li> <li>• Rentabilidad.</li> <li>• Financiamiento.</li> <li>• Capacidad instalada.</li> <li>• Materia Prima.</li> <li>• Infraestructura.</li> <li>• Mano de Obra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas</li> <li>• Entrevista</li> <li>• Documentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumidor Final.</li> </ul>
Identificar la demanda potencial de las artesanías en la ciudad de Ibarra.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de productos.</li> <li>• Diseño de los productos.</li> <li>• Cantidad de consumo</li> <li>• Frecuencia de compra.</li> <li>• Presentación.</li> <li>• Lugar de compra.</li> <li>• Marca del producto.</li> <li>• Calidad del producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas</li> <li>• Entrevista</li> <li>• Documentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumidor Final.</li> </ul>

Realizar el análisis de los precios de las artesanías entre la oferta y la demanda y determinar el precio de aceptación en el mercado	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio de venta.</li> <li>• Precio de compra.</li> <li>• Presentación del producto.</li> <li>• Asignación de precios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas</li> <li>• Entrevista</li> <li>• Documentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumidor Final.</li> <li>• Productores de artesanías.</li> </ul>
Definir estrategias de comercialización de las artesanías.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto.</li> <li>• Precio</li> <li>• Plaza</li> <li>• Publicidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas</li> <li>• Entrevista</li> <li>• Documentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumidor Final.</li> <li>• Productores de artesanías.</li> <li>• Ing. Marketing.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora

### **3.6. MECÁNICA OPERATIVA DEL ESTUDIO DE MERCADO**

El siguiente estudio de mercado se lo realizó utilizando el siguiente proceso:

#### **3.6.1. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO**

##### **3.6.1.1. ANÁLISIS CUALITATIVO Y CUANTITATIVO DE SUS CARACTERÍSTICAS**

###### **a. Descripción física.**

Dentro del estudio de factibilidad que se está realizando, los productos que se van a comercializar en el mercado son de tipo artesanal es decir elaborados manualmente utilizando sus manos, innovación, y creatividad. Los productos sujetos al análisis del mercado son las artesanías elaboradas a base de madera, hilo arcilla, pintura así como: adornos, pulseras, rompecabezas, material didáctico y llaveros, botellas decoradas, esferos decorados, cisnes de papel, redes de ecua vóley y fútbol, entre otros.

Se ha considerado estos productos, de tipo artesanal elaborados por las personas privadas de su libertad del Centro de Rehabilitación Social de Ibarra por sus características culturales y educativas, que enriquecen profundamente los vacíos que la mayoría de ecuatorianos poseen al respecto del arte y cultura del Ecuador, principalmente si se habla y analiza la etnicidad existente e histórica de nuestra nación, muchos de los ecuatorianos no sabemos cuántas etnias existente en el Ecuador, donde se encuentran ubicadas, cuáles son sus costumbre y cuál es su vestimenta condiciones necesarias para comprobar la importancia de elaborar y comercializar esta clase de productos artesanales en la ciudad de Ibarra.

#### **b. Análisis cuantitativo.**

Dentro del análisis cuantitativo está dirigido a determinar el valor de la compra de artesanías, así como también a establecer el uso que se le puede dar en beneficio de la venta de las artesanías para las personas privadas de su libertad del CRS Ibarra. Normalmente las artesanías tienen los siguientes usos:

- **Uso familiar.-** En general las artesanías son utilizadas por todas las familias a través de: recuerdos, adornos personales y adornos de la vivienda.
- **Uso industrial.-** Estos tipos de productos están destinados a venderse en galerías nacionales e internacionales, así como también a ser bienes de tipo suntuario que represente beneficios económicos muy altos.

#### **c. Análisis cualitativo**

Dentro del análisis cualitativo está dirigido a determinar el uso de materia prima y tipo de mano de obra que se está utilizando al elaborar un producto de tipo artesanal de todos los productos elaborados en el Centro de Rehabilitación social de Ibarra que son objeto de esta investigación se puede describir las siguientes características:

De acuerdo al tipo de producto que se elabora, este utiliza diferentes tipos de materia prima e insumos para su buena presentación; estos son:

- **Materia Prima.-** Para la elaboración de los productos artesanales las personas privadas de la libertad utilizan insumos como: madera, laca, hilo, arcilla y pintura.
- **Herramientas.-** utilizan herramientas manuales.

- **Mano de Obra Capacitada.-** Las personas privadas tienen capacitaciones en temas relacionados con productos artesanales y así obtener un producto de calidad.
- d. **Descripción de los productos elaborados en el CRS Ibarra**
- **ROMPECABEZAS**

Los rompecabezas están elaborados a base de cartón prensado y algunos con material reciclado.

#### **GRÁFICO No 21 ROMPECABEZAS**



Fuente: CRS IBARRA  
Elaborado por: La autora

- **CARROS (JUGUETE)**

Se elaboración en a base de madera utilizando herramientas no ofensivas y también otros materiales como lacas, y pintura.

#### **GRÁFICO No 22 JUGUETERÍA**



Fuente: CRS IBARRA  
Elaborado por: La autora

- **REDES DE ECUABOLEY**

Su principal materia prima es la sogá, utilizan sus manos y su habilidad para la elaboración, este es su principal actividad.

**GRÁFICO No 23 REDES DE ECUABOLEY Y FUTBOL**



Fuente: CRS IBARRA  
Elaborado por: La autora

- **BOTELLAS DECORADAS**

Su material principal son las botellas recicladas, arcilla, pintura y pinceles.

**GRÁFICO No 24 BOTELLAS DECORADAS**



Fuente: CRS IBARRA  
Elaborado por: La autora

- **PULSERAS**

**GRÁFICO No 25 PULSERAS**



Fuente: CRS IBARRA  
Elaborado por: La autora

- **ESFEROS DECORADOS**

**GRÁFICO No 26 ESFEROS**



Fuente: CRS IBARRA  
Elaborado por: La autora

- **LLAVEROS**

Estos llaveros son elaborados a base de madera, cuero optimizando su materia prima en la utilización para la confección de estos, también se

utiliza insumos como, alambre y otros adornos para la terminación del producto.

### GRÁFICO No 27 LLAVEROS



Fuente: CRS IBARRA  
Elaborado por: La autora

- **CISNES DE PAPEL**

Los cisnes de papel tienen diferentes diseños y modelos, estos son elaborados en base a papel reciclado.

### GRÁFICO No 28 CISNES DE PAPEL



Fuente: CRS IBARRA  
Elaborado por: La autora

- **CUADROS**

Este producto es muy importante tiene características educativas y culturales, es decir que a través de la representación de las etnias que poseen nuestra nación, esta es una de las características principales de este producto, al mismo tiempo que educa mantiene una cultura de amor al arte y nuestras raíces.

### **3.7. SEGMENTO DE MERCADO**

Dentro de nuestro estudio los productos que elabora el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra están destinando a cliente que le gusta el arte la cultura y la etnia ecuatoriana, que vivan o residan en la Ciudad de Ibarra y para el turista que visita esta hermosa ciudad de nuestro país, por lo tanto a continuación se presenta criterios para determinar el segmento de mercado.

#### **3.7.1. CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.**

##### **3.7.1.1. GEOGRAFÍA:**

La comercialización de las artesanías estará enfocada en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, en el sector centro y los lugares turísticos.

##### **3.7.1.2. DEMOGRÁFICA:**

Los posibles clientes serán todas las personas mayores de 15 años

##### **3.7.1.3. Gustos y preferencias.**

Las personas, en la actualidad se interesan por saber sobre la etnia ecuatoriana, y se preocupan por investigar la cultura de nuestra nación, por lo tanto las tendencias de consumo hacia las artesanías está ligado a poseer arte que exprese cultura e historia de nuestra patria.

### 3.7.2. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Para realizar el estudio se tomará los datos del último censo poblacional económicamente activa (PEA), de la ciudad de Ibarra, en el cual considera a las personas desde 15 hasta 39 años.

Considerando que la producción está dirigida hacia la población que no se encuentra dentro del rango de extrema pobreza de consumo; es decir la comercialización estará encaminada al segmento poblacional de un nivel económico medio y bajo para lo cual se ha establecido los índices de la PEA de la ciudad de Ibarra.

#### 3.7.2.1. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN.

**CUADRO N° 24: POBLACIÓN INEC**

<b>RANGO DE EDAD</b>	<b>IBARRA</b>
De 35 a 39 años	11.057
De 30 a 34 años	12.128
De 25 a 29 años	13.976
De 20 a 24 años	15.703
De 15 a 19 años	18.125
<b>TOTAL</b>	<b>70.989</b>

Fuente: INEC  
Elaborado por: La autora

Calculo de la muestra.

**Datos:**

$$N = 70.989$$

$$d^2 = 0,25$$

$$Z = 95\% \quad 1,96$$

$$e = 5\%$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(70989)}{(0,05)^2 (70989 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = 391 \text{ personas}$$

Aplicando la fórmula, tenemos como resultando una muestra de 391 posibles clientes a las que se debe levantar la información.

### **3.8. MERCADO META**

El mercado objetivo al cual se va a dirigir los productos de tipo artesanal elaborados en el CRS Ibarra, está básicamente determinado de acuerdo a la encuesta que se realizó a los potenciales clientes, la misma que demuestra que las personas están dispuestas a adquirir el producto por ser un producto por ser novedosos y atractivo para utilizarlo como adorno cultural en sus hogares, por ello el mercado al cual la microempresa se dirige es, a toda la población de la ciudad de Ibarra que no se encuentre dentro del índice de pobreza de consumo y que tenga más de 15 años edad, es decir que posea poder adquisitivo y de elección

La oferta a esta se la realizará en forma directa, es decir mediante la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de los productos elaborados en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra.

### **3.9. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

#### **3.9.1. IDENTIFICACIÓN DE LOS COMPETIDORES**

Entre los competidores de artesanías de la Ciudad de Ibarra encontramos los siguientes:

**CUADRO N° 25: PRODUCTORES DE ARTESANÍAS**

PARROQUIA		AMBUQUI				
N°	EMPRENDIMIENTO	PARROQUIA	UBICACIÓN	SERVICIOS /PRODUCTOS	CONTACTO	TELÉFONO
1	Artesanías Gartan	Ambuquí	Comunidad de Carpuela a 50 metros del Jardín de infantes de la comunidad.	Elaboración de artesanías de barro con raíces africanas, venta de curiosas mascararas de plasman la música bomba.	Sr. Oswaldo Espinoza	0997281319 0999287391
2.	Tiendas Coangue	Ambuquí	Comunidad de Carpuela a lado del estadio	Tienda de artesanías en barro.	Sr. Patricio Bernardo	0994262988 0994312400

PARROQUIA		SALINAS				
N°	EMPRENDIMIENTO	PARROQUIA	UBICACIÓN	SERVICIOS /PRODUCTOS	CONTACTO	TELÉFONO
1	Papel reciclado Palenque	Salinas	Cabecera parroquial de Salinas.	Artesanías elaboradas en papel reciclado como: tarjetas y coloridos empaques, serigrafía e imprenta.	Sra. Chela Gallindo Sra. Vina Anangono	062655191 0989014085
2.	Resiarte	Salinas	San Luis de salinas	Artesanías elaboradas en resina como: trenes, marcos para espejos, ángeles, entre otros.	Sra. Gardenia Tambi	062665191 0990503527

PARROQUIA		LITA				
N°	EMPRENDIMIENTO	PARROQUIA	UBICACIÓN	SERVICIOS /PRODUCTOS	CONTACTO	TELÉFONO
1	Artesanías David	Lita	A 79 km. De la ciudad de Ibarra 1h00, Comunidad Parambas	Venta de artesanías elaboradas en cabuya y cana guadua.	Sra. Marina Itaz	063012237

PARROQUIA		ANGOCHAGUA				
N°	EMPRENDIMIENTO	PARROQUIA	UBICACIÓN	SERVICIOS /PRODUCTOS	CONTACTO	TELÉFONO
1	Artesanías de mujeres de bordados de Zuleta	Angochagua	Comuna de Zuleta	Bordados a mano	Sra. Mayra Sandoval	062662109
2.	Asociación Galo Plaza Lasso	Angochagua	Comuna de Zuleta	Tejidos con lana alpaca	Sr. Adriano Zacarias	062662063 0981950261
3.	Asociación manos bordadoras de Zuleta	Angochagua	Comuna de Zuleta	Artesanías bordados	Sra. Margarita Carlosama	0994808594

PARROQUIA		ANGOCHAGUA				
N°	EMPRENDIMIENTO	PARROQUIA	UBICACIÓN	SERVICIOS /PRODUCTOS	CONTACTO	TELÉFONO
1	Corpamcei	La Esperanza	La Esperanza	Artesanías en tabalería	Sr. Raul Grijalva	0994399759
2.	Refugio Terra Esperanza	La Esperanza	La Esperanza	Artesanías bordados y tabalería	Sr. Emerson Obando	062660228 099776689
3.	Sara Huarmi	La Esperanza	La Esperanza	Artesanías bordados	Sra. Carmen Carlosama	062660461
4.	Grupo Artesanias Maki Sirana	La Esperanza	Barrio Rumipamba quebrada seca	Bordados a mano	Sra. Rosa Tuquerres Sra. Rosa Elena Chiza	0981853420 0989622516

PARROQUIA		SAN ANTONIO				
N°	EMPRENDIMIENTO	PARROQUIA	UBICACIÓN	SERVICIOS /PRODUCTOS	CONTACTO	TELÉFONO
1	Emprendedores Turismo Tanguarin	San Antonio	Tanguarin, San Antonio de Ibarra.	Artesanías en madera	Sr. Miguel Andrango	0990393084
2.	Tamia Huami	San Antonio	Bayardo Tobar y Juan Pablo Segundo	Artesanías en madera, torneados, bordados y bisutería.	Sra. Olga Maria Chano Ichau	062550605

3.	Asociación Desarrollo Integral Pucaguaico	San Antonio	Blusas bordados a mano	Blusas, pantalones, vestidos, bolsos.	Sra. Marlene Tixilima.	0990475403 0990339656
----	---	-------------	------------------------	---------------------------------------	------------------------	--------------------------

<b>IBARRA</b>						
<b>N°</b>	<b>EMPRENDIMIENTO</b>	<b>PARROQUIA</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>SERVICIOS /PRODUCTOS</b>	<b>CONTACTO</b>	<b>TELÉFONO</b>
1	Asociación de trabajadores autónomos San Miguel de Yahuarcocha.	El Sagrario	Barrio san Miguel de Yahuarcocha	Artesanías en totora	Sr. VíctorValenzuela	062602512
2.	Artesanías de totora Yahuarcocha	El sagrario	Barrio San Miguel de Yahuarcocha. El Sagrario	Artesanías en totora.	Sra. Matilde Yacelga Sra. Clara Velasteguí	0988335598
3.	Asociación	San Francisco	Pugacho alto, Parroquia San Francisco	Bisutería, trabajo manual.	Sra. Inés Hernández	062631523
4.	Grupo Tierra Viva	San Francisco	Plazoleta Francisco Calderón.	Artesanías en semillas	Sra. Rosita Jaramillo	0989624897

**Fuente:** Ilustre Municipio de Ibarra.

**Elaborado por:** La Autora

### **3.9.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPETIDORES**

Con los datos obtenidos en el Municipio de Ibarra, tenemos como posibles competidores artesanos que se dedican a la producción y de artesanías ubicadas en el cantón de Ibarra.

Una gran parte de los competidores elaboran las artesanías de forma artesanal e industrializada es decir utilizando maquinaria lo que les permite aumentar su nivel de producción, mientras que la otra parte de los artesanos las elaboran manualmente, es por su variedad de producción que han logrado posicionarse en el mercado local.

Las artesanías en su mayoría se encuentran en varios lugares, como por ejemplo, ferias locales, almacenes distribuidos en toda la ciudad, San Antonio de Ibarra, entre otros.

### **3.9.3. PRODUCTOS OFRECIDOS**

Los productos que ofrecen los competidores de la zona artesanal en la ciudad de Ibarra son múltiples, que ofrece a sus clientes potenciales artesanías de diferente tamaño, valor económico y diseño ya que este tipo de artesanía tecnificación acabados, y una buena materia , mediante la aplicación de la observación directa en las diferentes mercados de comercialización de artesanías se pudo apreciar que las artesanías que ofertan son de muy buena calidad mismos que han logrado gran acogida y un reconocimiento en el mercado local.

### **3.9.4. COMERCIALIZACIÓN**

Mediante la observación realizada a los competidores se determinó que las artesanías son comercializadas a través de diferentes lugares como: ferias locales, mercados de la ciudad, lugares turísticos y almacenes. Los precios establecidos por la competencia varían, pero en promedio el precio es de \$ 0,50 y \$ 15,00.

Su modalidad de venta es realizada por medio de compras personales es decir cada persona compra directamente al productor.

### 3.9.5. OFERTA ACTUAL EN EL CANTÓN IBARRA.

De acuerdo a la encuesta realizada a los comercializadores se obtiene una oferta actual de las artesanías.

**CUADRO N° 26: OFERTA DE PRODUCTOS**

DETALLE	PRODUCTOS	%
ROMPECABEZAS	505	11.77%
REGLAS DE CORTE Y COFECCIÓN	41	0.96%
CARROS (JUGUETE)	105	2.45%
REDES DE ECUAVOLEY	225	5.24%
REDES DE FUTBOOL	82	1.91%
BOTELLAS DECORADAS	82	1.91%
PULCERAS	1050	24.48%
ESFEROS DECORADOS	600	13.99%
LLAVEROS	1,525	35.55%
CISNES DE PAPEL	75	1.75%
<b>TOTAL</b>	<b>4290</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

### 3.9.6. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para la obtención de datos referente a la oferta de artesanías en los años 2014 – 2018 se utilizó fuentes primarias y la proyección de se realizó en base a la observación realizada al sector comercial de las artesanías.

## CUADRO N° 27: PROYECCIÓN OFERTA

DETALLE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
ROMPECABEZAS	505	514	524	534	544
REGLAS DE CORTE Y COFECCIÓN	41	42	43	43	44
CARROS (JUGUETE)	105	107	109	111	113
REDES DE ECUAVOLEY	225	229	233	238	242
REDES DE FUTBOOL	82	84	85	87	88
BOTELLAS DECORADAS	82	84	85	87	88
PULCERAS	1050	1070	1089	1110	1130
ESFEROS DECORADOS	600	611	623	634	646
LLAVEROS	1525	1553	1582	1612	1642
CISNES DE PAPEL	75	76	78	79	81
<b>TOTAL</b>	<b>4290</b>	<b>4370</b>	<b>4451</b>	<b>4534</b>	<b>4618</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

### 3.10. LA DEMANDA

#### 3.10.1. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Los potenciales consumidores son los jóvenes y adultos a partir de los 13 años de edad pertenecientes a la ciudad de Ibarra, que generalmente las adquieren para un uso personal, o en caso de obsequios es la mejor opción ya que existen varios tipos y modelos al gusto del consumidor.

##### 3.10.1.1. LUGAR DE COMPRA

Las artesanías pueden adquirirse en varios lugares como por ejemplo:

1. Mercados locales,
2. Ferias nacionales e internacionales,
3. Almacenes,
4. Centro de Rehabilitación Social de Ibarra,
5. Otavalo (Plaza de Ponchos)
6. San Antonio de Ibarra
7. Lugares turísticos, (Yahuarcocha, Cuicocha, Chachimbiro, Timbuyaco y Peguche)
8. La Esperanza
9. Entre otros.

### 3.10.1.2. FRECUENCIA DE COMPRA

Por medio de las encuestas realizadas según el anexo 04 se dedujo que las artesanías no son adquiridas muy frecuentemente, ya que es un producto no perecible, y la gran parte de los consumidores compran en un promedio de dos veces al mes por las razones antes mencionadas.

### 3.10.1.3. CANTIDAD DE COMPRA

Según los datos obtenidos en las encuestas realizadas se pudo conocer que cada familia adquiere alrededor de 1 a 3 unidades mensualmente, dependiendo de sus ingresos económicos, y del motivo de la compra.

### 3.10.1.4. COMPORTAMIENTO ACTUAL DE DEMANDA

**CUADRO N° 28: DEMANDA ARTESANÍAS**

PRODUCTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
ROMPECABEZAS	9526	11.92%
REGLAS DE CORTE Y COFECCIÓN	6026	7.54%
CARROS (JUGUETE)	4,082	5.11%
REDES DE ECUAVOLEY	5054	6.33%
REDES DE FUTBOOL	6026	7.54%
BOTELLAS DECORADAS	8,165	10.22%
PULCERAS	17496	21.90%
ESFEROS DECORADOS	6,804	8.52%
LLAVEROS	9,137	11.44%
CISNES DE PAPEL	7582	9.49%
<b>TOTAL</b>	<b>79898</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

### 3.10.2. TENDENCIA DE LA DEMANDA

#### 3.10.2.1. DEMANDA LOCAL

La demanda local se centra en la elaboración de diversos productos de tipo artesanal para los consumidores de la ciudad de Ibarra. La demanda de estos productos tiene alta preferencia debido a las características físicas que ofrecen los productores, lo que permite que las artesanías sean comercializadas a nivel local y extranjero.

La tendencia histórica de la comercialización de las artesanías es ascendente debido a que sus productos son elaborados manualmente y con material de buena calidad.

### 3.10.2.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para determinar la demanda proyectada en el cantón Ibarra para el periodo 2013- 2018 se utilizaron datos obtenidos a través de fuentes secundarias, utilizando la siguiente fórmula para el crecimiento poblacional:

Fórmula del monto:

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

Donde:

$P_n$  = Población futura

$P_o$  = Población inicial

$i$  = tasa de crecimiento anual proyectado

$n$  = año proyectado

**CUADRO N° 29: PROYECCIÓN INSATISFECHA**

DETALLE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
ROMPECABEZAS	9526	9703	9884	10067	10255
REGLAS DE CORTE Y COFECCIÓN	6026	6138	6252	6369	6487
CARROS (JUGUETE)	4082	4158	4235	4314	4394
REDES DE ECUAVOLEY	345	351	358	365	371
REDES DE FUTBOOL	6026	6138	6252	6369	6487
BOTELLAS DECORADAS	8165	8317	8472	8629	8790
PULCERAS	17496	17821	18153	18491	18834
ESFEROS DECORADOS	6804	6931	7059	7191	7325
LLAVEROS	9137	9307	9480	9656	9836
CISNES DE PAPEL	7582	7723	7867	8013	8162
<b>TOTAL</b>	<b>75189</b>	<b>76588</b>	<b>78012</b>	<b>79463</b>	<b>80941</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

### 3.11. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

**CUADRO N° 30: DEMANDA POTENCIAL**

DETALLE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>ROMPECABEZAS</b>					
Demanda	9526	9703	9884	10067	10255
Oferta	505	514	524	534	544
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>9021</b>	<b>9189</b>	<b>9360</b>	<b>9534</b>	<b>9711</b>
<b>REGLAS DE CORTE Y COFECCIÓN</b>					
Demanda	6026	6138	6252	6369	6487
Oferta	41	42	43	43	44
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>5985</b>	<b>6096</b>	<b>6210</b>	<b>6325</b>	<b>6443</b>
<b>CARROS (JUGUETE)</b>					
Demanda	4082	4158	4235	4314	4394
Oferta	105	107	109	111	113
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>3977</b>	<b>4051</b>	<b>4126</b>	<b>4203</b>	<b>4281</b>
<b>REDES DE ECUAVOLEY</b>					
Demanda	345	351	358	365	371
Oferta	225	229	233	238	242
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>120</b>	<b>122</b>	<b>125</b>	<b>127</b>	<b>129</b>
<b>REDES DE FUTBOOL</b>					
Demanda	6026	6138	6252	6369	6487
Oferta	82	84	85	87	88
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>5944</b>	<b>6055</b>	<b>6167</b>	<b>6282</b>	<b>6399</b>
<b>BOTELLAS DECORADAS</b>					
Demanda	8165	8317	8472	8629	8790
Oferta	82	84	85	87	88
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>8083</b>	<b>8233</b>	<b>8386</b>	<b>8542</b>	<b>8701</b>
<b>PULCERAS</b>					
Demanda	17496	17821	18153	18491	18834
Oferta	1050	1070	1089	1110	1130
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>16446</b>	<b>16752</b>	<b>17063</b>	<b>17381</b>	<b>17704</b>
<b>ESFEROS DECORADOS</b>					
Demanda	6804	6931	7059	7191	7325
Oferta	600	611	623	634	646
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>6204</b>	<b>6319</b>	<b>6437</b>	<b>6557</b>	<b>6679</b>
<b>LLAVEROS</b>					
Demanda	9137	9307	9480	9656	9836
Oferta	1525	1553	1582	1612	1642
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>7612</b>	<b>7754</b>	<b>7898</b>	<b>8045</b>	<b>8194</b>
<b>CISNES DE PAPEL</b>					
Demanda	7582	7723	7867	8013	8162
Oferta	75	76	78	79	81
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>7507</b>	<b>7647</b>	<b>7789</b>	<b>7934</b>	<b>8081</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

### 3.12. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DEL PRODUCTO.

#### 3.12.1. ANÁLISIS DE PRECIOS

- **PRECIO AL CONSUMIDOR**

Mediante una observación directa se determinó que la competencia de las artesanías tienen los siguientes precios.

**CUADRO N° 31: PRECIOS AL CONSUMIDOR**

PRODUCTOS	PRECIO VENTA
ROMPECABEZAS	1.10
REGLAS DE CORTE Y COFECCIÓN	3.90
CARROS (JUGUETE)	1.00
REDES DE ECUAVOLEY	16.00
REDES DE FUTBOOL	27.00
BOTELLAS DECORADAS	14.00
PULCERAS	0.50
ESFEROS DECORADOS	2.15
LLAVEROS	0.70
CISNES DE PAPEL	8.25

Fuente: Observación  
Elaborado por: La autora

- **PRECIO AL DISTRIBUIDOR**

De acuerdo a observaciones se ha podido determinar que los productores de artesanías tienen un descuento promedio del 2% al distribuidor.

- **FACTORES DE FIJACIÓN DE PRECIOS**

Para la fijación de estos precios toman en cuenta varios aspectos como por ejemplo: calidad y tipo de materia prima, tiempo empleado en la elaboración, modelo y tamaño. Los precios a nivel de almacenes tienen un incremento entre un 5 y 10%.

- **ESTRATEGIAS DEL PRECIO DE ENTRADA**

La venta de estos productos se realizara al por mayor y menor siendo para cada caso precios distintos es decir el precio de venta al público

variarian de acuerdo al tipo de producto, tamaño y diseño para lo cual se presenta el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 32: PRECIOS DE ENTRADA**

PRODUCTOS	VENTA
ROMPECABEZAS	1.10
REGLAS DE CORTE Y COFECCIÓN	3.90
CARROS (JUGUETE)	1.00
REDES DE ECUAVOLEY	16.00
REDES DE FUTBOOL	27.00
BOTELLAS DECORADAS	14.00
PULCERAS	0.50
ESFEROS DECORADOS	2.15
LLAVEROS	0.70
CISNES DE PAPEL	8.25

Fuente: Observación

Elaborado por: La autora

Si la venta es al por mayor sus precios tendrán un descuento del 5% al valor total de la compra.

**CUADRO N° 33: PRECIOS DE ENTRADA**

PRODUCTOS	P.V.POR MAYOR
ROMPECABEZAS	1.06
REGLAS DE CORTE Y COFECCIÓN	3.99
CARROS (JUGUETE)	1.00
REDES DE ECUAVOLEY	15.96
REDES DE FUTBOOL	29.26
BOTELLAS DECORADAS	14.96
PULCERAS	0.51
ESFEROS DECORADOS	2.50
LLAVEROS	0.67
CISNES DE PAPEL	9.31

Fuente: Observación

Elaborado por: La autora

### **3.13. ESTRATEGIAS DEL MERCADO.**

#### **3.13.1. COMERCIALIZACIÓN**

- **CANALES UTILIZADOS**

La comercialización de las artesanías se realiza directamente ya que el productor es decir el centro de Rehabilitación social de Ibarra venderá sus artesanías a la microempresa antes mencionada.

#### **3.13.2. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

Se imprimirán afiches especificando las características y los precios de venta al público y las promociones respectivas.

#### **3.13.3. PRECIO.**

El precio del producto en el mercado será de acuerdo al tipo de artesanía, varía según el tamaño y la materia prima utilizada en cada producto.

#### **3.13.4. ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE**

La atención a cada cliente será personalizada y brindará el mejor trato a cada uno de ellos.

#### **3.13.5. POLÍTICAS DE VENTAS**

Las principales políticas que se adoptará al vender el producto serán: ofrecer al cliente un producto en buen estado respaldado por las normas de calidad y se venderá al por mayor y menor a quien lo requiera.

#### **3.13.6. SONDEO**

- **PRODUCTO OFRECIDO**

El producto a ofrecerse es de buena calidad, por lo que es un producto que se puede adquirir con facilidad dependiendo el tipo de artesanía con

el que se obtiene grandes beneficios para las personas privadas de su libertad.

## **CONCLUSIONES**

Una vez terminado el estudio de mercado, se llega a la conclusión de que este estudio de factibilidad sobre la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de los productos elaborados en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra se conseguirá.

- Generación de nuevas plazas de empleo para las personas privadas de la libertad.
- Generación de ingresos a las personas privadas de su libertad y a sus familiares para utilizar en gastos que ayuden a su sobrevivencia.
- Disminución del tiempo ocioso en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra, aumentando su productividad.
- Desarrollo social, económico y turístico de la ciudad de Ibarra.
- Ayuda a la rehabilitación de las personas privadas de su libertad

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1. MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

GRÁFICO No 29 MAPA IBARRA



Fuente: <http://mapasdeecuador.blogspot.com/2009/02/mapa-de-la-provincia-de-imbabura.html>

La Provincia de Imbabura se la conoce como la Provincia de los Lagos, ya que en sus cantones se encuentran los lagos más hermosos del país, Cuenta con 6 cantones los cuales internacionalmente son muy apreciados por los turistas.

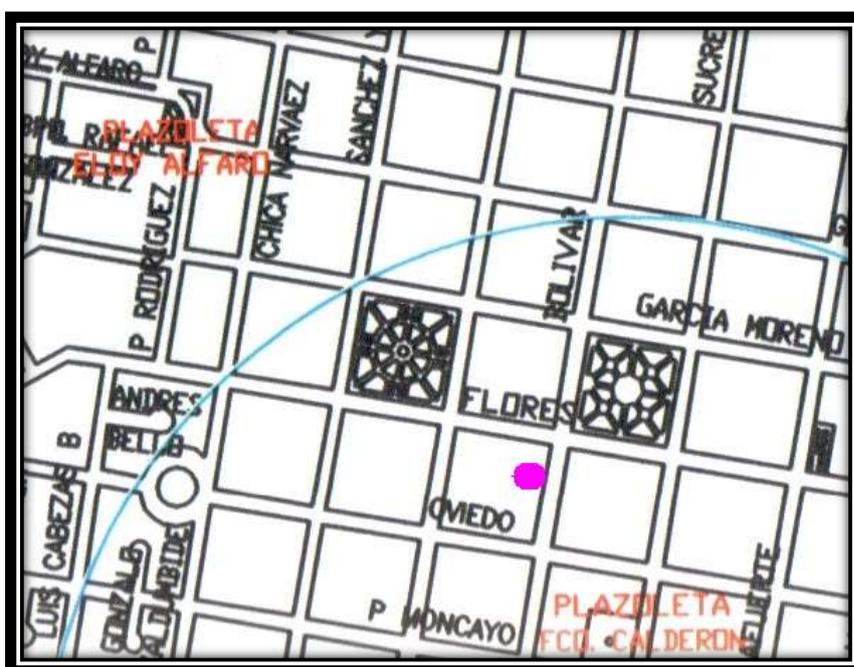
Su temperatura promedia los 18 °C y su clima es seco. Es ideal para el turismo de aventura, la pesca y para entrar en contacto con la naturaleza. Las personas de la provincia son muy amables y siempre cordiales con el visitante.

Las artesanías de Imbabura son conocidas a nivel nacional e internacional, y es una de las más importantes del Ecuador por su cultura, tradición e innovación.

## 4.2. MICRO LOCALIZACIÓN

La producción de las artesanías es realizada por las Personas Privadas de Libertad del Centro de Rehabilitación Social de Ibarra, y para su comercialización se creara un punto de venta que se ubicara en el centro de la ciudad de Ibarra, parroquia El Sagrario, en las calles Simón Bolívar y Miguel Oviedo donde hay mucha afluencia de personas, especialmente compradores y futuros clientes.

GRÁFICO No 30 MICRO LOCALIZACIÓN



Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra  
Elaborado por: La autora

## 4.3. INFRAESTRUCTURA.

### 4.3.1. INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y EQUIPAMIENTO.

- Sector 1.** Sector los Ceibos calle principal.
- Sector 2.** Ibarra: calle Pérez Guerreo entre Sánchez y Cifuentes y Cristóbal Colon.
- Sector3.** Ibarra: calle Bolívar y Oviedo

- **METODOLOGÍA PARA LA UBICACIÓN DE LA PLANTA**

**CUADRO N° 34 DISEÑO DE LA MATRIZ DE FACTORES**

FUERZAS LOCACIONALES	Porcentaje	Sector 1 LOS CEIBOS			Sector 2 CENTRO DE LA			Sector 3 SECTOR MERCADO		
		PUNTAJE	FACTOR PONDERADO	PUNTAJE FINAL	PUNTAJE	FACTOR PONDERADO	PUNTAJE FINAL	PUNTAJE	FACTOR PONDERADO	PUNTAJE FINAL
Costo del arriendo	50%	5	0.5	2.5	3	0.5	1.5	3	0.5	1.5
Afluencia de personas	30%	4	0.3	1.2	5	0.3	1.5	4	0.3	1.2
Distancia	20%	4	0.2	0.8	4	0.2	0.8	4	0.2	0.8
<b>TOTAL FINAL</b>	<b>100%</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>4.5</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>3.8</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>3.5</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

Aparentemente el lugar más idóneo o elegible es Sector 1 porque tiene mayor porcentaje asignado, sin embargo habrá que analizar otras situaciones coyunturales para la decisión definitiva.

- **REGLA DECISIÓN.**

El factor más significativo del proyecto es el comercial que se le asigna el 50% es el costo de arriendo, a la afluencia de persona se le asigna el 30% y la distancia se le asigna el 20%.

**a. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

**Superficie Total:** 42 m<sup>2</sup>

**CUADRO N° 35 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

SECCIÓN	Área en m2	%
Administración	4	9.52
Ventas	25	59.52
Información	4	9.52
Bodega	9	21.43
<b>TOTAL área en m2</b>	<b>42</b>	<b>100</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

#### 4.3.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

- **Inversión**

Para este proyecto se necesitara de una inversión fija y una inversión variable.

**CUADRO N° 36 INVERSIONES**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Inversión Variable	20,899.34
Inversión Fija	6,331.45
<b>TOTAL</b>	<b>27,230.79</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

- **Mercado**

El mercado al cual nos enfocamos para la comercialización de artesanías elaboradas en el CRS Ibarra son, jóvenes y adultos de 12 años en adelante; de la ciudad de Ibarra.

- **Tecnología**

La tecnología a usarse en la producción de artesanías por las Personas Privadas de Libertad es la Tradicional, ya que su elaboración es totalmente manual.

- **Legal**

1. Ordenanzas municipales.
2. Permiso de los bomberos.
3. Acuerdos comerciales.
4. Registro Único de Contribuyentes.
5. Patente.
6. Contratos de Arrendamiento.
7. Permiso de Funcionamiento

#### 4.4. PRESUPUESTO TÉCNICO

##### 4.4.1. INVERSIÓN FIJA

A continuación se detalla los activos requeridos para la puesta en marcha del proyecto.

**CUADRO N° 37 INVERSIÓN FIJA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PV.UNIT	VALOR TOTAL	TOTAL
<b>EQUIPO DE CÓMPUTO</b>				<b>3,830.00</b>
Computadoras	3	510.00	1,530.00	
Impresora Multifunción	2	500.00	1,000.00	
Software Contable SITAC	1	1,300.00	1,300.00	
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>				<b>726.45</b>
Sumadoras	2	28.00	56.00	
Calculadoras	1	12.00	12.00	
Ventilador	1	150.23	150.23	
Teléfono Fax	1	183.07	183.07	
Teléfonos	3	15.05	45.15	
Línea telefónica	1	80.00	80.00	
Extintor	1	80.00	80.00	
Alarma de seguridad	1	120.00	120.00	
<b>BIENES MUBLES Y ENCERES</b>				<b>1,775.00</b>
Sillas Ejecutivas	2	50.00	100.00	
Sillas de Visita	8	20.00	160.00	
Estaciones de Trabajo	3	185.00	555.00	
Vitrinas	3	180.00	540.00	
Archivadores	2	210.00	420.00	
<b>TOTAL</b>				<b>6,331.45</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 38 RESUMEN DE INVERSIONES**

ACTIVOS	VALOR
Bienes Muebles y Enseres	1,775.00
Equipos de Oficina	726.45
Equipos y Paquetes Informáticos	3,830.00
<b>Subtotal</b>	<b>6,331.45</b>
Capital de Trabajo	20,899.34
<b>TOTAL</b>	<b>27,230.79</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

#### 4.4.2. CAPITAL DE TRABAJO

**CUADRO N° 39 CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	2 MESES	SEMESTRAL	ANUAL
Proyección Gastos Administrativos	3,096.73	9,290.18	18580.364
Proyección Gastos Ventas	1,817.31	5,451.93	10903.868
Proyección Gastos Financieros	91.80	275.40	550.7946091
Costo de Ventas	15,893.50	47,680.50	95361.00
<b>TOTAL</b>	<b>20,899.34</b>	<b>62,698.01</b>	<b>125,396.03</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

#### 4.4.3. FINANCIAMIENTO

A continuación se presenta la estructura del financiamiento donde el 37,77% es aporte propio y el 62,23% es financiado con crédito.

**CUADRO N° 40 FINANCIAMIENTO**

DESCRIPCION	VALOR	%
Capital Propio	15,230.79	55.93
Prestamo	12,000.00	44.07
<b>TOTAL</b>	<b>27,230.79</b>	<b>100</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1. INTRODUCCIÓN**

El estudio financiero es la sistematización contable, financiera y económica de las investigaciones efectuadas en los estudios de mercado y propuesta, que facilitan la verificación de los resultados que genera el proyecto, al que la liquidez para cumplir con sus obligaciones operacionales, y finalmente, la organización financiera de la Implementación de un punto de venta dedicado a la comercialización de los productos elaborados en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra.

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas de productos, inversión, costos de venta y gastos que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, mayor publicidad, o reducir gastos.

#### **5.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS**

##### **5.2.1. Presupuesto de Ingresos por Ventas**

Para la determinación del ingreso por ventas, se estableció el volumen de ventas de productos artesanales y el precio de venta obtenido del estudio de mercado.

### CUADRO N° 41 PROYECCIÓN DE VENTAS

RUBROS	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>MATERIAL DIDÁCTICO</b>					
<b>ROMPECABEZAS</b>					
Cantidad	505	514	524	534	544
Precio	1.10	1.16	1.22	1.29	1.36
<b>Mensual</b>	<b>555.50</b>	<b>596.24</b>	<b>639.97</b>	<b>686.90</b>	<b>737.28</b>
<b>Anual</b>	<b>6666.00</b>	<b>7154.88</b>	<b>7679.62</b>	<b>8242.84</b>	<b>8847.36</b>
<b>REGLAS DE CORTE Y COFECCIÓN</b>					
Cantidad	41	42	43	43	44
Precio	3.90	4.11	4.33	4.56	4.81
<b>Mensual</b>	<b>159.90</b>	<b>171.63</b>	<b>184.21</b>	<b>197.72</b>	<b>212.23</b>
<b>Anual</b>	<b>1918.80</b>	<b>2059.52</b>	<b>2210.57</b>	<b>2372.69</b>	<b>2546.70</b>
<b>JUGUETERÍA</b>					
<b>CARROS (JUGUETE)</b>					
Cantidad	105	107	109	111	113
Precio	1.00	1.05	1.11	1.17	1.23
<b>Mensual</b>	<b>105.00</b>	<b>112.70</b>	<b>120.97</b>	<b>129.84</b>	<b>139.36</b>
<b>Anual</b>	<b>1260.00</b>	<b>1352.41</b>	<b>1451.59</b>	<b>1558.05</b>	<b>1672.32</b>
<b>REDES DE ECUAVOLEY</b>					
Cantidad	225	229	233	238	242
Precio	16.00	16.86	17.77	18.72	19.73
<b>Mensual</b>	<b>3600.00</b>	<b>3864.02</b>	<b>4147.41</b>	<b>4451.58</b>	<b>4778.05</b>
<b>Anual</b>	<b>43200.00</b>	<b>46368.27</b>	<b>49768.90</b>	<b>53418.93</b>	<b>57336.65</b>
<b>REDES DE FUTBOOL</b>					
Cantidad	82	84	85	87	88
Precio	27.00	28.45	29.98	31.59	33.29
<b>Mensual</b>	<b>2214.00</b>	<b>2376.37</b>	<b>2550.66</b>	<b>2737.72</b>	<b>2938.50</b>
<b>Anual</b>	<b>26568.00</b>	<b>28516.49</b>	<b>30607.87</b>	<b>32852.64</b>	<b>35262.04</b>
<b>BOTELLAS DECORADAS</b>					
Cantidad	82	84	85	87	88
Precio	14.00	14.75	15.55	16.38	17.26
<b>Mensual</b>	<b>1148.00</b>	<b>1232.19</b>	<b>1322.56</b>	<b>1419.56</b>	<b>1523.67</b>
<b>Anual</b>	<b>13776.00</b>	<b>14786.33</b>	<b>15870.75</b>	<b>17034.70</b>	<b>18284.02</b>
<b>PULCERAS</b>					
Cantidad	1050	1070	1089	1110	1130
Precio	0.50	0.53	0.56	0.59	0.62
<b>Mensual</b>	<b>525.00</b>	<b>563.50</b>	<b>604.83</b>	<b>649.19</b>	<b>696.80</b>
<b>Anual</b>	<b>6300.00</b>	<b>6762.04</b>	<b>7257.96</b>	<b>7790.26</b>	<b>8361.59</b>

<b>ESFEROS DECORADOS</b>					
Cantidad	600	611	623	634	646
<b>Precio</b>	2.15	2.27	2.39	2.52	2.65
<b>Mensual</b>	<b>1290.00</b>	<b>1384.61</b>	<b>1486.15</b>	<b>1595.15</b>	<b>1712.14</b>
<b>Anual</b>	<b>15480.00</b>	<b>16615.30</b>	<b>17833.86</b>	<b>19141.78</b>	<b>20545.63</b>
<b>LLAVEROS</b>					
Cantidad	1525	1553	1582	1612	1642
<b>Precio</b>	0.70	0.74	0.78	0.82	0.86
<b>Mensual</b>	<b>1067.50</b>	<b>1145.79</b>	<b>1229.82</b>	<b>1320.02</b>	<b>1416.83</b>
<b>Anual</b>	<b>12810.00</b>	<b>13749.48</b>	<b>14757.86</b>	<b>15840.20</b>	<b>17001.91</b>
<b>CISNES DE PAPEL</b>					
Cantidad	75	76	78	79	81
<b>Precio</b>	8.25	8.69	9.16	9.65	10.17
<b>Mensual</b>	<b>618.75</b>	<b>664.13</b>	<b>712.84</b>	<b>765.11</b>	<b>821.23</b>
<b>Anual</b>	<b>7425.00</b>	<b>7969.55</b>	<b>8554.03</b>	<b>9181.38</b>	<b>9854.74</b>
<b>TOTAL</b>	<b>135403.80</b>	<b>145334.26</b>	<b>155993.01</b>	<b>167433.47</b>	<b>179712.96</b>
<b>COSTO DE VENTAS MENSUAL</b>	<b>11,283.65</b>	<b>12,111.19</b>	<b>12,999.42</b>	<b>13,952.79</b>	<b>14,976.08</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Los ingresos se proyectan con el incremento del 1.86% anual de crecimiento, y el precio está en concordancia con la inflación del último año 2013, que es del 5,37%, planteado a cinco años.

### 5.3. PRESUPUESTO DE EGRESOS

Los costos de ventas son necesarios para establecer el valor de los productos artesanales que ofertará la microempresa utilizando vendedores, tecnología, equipo y otros.

Los costos de ventas utilizados son recuperables en el momento de la venta de los productos, siempre y cuando su venta sea mayor al punto de equilibrio, caso contrario no existe utilidad.

### 5.3.1. COSTOS DE VENTAS

**CUADRO N° 42 COSTO DE VENTAS**

RUBROS	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>MATERIAL DIDÁCTICO</b>					
<b>ROMPECABEZAS</b>					
Cantidad	505	514	524	534	544
Precio	0.80	0.84	0.89	0.94	0.99
<b>Mensual</b>	<b>404.00</b>	<b>433.63</b>	<b>465.43</b>	<b>499.57</b>	<b>536.20</b>
<b>Anual</b>	<b>4848.00</b>	<b>5203.55</b>	<b>5585.18</b>	<b>5994.79</b>	<b>6434.45</b>
<b>REGLAS DE CORTE Y COFECCIÓN</b>					
Cantidad	41	42	43	43	44
Precio	3.00	3.16	3.33	3.51	3.70
<b>Mensual</b>	<b>123.00</b>	<b>132.02</b>	<b>141.70</b>	<b>152.10</b>	<b>163.25</b>
<b>Anual</b>	<b>1476.00</b>	<b>1584.25</b>	<b>1700.44</b>	<b>1825.15</b>	<b>1959.00</b>
<b>JUGUETERÍA</b>					
<b>CARROS (JUGUETE)</b>					
Cantidad	105	107	109	111	113
Precio	0.75	0.79	0.83	0.88	0.92
<b>Mensual</b>	<b>78.75</b>	<b>84.53</b>	<b>90.72</b>	<b>97.38</b>	<b>104.52</b>
<b>Anual</b>	<b>945.00</b>	<b>1014.31</b>	<b>1088.69</b>	<b>1168.54</b>	<b>1254.24</b>
<b>REDES DE ECUAVOLEY</b>					
Cantidad	225	229	233	238	242
Precio	12.00	12.64	13.32	14.04	14.80
<b>Mensual</b>	<b>2700.00</b>	<b>2898.02</b>	<b>3110.56</b>	<b>3338.68</b>	<b>3583.54</b>
<b>Anual</b>	<b>32400.00</b>	<b>34776.20</b>	<b>37326.67</b>	<b>40064.20</b>	<b>43002.49</b>
<b>REDES DE FUTBOOL</b>					
Cantidad	82	84	85	87	88
Precio	22.00	23.18	24.43	25.74	27.12
<b>Mensual</b>	<b>1804.00</b>	<b>1936.30</b>	<b>2078.31</b>	<b>2230.73</b>	<b>2394.34</b>
<b>Anual</b>	<b>21648.00</b>	<b>23235.65</b>	<b>24939.75</b>	<b>26768.82</b>	<b>28732.03</b>
<b>BOTELLAS DECORADAS</b>					
Cantidad	82	84	85	87	88
Precio	11.25	11.85	12.49	13.16	13.87
<b>Mensual</b>	<b>922.50</b>	<b>990.16</b>	<b>1062.77</b>	<b>1140.72</b>	<b>1224.38</b>
<b>Anual</b>	<b>11070.00</b>	<b>11881.87</b>	<b>12753.28</b>	<b>13688.60</b>	<b>14692.52</b>
<b>PULCERAS</b>					
Cantidad	1050	1070	1089	1110	1130
Precio	0.38	0.40	0.42	0.44	0.47
<b>Mensual</b>	<b>399.00</b>	<b>428.26</b>	<b>459.67</b>	<b>493.38</b>	<b>529.57</b>
<b>Anual</b>	<b>4788.00</b>	<b>5139.15</b>	<b>5516.05</b>	<b>5920.60</b>	<b>6354.81</b>

<b>ESFEROS DECORADOS</b>					
Cantidad	600	611	623	634	646
Precio	0.38	0.40	0.42	0.44	0.47
Mensual	<b>228.00</b>	<b>244.72</b>	<b>262.67</b>	<b>281.93</b>	<b>302.61</b>
Anual	<b>2736.00</b>	<b>2936.66</b>	<b>3152.03</b>	<b>3383.20</b>	<b>3631.32</b>
<b>LLAVEROS</b>					
Cantidad	1525	1553	1582	1612	1642
Precio	0.50	0.53	0.56	0.59	0.62
Mensual	<b>762.50</b>	<b>818.42</b>	<b>878.44</b>	<b>942.87</b>	<b>1012.02</b>
Anual	<b>9150.00</b>	<b>9821.06</b>	<b>10541.33</b>	<b>11314.43</b>	<b>12144.22</b>
<b>CISNES DE PAPEL</b>					
Cantidad	75	76	78	79	81
Precio	7.00	7.38	7.77	8.19	8.63
Mensual	<b>525.00</b>	<b>563.50</b>	<b>604.83</b>	<b>649.19</b>	<b>696.80</b>
Anual	<b>6300.00</b>	<b>6762.04</b>	<b>7257.96</b>	<b>7790.26</b>	<b>8361.59</b>
<b>TOTAL</b>	<b>95361.00</b>	<b>102354.73</b>	<b>109861.39</b>	<b>117918.57</b>	<b>126566.67</b>
<b>COSTO DE VENTAS MENSUAL</b>	<b>7,946.75</b>	<b>8,529.56</b>	<b>9,155.12</b>	<b>9,826.55</b>	<b>10,547.22</b>
<b>COSTO DE VENTAS 2 MESES</b>	<b>15,893.50</b>	<b>17,059.12</b>	<b>18,310.23</b>	<b>19,653.10</b>	<b>21,094.44</b>

### 5.3.2. Costos de Distribución

- Administrativos**

Se encuentra el personal que está relacionado directamente con la comercialización de artesanías, los sueldos crecen en relación al crecimiento promedio de los últimos 5 años, 9,9%, de acuerdo al

<b>AÑO</b>	<b>SUEDO BÁSICO</b>	
2009	218	
2010	240	0.101
2011	264	0.100
2012	292	0.106
2013	318	0.089
<b>TOTAL</b>		<b>∑ i = 0,396</b>

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,396}{4}$$

siguiente calculo.  $i = 9,9$

### CUADRO N° 43 GASTO MENSUAL PERSONAL ADMINISTRATIVO

SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
GERENTE	500.00	549.50	603.90	663.69	729.39
CONTADOR (A)	318.00	349.48	384.08	422.10	463.89
MENSUAL	818.00	898.98	987.98	1085.79	1193.28
<b>ANUAL</b>	<b>9816.00</b>	<b>10787.78</b>	<b>11855.77</b>	<b>13029.50</b>	<b>14319.42</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

### CUADRO N° 44 GASTO ANUAL PERSONAL ADMINISTRATIVO

SUELDO ANUAL					
DESCRIPCION	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Salario Básico Unificado	9,816.00	10,787.78	11,855.77	13,029.50	14,319.42
Vacaciones	409.00	449.49	493.99	542.90	596.64
Aporte Patronal	1,192.64	1,310.72	1,440.48	1,583.08	1,739.81
Fondos de Reserva	-	898.62	988.48	1,087.33	1,196.07
Decimo Tercero	818.00	899.80	989.78	1,088.76	1,197.63
Decimo Cuarto	584.00	642.40	706.64	777.30	855.03
<b>TOTAL</b>	<b>12,819.64</b>	<b>14,988.81</b>	<b>16,475.15</b>	<b>18,108.87</b>	<b>19,904.60</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

### CUADRO N° 45: SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCION	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
1 Energía Eléctrica					
Meses	12	12	12	12	12
Valor mensual	20.00	21.08	22.22	23.42	24.69
<b>Valor anual</b>	<b>240.00</b>	<b>252.98</b>	<b>266.67</b>	<b>281.10</b>	<b>296.30</b>
2 Agua Potable					
Meses	12	12	12	12	12
Valor mensual	15.00	15.81	16.67	17.57	18.52
<b>Valor anual</b>	<b>180.00</b>	<b>189.74</b>	<b>200.00</b>	<b>210.82</b>	<b>222.23</b>
3 Teléfono					
Meses	12	12	12	12	12
Valor mensual	25.00	26.35	27.78	29.28	30.87
<b>Valor anual</b>	<b>300.00</b>	<b>316.23</b>	<b>333.34</b>	<b>351.37</b>	<b>370.38</b>
4 Internet					
Meses	12	12	12	12	12
Valor mensual	18.00	18.97	20.00	21.08	22.22
<b>Valor anual</b>	<b>216.00</b>	<b>227.69</b>	<b>240.00</b>	<b>252.99</b>	<b>266.67</b>
<b>TOTAL</b>	<b>936.00</b>	<b>986.64</b>	<b>1040.01</b>	<b>1096.28</b>	<b>1155.59</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 46: GASTOS ADMINISTRATIVOS ARRIENDO**

DESCRIPCION		AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
1	Arriendo					
	Meses	12	12	12	12	12
	Valor mensual	350.00	368.94	388.89	409.93	432.11
<b>Valor anual</b>		<b>4200.00</b>	<b>4427.22</b>	<b>4666.73</b>	<b>4919.20</b>	<b>5185.33</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 47: GASTOS ADMINISTRATIVOS MATERIALES DE ASEO**

DESCRIPCION		AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
1	Escobas					
	Cantidad	6	6	6	6	6
	Valor Unitario	3.00	3.16	3.33	3.51	3.70
	<b>Valor anual</b>	<b>18.00</b>	<b>18.97</b>	<b>20.00</b>	<b>21.08</b>	<b>22.22</b>
2	Trapeador					
	Cantidad	6	6	6	6	6
	Valor Unitario	4.00	4.22	4.44	4.68	4.94
	<b>Valor anual</b>	<b>24.00</b>	<b>25.30</b>	<b>26.67</b>	<b>28.11</b>	<b>29.63</b>
3	Desinfectante					
	Cantidad	1	1	1	1	1
	Valor Unitario	4.00	4.22	4.44	4.68	4.94
	<b>Valor anual</b>	<b>4.00</b>	<b>4.22</b>	<b>4.44</b>	<b>4.68</b>	<b>4.94</b>
4	Recogedor					
	Cantidad	1	1	1	1	1
	Valor Unitario	5.00	5.27	5.56	5.86	6.17
	<b>Valor anual</b>	<b>5.00</b>	<b>5.27</b>	<b>5.56</b>	<b>5.86</b>	<b>6.17</b>
5	Vileda					
	Cantidad	6	6	6	6	6
	Valor Unitario	1.20	1.26	1.33	1.41	1.48
	<b>Valor anual</b>	<b>7.20</b>	<b>7.59</b>	<b>8.00</b>	<b>8.43</b>	<b>8.89</b>
<b>TOTAL</b>		<b>58.20</b>	<b>61.35</b>	<b>64.67</b>	<b>68.17</b>	<b>71.85</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 48: GASTOS ADMINISTRATIVOS ACTUALIZACIÓN SISTEMA**

DESCRIPCION		AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
1	SITAC					
	Actualizaciones	1	1	1	1	1
	Valor mensual	100.00	105.41	111.11	117.12	123.46
<b>Valor anual</b>		<b>100.00</b>	<b>105.41</b>	<b>111.11</b>	<b>117.12</b>	<b>123.46</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 49: GASTOS ADMINISTRATIVOS MATERIALES DE  
OFICINA**

DESCRIPCION		AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
1	Carpetas archivadoras					
	Cantidad	15	15	15	15	15
	Valor Unitario	2.90	3.06	3.22	3.40	3.58
	<b>Valor anual</b>	<b>43.50</b>	<b>45.85</b>	<b>48.33</b>	<b>50.95</b>	<b>53.71</b>
2	Carpetas Cartón					
	Cantidad	50	50	50	50	50
	Valor Unitario	0.22	0.23	0.24	0.26	0.27
	<b>Valor anual</b>	<b>11.00</b>	<b>11.60</b>	<b>12.22</b>	<b>12.88</b>	<b>13.58</b>
3	Dispensador cinta					
	Cantidad	3	3	3	3	3
	Valor Unitario	1.79	1.89	1.99	2.10	2.21
	<b>Valor anual</b>	<b>5.37</b>	<b>5.66</b>	<b>5.97</b>	<b>6.29</b>	<b>6.63</b>
4	Borradores caja					
	Cantidad	1	1	1	1	1
	Valor Unitario	6.43	6.78	7.14	7.53	7.94
	<b>Valor anual</b>	<b>6.43</b>	<b>6.78</b>	<b>7.14</b>	<b>7.53</b>	<b>7.94</b>
5	Clips mariposa					
	Cantidad	1	1	1	1	1
	Valor Unitario	0.89	0.94	0.99	1.04	1.10
	<b>Valor anual</b>	<b>0.89</b>	<b>0.94</b>	<b>0.99</b>	<b>1.04</b>	<b>1.10</b>
6	Saca grapas					
	Cantidad	3	3	3	3	3
	Valor Unitario	0.53	0.56	0.59	0.62	0.65
	<b>Valor anual</b>	<b>1.59</b>	<b>1.68</b>	<b>1.77</b>	<b>1.86</b>	<b>1.96</b>
7	Grapas caja					
	Cantidad	3	3	3	3	3
	Valor Unitario	0.85	0.90	0.94	1.00	1.05
	<b>Valor anual</b>	<b>2.55</b>	<b>2.69</b>	<b>2.83</b>	<b>2.99</b>	<b>3.15</b>
8	Tijeras					
	Cantidad	3	3	3	3	3
	Valor Unitario	1.79	1.89	1.99	2.10	2.21
	<b>Valor anual</b>	<b>5.37</b>	<b>5.66</b>	<b>5.97</b>	<b>6.29</b>	<b>6.63</b>
9	Lápices caja					
	Cantidad	1	1	1	1	1
	Valor Unitario	5.27	5.56	5.86	6.17	6.51
	<b>Valor anual</b>	<b>5.27</b>	<b>5.56</b>	<b>5.86</b>	<b>6.17</b>	<b>6.51</b>
10	Regla Metálica					
	Cantidad	3	3	3	3	3
	Valor Unitario	0.89	0.94	0.99	1.04	1.10
	<b>Valor anual</b>	<b>2.67</b>	<b>2.81</b>	<b>2.97</b>	<b>3.13</b>	<b>3.30</b>
11	Cinta adhesiva					
	Cantidad	5	5	5	5	5
	Valor Unitario	0.40	0.42	0.44	0.47	0.49
	<b>Valor anual</b>	<b>2.00</b>	<b>2.11</b>	<b>2.22</b>	<b>2.34</b>	<b>2.47</b>

12	Clips Caja					
	Cantidad	6	6	6	6	6
	Valor Unitario	0.22	0.23	0.24	0.26	0.27
	<b>Valor anual</b>	<b>1.32</b>	<b>1.39</b>	<b>1.47</b>	<b>1.55</b>	<b>1.63</b>
13	Corrector					
	Cantidad	3	3	3	3	3
	Valor Unitario	1.34	1.41	1.49	1.57	1.65
	<b>Valor anual</b>	<b>4.02</b>	<b>4.24</b>	<b>4.47</b>	<b>4.71</b>	<b>4.96</b>
14	Carpetas colganmtes					
	Cantidad	50	50	50	50	50
	Valor Unitario	0.43	0.45	0.48	0.50	0.53
	<b>Valor anual</b>	<b>21.50</b>	<b>22.66</b>	<b>23.89</b>	<b>25.18</b>	<b>26.54</b>
15	Grapadora					
	Cantidad	3	3	3	3	3
	Valor Unitario	8.26	8.71	9.18	9.67	10.20
	<b>Valor anual</b>	<b>24.78</b>	<b>26.12</b>	<b>27.53</b>	<b>29.02</b>	<b>30.59</b>
16	Perforadora					
	Cantidad	3	3	3	3	3
	Valor Unitario	42.86	45.18	47.62	50.20	52.92
	<b>Valor anual</b>	<b>128.58</b>	<b>135.54</b>	<b>142.87</b>	<b>150.60</b>	<b>158.75</b>
17	Esferos (caja)					
	Cantidad	1	1	1	1	1
	Valor Unitario	5.13	5.41	5.70	6.01	6.33
	<b>Valor anual</b>	<b>5.13</b>	<b>5.41</b>	<b>5.70</b>	<b>6.01</b>	<b>6.33</b>
18	Papel Bond					
	Cantidad (resma)	3	3	3	3	3
	Valor Unitario	4.25	4.48	4.72	4.98	5.25
	<b>Valor anual</b>	<b>12.75</b>	<b>13.44</b>	<b>14.17</b>	<b>14.93</b>	<b>15.74</b>
19	Facturero					
	Cantidad	10	10	10	10	10
	Valor Unitario	10.18	10.73	11.31	11.92	12.57
	<b>Valor anual</b>	<b>101.80</b>	<b>107.31</b>	<b>113.11</b>	<b>119.23</b>	<b>125.68</b>
<b>TOTAL</b>		<b>386.52</b>	<b>407.43</b>	<b>429.47</b>	<b>452.71</b>	<b>477.20</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

Los gastos por Constitución e Instalación, de acuerdo a las NICs , se cargan a los gastos y no son amortizables.

#### CUADRO N° 50 GASTOS DE INSTALACIÓN Y CONSTITUCIÓN

DESCRIPCION		AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
1	Patente Municipal	20.00	-	-	-	-
2	Instalaciones	60.00	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>80.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

### CUADRO N° 51 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
ARRIENDO	4,200.00	4,427.22	4,666.73	4,919.20	5,185.33
Materiales de Aseo	58.20	61.35	64.67	68.17	71.85
Materiales de Oficina	386.52	407.43	429.47	452.71	477.20
SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRATIVOS	936.00	986.64	1,040.01	1,096.28	1,155.59
Actualizaciones	100.00	105.41	111.11	117.12	123.46
Gastos de Instalación y Constitución	80.00	-	-	-	-
Sueldos Administrativos	12,819.64	14,988.81	16,475.15	18,108.87	19,904.60
<b>TOTAL</b>	<b>18,580.36</b>	<b>20,976.86</b>	<b>22,787.15</b>	<b>24,762.35</b>	<b>26,918.04</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

- **Gastos de Ventas**

Se prevé realizar un plan estratégico para la venta de productos artesanales, para este objetivo se necesita de propaganda y demás se contratará dos vendedores.

### CUADRO N° 52 GASTOS VENTAS PUBLICIDAD Y PROPAGADA

DESCRIPCION	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
1 Radio América					
Cantidad (cuñas)	30	30	30	30	30
Valor Unitario	10.00	10.54	11.11	11.71	12.35
<b>Valor anual</b>	<b>300.00</b>	<b>316.23</b>	<b>333.34</b>	<b>351.37</b>	<b>370.38</b>
2 Trípticos					
Cantidad	1000	1000	1000	1000	1000
Valor Unitario	0.07	0.07	0.08	0.08	0.09
<b>Valor anual</b>	<b>70.00</b>	<b>73.79</b>	<b>77.78</b>	<b>81.99</b>	<b>86.42</b>
3 Tarjetas Presentación					
Cantidad	500	500	500	500	500
Valor Unitario	0.03	0.03	0.03	0.04	0.04
<b>Valor anual</b>	<b>15.00</b>	<b>15.81</b>	<b>16.67</b>	<b>17.57</b>	<b>18.52</b>
4 Roll Up					
Cantidad	1	1	1	1	1
Valor Unitario	50.00	52.71	55.56	58.56	61.73
<b>Valor anual</b>	<b>50.00</b>	<b>52.71</b>	<b>55.56</b>	<b>58.56</b>	<b>61.73</b>
<b>TOTAL</b>	<b>365.00</b>	<b>384.75</b>	<b>405.56</b>	<b>427.50</b>	<b>450.63</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

### CUADRO N° 53 GASTOS PERSONAL DE VENTAS

PERSONAL	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
VENDEDOR 1	318.00	349.48	384.08	422.10	463.89
VENDEDOR 2	328.00	360.47	396.16	435.38	478.48
MENSUAL	646.00	709.95	780.24	857.48	942.37
<b>ANUAL</b>	<b>7752.00</b>	<b>8519.45</b>	<b>9362.87</b>	<b>10289.80</b>	<b>11308.49</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

### CUADRO N° 54 GASTO ANUAL PERSONAL VENTAS

DESCRIPCION	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Salario Básico Unificado	7,752.00	8,519.45	9,362.87	10,289.80	11,308.49
Vacaciones	323.00	354.98	390.12	428.74	471.19
Aporte Patronal	941.87	1,035.11	1,137.59	1,250.21	1,373.98
Fondos de Reserva	-	709.67	780.64	858.70	944.57
Decimo Tercero	646.00	710.60	781.66	859.83	945.81
Decimo Cuarto	876.00	963.60	1,059.96	1,165.96	1,282.55
<b>TOTAL</b>	<b>10,538.87</b>	<b>12,293.41</b>	<b>13,512.84</b>	<b>14,853.23</b>	<b>16,326.59</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

### CUADRO N° 55 RESUMEN DE GASTO DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	365.00	384.75	405.56	427.50	450.63
Sueldos Ventas	10,538.87	12,293.41	13,512.84	14,853.23	16,326.59
<b>TOTAL</b>	<b>10,903.87</b>	<b>12,678.15</b>	<b>13,918.40</b>	<b>15,280.73</b>	<b>16,777.22</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

## 5.4. TABLA DE AMORTIZACIÓN

### 5.4.1. Crédito

Monto: USD. 12.000,00

Interés: 5 %

Plazo: 5 años

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

$$VP = \frac{12000 \times 0,0041666666 \times (1+0,041666666)^5}{[(1+0,0041666666)^5 - 1]} = 226.45$$

**CUADRO N° 56: TABLA DE AMORTIZACIÓN**

<b>Nro.</b>	<b>VALOR PRESENTE</b>	<b>INTERES</b>	<b>SALDO SOLUTO</b>	<b>SALDO INSOLOUTO</b>
1	226.45	50.00	176.45	11,823.55
2	226.45	49.26	177.19	11,646.36
3	226.45	48.53	177.93	11,468.43
4	226.45	47.79	178.67	11,289.76
5	226.45	47.04	179.41	11,110.34
6	226.45	46.29	180.16	10,930.18
7	226.45	45.54	180.91	10,749.27
8	226.45	44.79	181.67	10,567.60
9	226.45	44.03	182.42	10,385.18
10	226.45	43.27	183.18	10,202.00
11	226.45	42.51	183.95	10,018.05
12	226.45	41.74	184.71	9,833.34
13	226.45	40.97	185.48	9,647.85
14	226.45	40.20	186.26	9,461.60
15	226.45	39.42	187.03	9,274.57
16	226.45	38.64	187.81	9,086.76
17	226.45	37.86	188.59	8,898.16
18	226.45	37.08	189.38	8,708.78
19	226.45	36.29	190.17	8,518.62
20	226.45	35.49	190.96	8,327.66
21	226.45	34.70	191.76	8,135.90
22	226.45	33.90	192.56	7,943.34
23	226.45	33.10	193.36	7,749.99
24	226.45	32.29	194.16	7,555.82
25	226.45	31.48	194.97	7,360.85
26	226.45	30.67	195.78	7,165.07
27	226.45	29.85	196.60	6,968.47
28	226.45	29.04	197.42	6,771.05
29	226.45	28.21	198.24	6,572.80
30	226.45	27.39	199.07	6,373.74
31	226.45	26.56	199.90	6,173.84
32	226.45	25.72	200.73	5,973.11
33	226.45	24.89	201.57	5,771.54
34	226.45	24.05	202.41	5,569.13

35	226.45	23.20	203.25	5,365.88
36	226.45	22.36	204.10	5,161.79
37	226.45	21.51	204.95	4,956.84
38	226.45	20.65	205.80	4,751.04
39	226.45	19.80	206.66	4,544.38
40	226.45	18.93	207.52	4,336.86
41	226.45	18.07	208.38	4,128.48
42	226.45	17.20	209.25	3,919.22
43	226.45	16.33	210.12	3,709.10
44	226.45	15.45	211.00	3,498.10
45	226.45	14.58	211.88	3,286.22
46	226.45	13.69	212.76	3,073.46
47	226.45	12.81	213.65	2,859.81
48	226.45	11.92	214.54	2,645.27
49	226.45	11.02	215.43	2,429.84
50	226.45	10.12	216.33	2,213.51
51	226.45	9.22	217.23	1,996.27
52	226.45	8.32	218.14	1,778.14
53	226.45	7.41	219.05	1,559.09
54	226.45	6.50	219.96	1,339.13
55	226.45	5.58	220.88	1,118.26
56	226.45	4.66	221.80	896.46
57	226.45	3.74	222.72	673.74
58	226.45	2.81	223.65	450.09
59	226.45	1.88	224.58	225.52
60	226.45	0.94	225.52	0.00
<b>TOTALES</b>	<b>13,587.29</b>	<b>1,587.29</b>	<b>12,000.00</b>	

Fuente: Banco Nacional de Fomento  
Elaborado por: La Autora

#### CUADRO N° 57 TABLA DE INTERÉS ANUAL AL CRÉDITO FINANCIERO

CONCEPTO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	TOTAL
INTERES	550.79	439.94	323.42	200.94	72.19	1,587.29
CAPITAL	2,166.66	2,277.51	2,394.04	2,516.52	2,645.27	12,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>2,717.46</b>	<b>2,717.46</b>	<b>2,717.46</b>	<b>2,717.46</b>	<b>2,717.46</b>	<b>13,587.29</b>

Fuente: Banco Nacional de Fomento  
Elaborado por: La autora

#### 5.4.2. Tipos de Crédito

Para la implementación de la oficina se escogió el crédito de \$ 12.000,00, que corresponde a un préstamo quirografario personal del Banco Nacional de Fomento.

### CUADRO N° 58 TIPOS DE CRÉDITO.

Tipo de Crédito por Sector Económico	Montos	Plazos	Tasas de Interés	Garantías
Crédito Pecuario	Hasta 50.000 dólares	Hasta 10 años dependiendo del destino del crédito	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria
Crédito de Transporte	Hasta 50.000 dólares	Hasta 5 años	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria
Crédito Pesquero	Hasta 50.000 dólares	Hasta 7 años dependiendo del destino de crédito	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria
<b>MICROCRÉDITO</b>				
<b>Crédito de Desarrollo Humano</b>	Hasta 840 dólares	2 años	5% Anual	Sin garantía
<b>Microcrédito</b>	Hasta 7.000 dólares	Hasta 5 años	11% Anual Sector Producción	Quirografía (Personal)
<b>Crédito 555</b>	Desde 100 hasta 5.000 dólares	Hasta 5 años	5% Anual	Quirografía (Personal)
Crédito Agrícola	Hasta 50.000 dólares	Hasta 10 años dependiendo del destino del crédito	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria
Crédito para la compra de Tierras	Hasta 50.000 dólares	Hasta 10 años dependiendo del destino del crédito	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria
Crédito Pequeña Industria	Hasta 50.000 dólares	Hasta 10 años dependiendo del destino del crédito	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria

Crédito Pequeña Industria	Hasta 50.000 dólares	Hasta 10 años dependiendo del destino del crédito	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria
Crédito Compra de Maquinaria	Hasta 50.000 dólares	Hasta 7 años	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria
Crédito Forestal	Hasta 50.000 dólares	Hasta 20 años	Tasa del crédito de desarrollo	Prendaria y/o hipotecaria

**Fuente:** Banco Nacional de Fomento

**Elaborado por:** La autora

### 5.4.3. Condiciones y Requisitos del Crédito

- Personas Natural o Jurídica con calificación A, B o C en el BNF si el monto del préstamo es hasta \$50.000,00; a partir \$50.001,00 con calificación A o B en el BNF.
- Solicitud de crédito.
- Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación del deudor, cónyuge y garante según el caso.
- Copia del RUC o RISE.
- Declaración al SRI.
- Estado de situación Financiera personal o copia de balance presentando a la Superintendencia de Compañías del último año.
- Proformas casas comerciales y/o proveedores de los bienes a invertirse en el crédito.
- Cuenta corriente o de ahorros activa en el BNF.
- Garantía prendaria y/o hipotecaria no inferior al 12% del valor préstamo.
- Préstamo sobre los \$100.000,00, Estudio de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar con el préstamo.
- Para préstamo con garantía hipotecaria, Certificado del Registro de la Propiedad, Copia de Escritura de Propiedad del bien, copia del pago del impuesto predial del año en curso.
- Referencias Bancarias.
- Copia de planilla de servicios básicos, luz, agua, o teléfono tanto para el cliente como garante.

### 5.4.4. DETALLE DEL FINANCIAMIENTO

**CUADRO N° 59 DETALLE DE CAPITAL**

DESCRIPCION	VALOR	%
Capital Propio	15,230.79	55.93
Prestamo	12,000.00	44.07
<b>TOTAL</b>	<b>27,230.79</b>	<b>100</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La autora

Para que la oficina funcione se requiere de un capital de \$ 27.230,79, de los cuales el 55,93% se financia con recurso propios esto es \$ 12.000,00 y el 44.07 % se financiará con recursos externos mediante un crédito

bancario de \$ 12.000, a un plazo de cinco años con una tasa de interés del 5% anual, los pagos se los hará en forma mensual.

Montos Préstamos.	Personal Jurídica	Personal Natural	En el BNF		Estudio de Factibilidad
			Calificación A, B o C	Calificación A, B	
Hasta 50.000,00	X	X	X		
A partir de 50.001,00	X	X		X	
Sobre los 100.000,00	X	X		X	X

Fuente: Banco nacional de Fomento

Elaborado por: La autora

## 5.5. TABLA DE DEPRECIACIÓN

Las depreciaciones están calculadas en concordancia a la último Código de Régimen Tributario Interno:

### CUADRO N° 60 RESUMEN GASTOS DE DEPRECIACIÓN

Nº	DESCRIPCION	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	DEPR. ACUMU.	SALDO LIBROS
	<b>ADMINISTRATIVOS</b>							
1	Bienes Muebles y Enseres	177.50	177.50	177.50	177.50	177.50	887.50	887.50
2	Equipos de Oficina	72.65	72.65	72.65	72.65	72.65	363.23	363.23
4	Equipos y Paquetes Informáticos	1,276.67	1,276.67	1,276.67	-	-	3,830.00	-
5	Computación (Reinversión)	-	-	-	1,276.67	1,276.67	2,553.33	1,276.67
	<b>TOTAL</b>	<b>1,276.67</b>	<b>1,276.67</b>	<b>1,276.67</b>	<b>1,276.67</b>	<b>1,276.67</b>	<b>6,383.33</b>	<b>2,527.39</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

## 5.6. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.

### 5.6.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Para el Balance General se consideró las cuentas de Activos así como las de Pasivos y Patrimonio que posee la oficina en un inicio:

## CUADRO N° 61 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL AL 01 DE ENERO 2014 EXPRESADO EN USD DOLARES			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE OPERACIONAL</b>	<b>20,899.34</b>		
<b>Activos disponibles</b>	<b>20,899.34</b>	Pasivo a Largo Plazo	<u>12,000.00</u>
Capital de Trabajo	<u>20,899.34</u>		
 		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>12,000.00</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>6,331.45</b>		
<b>Administrativos</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Bienes Muebles y Enseres	1,775.00	Capital Propio	<u>15,230.79</u>
Equipos de Oficina	726.45	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>15,230.79</b>
Equipos y Paquetes Informáticos	<u>3,830.00</u>		
 		<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<u><b>27,230.79</b></u>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<u><b>27,230.79</b></u>		

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

### 5.6.2. 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 microempresa generará en cada año de la vida útil del proyecto.

## CUADRO N° 62 ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS AL 01 DE ENERO 2014					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>VENTAS PROYECTADAS</b>	<b>135,403.80</b>	<b>145,334.26</b>	<b>155,993.01</b>	<b>167,433.47</b>	<b>179,712.96</b>
<b>(-) Costos de Ventas</b>	<b>95,361.00</b>	<b>102,354.73</b>	<b>109,861.39</b>	<b>117,918.57</b>	<b>126,566.67</b>
<b>UTILIDAD (PERDIDA) VENTAS</b>	<b>40,042.80</b>	<b>42,979.52</b>	<b>46,131.62</b>	<b>49,514.89</b>	<b>53,146.29</b>
<b>GASTOS ADMINISTRACION</b>	<b>19,757.03</b>	<b>22,148.12</b>	<b>23,952.70</b>	<b>25,921.89</b>	<b>28,071.24</b>
ARRIENDO	4,200.00	4,427.22	4,666.73	4,919.20	5,185.33
Materiales de Aseo	58.20	61.35	64.67	68.17	71.85
Materiales de Oficina	386.52	407.43	429.47	452.71	477.20
SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRATIVOS	936.00	986.64	1,040.01	1,096.28	1,155.59
Gastos de Instalación y Constitución	80.00	-	-	-	-
Sueldos Administrativos	12,819.64	14,988.81	16,475.15	18,108.87	19,904.60
Gastos depreciación	1,276.67	1,276.67	1,276.67	1,276.67	1,276.67
Amortización	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>GASTOS VENTAS</b>	<b>10,903.87</b>	<b>12,678.15</b>	<b>13,918.40</b>	<b>15,280.73</b>	<b>16,777.22</b>
Gastos Personal	10,538.87	12,293.41	13,512.84	14,853.23	16,326.59
Gastos Publicidad	365.00	384.75	405.56	427.50	450.63
<b>UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL</b>	<b>9,381.90</b>	<b>8,153.25</b>	<b>8,260.52</b>	<b>8,312.27</b>	<b>8,297.84</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>550.79</b>	<b>439.94</b>	<b>323.42</b>	<b>200.94</b>	<b>72.19</b>
Intereses Pagados	550.79	439.94	323.42	200.94	72.19
<b>UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO</b>	<b>8,831.11</b>	<b>7,713.31</b>	<b>7,937.10</b>	<b>8,111.33</b>	<b>8,225.65</b>
Participación trabajadores 15 %	1,324.67	1,157.00	1,190.56	1,216.70	1,233.85
<b>UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>7,506.44</b>	<b>6,556.31</b>	<b>6,746.53</b>	<b>6,894.63</b>	<b>6,991.80</b>
Impuesto a la renta	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>UTILIDAD O PERDIDA NETA</b>	<b>7,506.44</b>	<b>6,556.31</b>	<b>6,746.53</b>	<b>6,894.63</b>	<b>6,991.80</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Para el año 2014 la base imponible para una persona natural es de \$10.410,00, es decir el Impuesto a la Renta es valor 0,00 por que su base imponible es menor a \$ 10.410,00.

## 5.7. ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO

**CUADRO N° 63 FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>INVERSION</b>	<b>-27,230.79</b>					
Utilidad del Ejercicio		7,506.44	6,556.31	6,746.53	6,894.63	6,991.80
(+) Depreciaciones		1,276.67	1,276.67	1,276.67	1,276.67	1,276.67
Amortizaciones		-	-	-	-	-
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>8,783.11</b>	<b>7,832.98</b>	<b>8,023.20</b>	<b>8,171.29</b>	<b>8,268.47</b>
<b>Egresos</b>						
Pago de deuda		2,166.66	2,277.51	2,394.04	2,516.52	2,645.27
Otros		-	-	-	-	-
<b>(-) Total de egresos</b>		<b>2,166.66</b>	<b>2,277.51</b>	<b>2,394.04</b>	<b>2,516.52</b>	<b>2,645.27</b>
<b>(+) Recuperación efectivo</b>						<b>20,899.34</b>
<b>(+) Recuperación Activos Fijos (saldo en libros)</b>						<b>2,527.39</b>
Reinversión		-	-	-	-	-
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-27,230.79</b>	<b>6,616.44</b>	<b>5,555.46</b>	<b>5,629.16</b>	<b>5,654.78</b>	<b>29,049.93</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

El Estado de Flujo de Caja, permite medir los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la oficina en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene, el mismo que se establece su desglose en lo siguiente:

El flujo de Caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto; debido a que, con los resultados se procederá a efectuar la evaluación financiera del proyecto y poder establecer la factibilidad del mismo.

## 5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera tiene como objetivos calcular y estimar los beneficios netos que esperan de la inversión que se realizará en la implementación de la oficina de asesoría, 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, Período de Recuperación y Punto de Equilibrio.

### 5.8.1. DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL

Para realizar el cálculo del Costo del capital debemos primero establecer la 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° 64 COSTO DE OPORTUNIDAD**

CALCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO						
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO	%	Decimal
INV. PROPIA	15,230.79	55.93	5.00	279.66		
INV. FINANCIERA	12,000.00	44.07	5.00	220.34		
<b>TOTAL</b>	<b>27,230.79</b>	<b>100.00%</b>		<b>500.00</b>	<b>5.00</b>	<b>0.050</b>
TRM =	$(1+IF)(1+CK)-1$					
TRM=	$(1+0,0541)(1+0.050)-1$		<b>0.1064</b>	<b>10.64</b>	<b>BASE INFLACION</b>	
CK = COSTO DE OPORTUNIDAD IF = TASA DE INFLACION						

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La autora

Para determinar el costo de capital, se estableció la aplicación del financiamiento propio y financiado, estableciéndose una tasa del 5 % sobre el capital propio y el 5% sobre lo financiado; luego se realiza un ajuste al costo de capital por efectos de inflación, en base a la tasa promedio de inflación del 5,37%,

## 5.8.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN de un proyecto de inversión se detalla 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.

## 5.8.3. Flujo de Caja Actualizado

$$FCA = \frac{FC}{(1 + i)^n}$$

FC.- Flujo de Caja

i.- Tasa de descuento

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.

### CUADRO N° 65 FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS				
AÑOS	FLUJOS NETOS.	FCA	CANTIDAD	RECUPERACIÓN
1	6,616.44	5,980.16	5,980.16	5,980.16
2	5,555.46	4,538.33	4,538.33	10,518.48
3	5,629.16	4,156.30	4,156.30	14,674.79
4	5,654.78	3,773.69	3,773.69	<b>18,448.48</b>
5	29,049.93	17,522.02	8,782.30	
	<b>52,505.77</b>	<b>35,970.51</b>	<b>27,230.79</b>	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

<b>VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS-INVERSIÓN</b>			
<b>VAN =</b>	<b>35.970,51-27.230,79=</b>	<b>8,739.72</b>	<b>VAN</b>

**Interpretación:** Siendo la suma de los flujos de efectivo descontados la TRM es de \$35.970,51 superior a la inversión inicial de\$ 27.2308,79 ; 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. 8.739,72 (VAN).**

#### **5.8.4. 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: 10.68%

Tasa Inferior: 20%

Las tasas anteriores permitieron obtener dos VAN uno positivo y otro negativo, siendo:

**CUADRO N° 62: FLUJO NETOS ACTUALIZADO**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>POSITIVO 10.68%</b>	<b>NEGATIVO 20%</b>
0	-27,230.79	-27,230.79	-27,230.79
1	6,616.44	5,980.16	5,513.70
2	5,555.46	4,538.33	3,857.96
3	5,629.16	4,156.30	3,257.62
4	5,654.78	3,773.69	2,727.03
5	29,049.93	17,522.02	11,674.51
<b>VAN</b>		<b>8,739.72</b>	<b>-199.96</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

$$FCA = \frac{FC}{(1+i)^n}$$

$$FCA = \frac{6.616,44}{(1+0,23)^2} = 5.379,22$$

VAN 10.68 % = + 8.739.72		
VAN 20 % = -199.96		
$TIR = Ti + (Ts - Ti) * \frac{VAN Ti}{(VAN Ti - VAN Ts)}$		
TIR=	0,1068+(0.2-0.1068)*	$\frac{8.739,72}{(8.739,72-(-199,96))}$
TIR =	<b>19.55%</b>	

La TIR para el presente proyecto es de 19,55 %. Tasa aceptable ya que supera la TRM que es del 10,68 %.

### 5.8.5. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

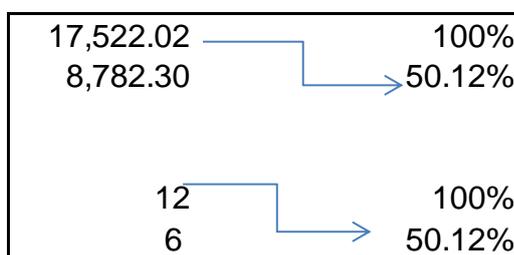
Este indicador de evaluación permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados que recupera el proyecto.

**CUADRO N° 67 FLUJO NETOS ACTUALIZADO**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS NETOS.</b>	<b>FCA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>RECUPERACIÓN</b>
2014	6,616.44	5,980.16	5,980.16	5,980.16
2015	5,555.46	4,538.33	4,538.33	10,518.48
2016	5,629.16	4,156.30	4,156.30	14,674.79
2017	5,654.78	3,773.69	3,773.69	18,448.48
2018	29,049.93	17,522.02	8,782.30	<b>27,230.79</b>
	<b>52,505.77</b>	<b>35,970.51</b>	<b>27,230.79</b>	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora



La recuperación se lo hará en 4 años, 6 meses.

### 5.8.6. 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 **1.05**, que significa que por cada dólar que la empresa invierte, tiene un beneficio de **5** centavos.

### CUADRO N° 68 PRESUPUESTO DE EGRESOS

CONCEPTO/ AÑOS	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>GASTO PERSONAL</b>					
GASTO PERSONAL VENTAS	10,538.87	12,293.41	13,512.84	14,853.23	16,326.59
GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	12,819.64	14,988.81	16,475.15	18,108.87	19,904.60
COSTO DE VENTAS	95,361.00	102,354.73	109,861.39	117,918.57	126,566.67
<b>TOTAL</b>	<b>118,719.51</b>	<b>129,636.96</b>	<b>139,849.37</b>	<b>150,880.68</b>	<b>162,797.86</b>
<b>OTROS GASTOS</b>					
Costos Indirectos operación					
Gastos Administrativos	5,760.72	5,988.05	6,312.00	6,653.48	7,013.43
Gastos de ventas	365.00	384.75	405.56	427.50	450.63
Gastos Financieros	550.79	439.94	323.42	200.94	72.19
<b>TOTAL</b>	<b>6,676.51</b>	<b>6,812.74</b>	<b>7,040.98</b>	<b>7,281.92</b>	<b>7,536.25</b>
Depreciaciones	1,276.67	1,276.67	1,276.67	1,276.67	1,276.67
Amortizaciones					
Utilidades trabajadores	1,324.67	1,157.00	1,190.56	1,216.70	1,233.85
Impuesto Renta	-	-	-	-	-
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>127,997.36</b>	<b>138,883.36</b>	<b>149,357.59</b>	<b>160,655.96</b>	<b>172,844.62</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

### CUADRO N° 69 COSTO BENEFICIO

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
<b>2,014</b>	135,403.80	127,997.36	122,382.32	115,688.14
<b>2,015</b>	145,334.26	138,883.36	118,725.40	113,455.58
<b>2,016</b>	155,993.01	149,357.59	115,177.76	110,278.48
<b>2,017</b>	167,433.47	160,655.96	111,736.12	107,213.18
<b>2,018</b>	179,712.96	172,844.62	108,397.33	104,254.56
<b>TOTAL</b>	<b>783,877.49</b>	<b>749,738.89</b>	<b>576,418.93</b>	<b>550,889.94</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

$\text{BENEFICIO COSTO} = \frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}} = \frac{576,418.93}{550,889.94} = 1.05 \text{ COSTO BENEFICIO}$ <p style="text-align: center;"><b>POR CADA DÓLAR INVERTIDO RECUPERA 1,05 ES DECIR GANO 0,05</b></p>
--

El costo beneficio nos da como resultado por cada dólar invertido se gana 0.05 centavos de dólar, por ser un proyecto social no se evalúa en la utilidad generada, se evalúa en aportación a la rehabilitación de las personas privadas de la libertad, mediante actividades productivas que

ayuden a disminuir el tiempo ocioso y a valorar en trabajo como fuentes de ingreso.

### 5.8.7. 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.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\text{PE\$} = \text{PE unidades} * \text{Pvu}$$

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

#### CUADRO N° 70 PROYECCIÓN PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>INGRESOS</b>					
VENTAS	135,403.80	145,334.26	155,993.01	167,433.47	179,712.96
<b>COSTOS FIJOS</b>					
<b>GASTO PERSONAL VENTAS</b>					
Sueldos Personal administrativo	12,819.64	14,988.81	16,475.15	18,108.87	19,904.60
GASTO PERSONAL VENTAS	10,538.87	12,293.41	13,512.84	14,853.23	16,326.59
Gastos de ventas	365.00	384.75	405.56	427.50	450.63
Gastos Administrativos	5,760.72	5,988.05	6,312.00	6,653.48	7,013.43
Gastos financieros	550.79	439.94	323.42	200.94	72.19
Depreciación	1,276.67	1,276.67	1,276.67	1,276.67	1,276.67
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>31,311.69</b>	<b>35,371.63</b>	<b>38,305.64</b>	<b>41,520.69</b>	<b>45,044.11</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Costos ventas	95,361.00	102,354.73	109,861.39	117,918.57	126,566.67
<b>TOTAL COSTO VARIABLE</b>	<b>95,361.00</b>	<b>102,354.73</b>	<b>109,861.39</b>	<b>117,918.57</b>	<b>126,566.67</b>
<b>PE DOLARES</b>	<b>105,879.77</b>	<b>119,608.33</b>	<b>129,529.62</b>	<b>140,401.25</b>	<b>152,315.61</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

<b>FORMULA =</b>	$PE = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variable} / \text{venta})} = \frac{31311.69}{1 - (95.361,00/135.403,80)} = 105,879.77$
	$PEV = \frac{\text{Ventas totales}}{PVU} = \frac{5212.52}{1.10} = 4739$

### CUADRO N° 71 PUNTO DE EQUILIBRIO

DESCRIPCION	PRODUCTO	PORCENTAJE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	PORCENTAJE	P.E. DÓLARES	PUNTO EQUILIBRIO
ROMPECABEZAS	505	11.77%	1.10	556	4.92%	5,212.52	4,739
REGLAS DE CORTE Y COFECCIÓN	41	0.96%	3.90	160	1.42%	1,500.42	385
CARROS (JUGUETE)	105	2.45%	1.00	105	0.93%	985.26	985
REDES DE ECUAVOLEY	225	5.24%	16.00	3,600	31.90%	33,780.48	2,111
REDES DE FUTBOOL	82	1.91%	27.00	2,214	19.62%	20,775.00	769
BOTELLAS DECORADAS	82	1.91%	14.00	1,148	10.17%	10,772.22	769
PULCERAS	1,050	24.48%	0.50	525	4.65%	4,926.32	9,853
ESFEROS DECORADOS	600	13.99%	2.15	1,290	11.43%	12,104.67	5,630
LLAVEROS	1,525	35.55%	0.70	1,068	9.46%	10,016.85	14,310
CISNES DE PAPEL	75	1.75%	8.25	619	5.48%	5,806.02	704
<b>TOTAL</b>	<b>4,290</b>	<b>100.00%</b>		<b>11,284</b>	<b>100.00%</b>	<b>105,879.77</b>	<b>40,255</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

### CUADRO N° 72 PUNTO DE EQUILIBRIO EN PRODUCTOS Y DÓLARES

DESCRIPCION	PRODUCTOS	DOLARES
ROMPECABEZAS	4,739	5,212.52
REGLAS DE CORTE Y COFECCIÓN	385	1,500.42
CARROS (JUGUETE)	985	985.26
REDES DE ECUAVOLEY	2,111	33,780.48
REDES DE FUTBOOL	769	20,775.00
BOTELLAS DECORADAS	769	10,772.22
PULCERAS	9,853	4,926.32
ESFEROS DECORADOS	5,630	12,104.67
LLAVEROS	14,310	10,016.85
CISNES DE PAPEL	704	5,806.02
<b>TOTAL</b>	<b>40,255</b>	<b>105,879.77</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

## 5.9. COMPROBACIÓN DEL TIR Y VAN

INVERSION INICIAL	-27,230.79
RENDIMIENTO AÑO 2014	6,616.44
RENDIMIENTO AÑO 2015	5,555.46
RENDIMIENTO AÑO 2016	5,629.16
RENDIMIENTO AÑO 2017	5,654.78
RENDIMIENTO AÑO 2018	29,049.93
COSTE CAPITAL	0.1064
<b>VAN= 8,741.48</b>	
<b>SI ACEPTA EL PROYECTO</b>	
<b>TIR= 19.76%</b>	

El propósito de realizar la comprobación del TIR y VAN es tener una perspectiva general de las condiciones de factibilidad del proyecto, es decir es aceptable la realización del mismo.

## 5.10. RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

**CUADRO N° 73 EVALUACIÓN FINANCIERA**

NRO	SIGLAS	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	<b>TRM</b>	TASA RENDIMIENTO MEDIO	10.68	
2	<b>TIR</b>	TASA INTERNA DE RETORNO	19.76%	ES SUPERIOR A LA TRM
3	<b>VAN</b>	VALOR ACTUAL NETO	8,739.72	
4	<b>RC</b>	RECUPERACION INVERSIÓN	4 AÑOS 6 MESES	
5	<b>CB</b>	COSTO BENEFICIO	1.05	POR CADA DÓLAR GANA 0,05
6	<b>PE</b>	PUNTO DE EQUILIBRIO	105,879.77	PARA NO GANAR NI PERDER

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

## CAPÍTULO VI

### ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

#### 6.1. LA EMPRESA

##### 6.1.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

La microempresa de comercialización de artesanías elaboradas en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra denominará ARTES Y MANUALIDADES CRSIBARRA.

##### 6.1.2. LOGOTIPO

GRÁFICO No 31 LOGOTIPO



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

##### 6.1.3. CONFORMACIÓN JURÍDICA

Estructura básica administrativa del Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de los productos artesanales elaborados en el Centro de rehabilitación Social de Ibarra (CRS Ibarra).

### 6.1.3.1. Estamentos básicos:

1. Inversionista	
2. Ejecutivo:	Gerente General
3. Nivel de apoyo	Contabilidad
4. Nivel Ventas	Vendedores

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

### 6.1.3.2. REQUISITOS LEGALES PARA OPERAR

Los requisitos legales para el funcionamiento de la microempresa dedicada a la comercialización de artesanías del CRS Ibarra se necesitan los siguientes:

- **Registro Único de Contribuyentes**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el punto de partida para el proceso de administración tributaria. El RUC constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias, quienes tienen sus obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes, documento único que le califica para poder
- Efectuar transacciones comerciales en forma legal. Los contribuyentes deben inscribirse en el RUC dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.
- Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales contenidos en éste. El contribuyente deberá realizar esta actualización dentro de los treinta días hábiles siguiente de ocurrido el hecho que produjo el cambio.

Todos los trámites relacionados con el Registro Único de Contribuyentes se realizan en las oficinas del Servicio de Rentas Internas.

- **Patente Municipal**

El Art. 382 de la Ley de Régimen Municipal establece la obligatoriedad de obtener la patente y por consiguiente, el pago del impuesto (Art. 381), para todos los comerciantes, productivos e industriales que funcionan dentro de los límites tanto rurales como urbanos del cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad económica.

La patente anual se obtendrá dentro de los treinta días siguientes al final del mes en que se inician las actividades y durante enero de cada año. Por el ejercicio de las actividades se pagará un impuesto mensual, cuya cuantía está determinada en proporción a la naturaleza, valores y ubicación del negocio.

- **Registro de Funcionamiento**

El registro de funcionamiento es otorgado por el Municipio del cantón Ibarra. Los requisitos y formalidades para el registro son las siguientes:

- a. Copia certificada de la escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- b. Nombramiento del representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas.
- c. Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- d. Fotocopia de cédula de identidad, según sea la Persona Natural Ecuatoriana o extranjera.
- e. Fotocopia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar la razón social.
- f. Copia del Certificado de votación.

- g. Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en un juzgado del Inquilinato (en este caso del Colegio que arrienda su terreno).

- **Número Patronal**

El número patronal es otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Los requisitos son los siguientes:

- a. Contratos de Trabajo inscritos en la Inspección de Trabajo.
- b. Cédula de Identidad del representante de la microempresa.
- c. Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Una vez obtenido el número patronal se debe proceder a afiliarse a cada uno de los trabajadores.

#### **6.1.4. MISIÓN**

Somos una importante microempresa dedicada a comercializar los productos artesanales elaborados en el CRS Ibarra, a escala local y regional adicionado de servicio social, como es la satisfacción del cliente por ser un producto de calidad que ayudara principalmente a una buena reinserción a la sociedad de las Personas Privadas de Libertad

#### **6.1.5. VISIÓN**

En los próximos 5 años la microempresa creada para la comercialización los productos artesanales elaborados en el CRS Ibarra, serán reconocidos a nivel nacional, ofreciendo un producto y servicio de la más alta calidad a través de una estructura moderna, ágil y del mejoramiento continuo, la innovación en los procesos y la preservación del medio ambiente, con ética y responsabilidad, satisfaciendo las necesidades del cliente con productos de alta calidad.

### **6.1.6. PRINCIPIOS**

- Trabajo en equipo y coordinación en el entorno de la organización.
- Tener transparencia en todas las actividades que desempeñe.
- Eficiencia y agilidad en la prestación de los servicios educativos.
- Cumplir con todo el trabajo requerido por los beneficiarios que son los las personas privadas de la libertad

### **6.1.7. VALORES**

#### **6.1.7.1. Sociales**

- a. Rehabilitación
- b. Cooperación
- c. Solidaridad
- d. Confianza
- e. Amistad
- f. Respeto Dignidad Humana
- g. Ayuda Mutua
- h. Trabajo en Equipo

#### **6.1.7.2. Éticos**

- a. Honestidad
- b. Responsabilidad
- c. Lealtad
- d. Justicia Social
- e. Transparencia
- f. Compromiso
- g. Equidad

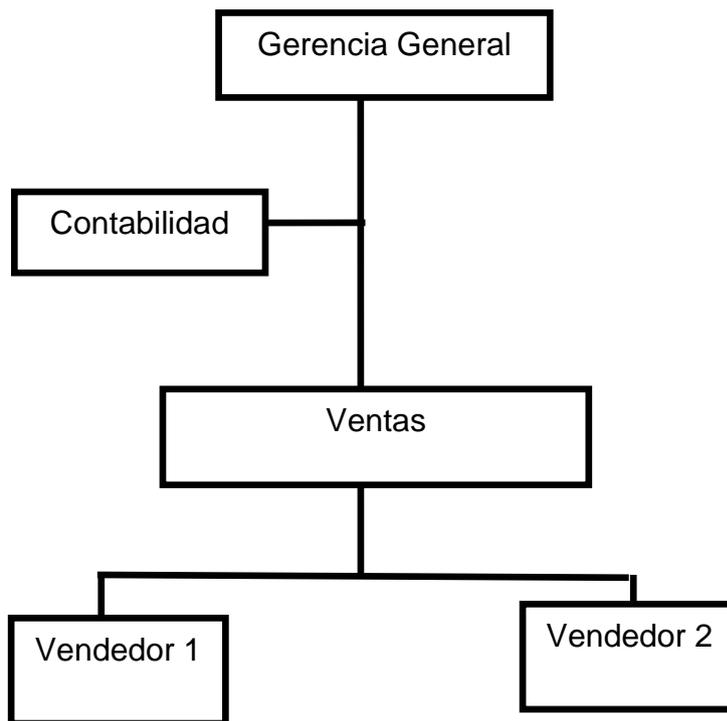
### 6.1.7.3. Económicos

- a. Servicio
- b. Trabajo
- c. Eficiencia
- d. Calidad
- e. Rentabilidad

## 6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

### 6.2.1. ORGÁNICO FUNCIONAL

**GRÁFICO No. 34 ORGANIGRAMA ORGÁNICO FUNCIONAL**



**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** La autora

**CUADRO N° 74 MATRIZ DE SELECCIÓN DEL TALENTO HUMANO**

<b>Puesto</b>	<b>Perfil</b>	<b>Competencias</b>	<b>Requisitos</b>
1. Administrador del proyecto (Gerente General)	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Liderazgo</li> <li>•Formación en valores</li> <li>•Empatía con el proyecto</li> <li>•Estabilidad emocional</li> </ul>	<p>1.ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creatividad.</li> <li>• Proactivo</li> <li>• Emprendedores</li> </ul> <p>2. LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniciativa para la toma de decisiones.</li> <li>• capacidad para trabajar en equipo.</li> <li>• Trabaja a presión.</li> <li>• Superación permanente.</li> </ul> <p>3.DESARROLLO Y DESTREZA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adaptabilidad.</li> <li>• Capacidad de gestión.</li> </ul> <p>1.ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creatividad.</li> <li>• Intuición</li> <li>• Proactivo</li> </ul>	<p>1. ACADEMICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación completa de 3º nivel en áreas a fines.</li> <li>• Capacidad actualizada.</li> <li>• Manejo idóneo de otro idioma.</li> </ul> <p>2.LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia real.</li> <li>• Disponibilidad de tiempo</li> <li>• Referencias Laborales.</li> </ul>
2. Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Liderazgo</li> <li>•Formación en valores</li> <li>•Empatía con el proyecto</li> <li>•Estabilidad emocional</li> </ul>	<p>1. ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creatividad.</li> <li>• Proactivo</li> </ul>	<p>1. ACADEMICO.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación completa en educación técnica de nivel medio.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendedores</li> </ul> <p>2. LABORALES.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Trabajo a presión.</li> <li>• Habilidad para resolver problemas y resolverlos.</li> </ul> <p>3. DE DESARROLLO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación permanente.</li> <li>• Alta flexibilidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo del inglés técnico básico.</li> <li>• Capacidad actualizada.</li> </ul> <p>2. LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia real no menos de 4 años</li> <li>• Interpretación de manuales técnicos.</li> <li>• Disponibilidad de tiempo.</li> <li>• Referencial laborales.</li> <li>• Referencias personales.</li> </ul>
3. Vendedor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actitudes positivas.</li> <li>• Habilidades personales y para ventas.</li> <li>• Conocimientos de la empresa, de los productos y servicios que la empresa comercializa y del mercado.</li> </ul>	<p>1. ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creatividad.</li> <li>• Proactivo</li> <li>• Emprendedores</li> </ul> <p>2. LABORALES.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Trabajo a presión.</li> <li>• Habilidad para resolver problemas y resolverlos.</li> </ul> <p>3. DE DESARROLLO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación permanente.</li> <li>• Alta flexibilidad.</li> </ul>	<p>4. ACADÉMICO.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación completa en educación técnica de nivel medio.</li> <li>• Manejo del inglés técnico básico.</li> <li>• Capacidad actualizada.</li> </ul> <p>2. LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia real no menos de 1 años</li> <li>• Atención al cliente.</li> <li>• Disponibilidad de tiempo.</li> <li>• Referencial laborales.</li> <li>• Referencias personales.</li> </ul>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

## CAPÍTULO VII

### IMPACTOS DEL PROYECTO

Se analizará los impactos que en los diversos ámbitos generaría la puesta en marcha del presente proyecto.

Los impactos que se destacan y los analizaremos son los siguientes: Social, económico, educativo y cultural. Para su mejor visualización se ha utilizado el siguiente procedimiento:

#### CUADRO N° 75 NIVEL DE IMPACTO

PUNTAJE	SIGNIFICADO
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	Sin impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

ESCALA	CONDICIÓN
1 a 3	Es favorable
-1 a - 3	No es favorable
0	Es indiferente

En el cuadro podemos observar la matriz con los indicadores, su respectiva valoración dependiendo de su nivel. Para el cálculo del nivel de impacto se realizara la siguiente operación:

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{Sumatoria Impactos}{Numero de Indicador}$$

### 7.1. IMPACTO SOCIO – ECONÓMICO

Las personas privadas de su libertad recibirán ingresos al poner en marcha el proyecto, además se crea un ingreso para sus familiares dando como resultado una estabilidad económica, mediante una rentabilidad adecuada. También debemos tomar en cuenta que con la implantación de esta microempresa se activa el aparato productivo en cuanto se refiere a la producción de artesanías dentro del Centro de Rehabilitación Social de Ibarra.

**CUADRO N° 76 MATRIZ DE IMPACTO SOCIO – ECONÓMICO**

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Calidad de vida							X	3
Estabilidad de trabajo						X		2
Generación de empleo						X		2
Estabilidad familiar						X		2
Ayuda comunitaria							X	3

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

$$Grado de impacto Socio - Económico = \frac{12}{5}$$

$$Grado de impacto Socio - Económico = 2,4 \rightarrow \text{Medio positivo}$$

## **ANÁLISIS.**

Socio – económico es afectación alta ya que influye en la calidad de vida, Estabilidad de trabajo, Generación de empleo, Estabilidad familiar, Ayuda comunitaria.

### **7.1.1. Calidad de vida**

La calidad de vida de las personas privadas de la libertad ayudaría mediante un rédito económico que obtendría por la comercialización de las artesanías.

### **7.1.2. Estabilidad de trabajo**

La comercialización de las artesanías permite que cuando el interno obtenga su libertad pueda obtener un trabajo y mediante esta ocupación pueda reinsertarse a la sociedad.

### **7.1.3. Generación de empleo**

Cada interno obtendrá la habilidad de realizar una actividad productiva, disminuyendo el tiempo ocioso al estar privado de su libertad.

### **7.1.4. Estabilidad familiar**

La rehabilitación de la persona privada de la libertad, estará básicamente basada en las actividades productivas que realice y cada familia del interno mejorara su calidad de vida y tendrá una estabilidad familiar.

### **7.1.5. Ayuda comunitaria**

Con la elaboración de artesanías cada interno adquiere la habilidad de elaborar el producto y cuando obtenga su libertad no volverá a reincidir.

## 7.2. IMPACTO EMPRESARIAL

El proyecto tendrá un impacto de carácter empresarial debido a que en la actualidad las exigencias del medio en que nos desenvolvemos nos exigen ser más emprendedores cada día para lograr un buen desempeño dentro del mismo y cualquier área o campo es decir todas las personas sea cual sea su condición de vida, estatus económico debemos tratar de fomentar el trabajo laboral para todas las personas que no tengan un ingreso económico y fijo y así lograr la estabilización económica.

**CUADRO N° 77 MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL**

Aspectos	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Espíritu emprendedor							X	3
Creatividad							X	3
Cultura de organización						X		2
Toma de decisiones						X		2
Manejo o administración técnica						X		2
Asignación optima de recursos							X	3
Rentabilidad							X	3
<b>TOTAL</b>						8	10	18

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

$$\text{Grado de impacto Empresarial} = \frac{18}{7}$$

$$\text{Grado de impacto Socio - Empresarial} = 2,57 \rightarrow \text{Medio positivo}$$

### ANÁLISIS.

Es alto lo que indica debe manejarse con criterio de empresa moderna, en especial en el campo turístico.

### **7.2.1. Espíritu emprendedor**

Los internos del CRS Ibarra valoran el trabajo y el esfuerzo que realizan para obtener un ingreso a cambio del trabajo que realizado.

### **7.2.2. Creatividad**

Al estar privado de su libertad cada interno desarrolla su creatividad de mejor manera que una persona libre por tiempo y la madurez de salir adelante y no volver a reincidir.

### **7.2.3. Cultura de organización**

Los funcionarios y los guías del centro del CRS Ibarra al tener al interno realizando actividades productivas disminuirán el tiempo de vigilancia para cada uno.

### **7.2.4. Toma de decisiones**

La persona estará en la libertad de tomar sus propias decisiones si realiza una actividad productiva o no realiza.

### **7.2.5. Manejo o administración técnica**

El proyecto permitirá conocer el manejo administrativo de un negocio comercial que su principal objetivo es ayudar a la rehabilitación de la persona interna del Centro de Rehabilitación Social de Ibarra.

### **7.2.6. Asignación optima de recursos**

Al realizar las artesanías con material reciclado, permite la optimización de recursos de materia prima.

### 7.2.7. Rentabilidad

Por la elaboración de artesanías los internos recibirán una rentabilidad y de esta mejoraran su calidad de vida y la de sus familias mediante el apoyo económico valorado por su esfuerzo y trabajo.

### 7.3. IMPACTO COMERCIAL

Dentro del mercado las exigencias del cliente son muy variadas, ya que existen muchas formas de hacer conocer el producto que se quiere ofertar, es fácil saber si este tiene la aceptación requerida y va a satisfacer la demanda existente en el mercado. También una de las estrategias para la comercialización de este tipo de producto es informar a la sociedad que es una forma de que las personas privadas de su libertad se rehabiliten mediante la elaboración de estas artesanías.

**CUADRO N° 78 MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL**

Aspectos	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Puntos de venta							X	3
Precios						X		2
Promoción y publicidad							X	3
Competencia							X	3
Imagen							X	3
Mercado							X	3
<b>TOTAL</b>						2	15	17

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

$$\text{Grado de impacto Comercial} = \frac{17}{6}$$

$$\text{Grado de impacto Socio - Comercial} = 2,83 \rightarrow \text{Medio positivo}$$

## **ANÁLISIS.**

Es medio positivo, lo que indica que debería potenciarse el sistema de comercialización buscando otras alternativas.

### **7.3.1. Puntos de venta**

Con la apertura de punto de venta para la comercialización de artesanías, ayudaría a dar una buena imagen de las personas del CRS Ibarra

### **7.3.2. Precios**

Los precios serían bajos por la mano de obra y la materia prima que se utilizan en la elaboración de las artesanías.

### **7.3.3. Promoción y publicidad**

Una buena difusión del producto indicando que es elaborado por las personas privadas de la libertad ayudaría a la imagen de las personas privadas de libertades.

### **7.3.4. Competencia**

La competencia sería de manera directa, ya que al existir un producto que es de ayuda social, tendría una aceptación en el mercado.

### **7.3.5. Imagen**

La imagen del CRS Ibarra cambiaría a un centro no solo de Rehabilitación sino de reinserción a la sociedad con el trabajo que realiza cada persona.

### **7.3.6. Mercado**

El mercado objetivo de las artesanías son todas las personas a partir de 15 años, y por ayuda a la sociedad a que disminuya la delincuencia están dispuestos a adquirir.

## **CONCLUSIONES**

- 8.1.** Una vez realizado el diagnóstico se deduce que el proyecto cuenta con fortalezas y oportunidades para ser implantado, pero también es necesario que se eliminen las debilidades y se reduzcan amenazas.
- 8.2.** Realizado el estudio de mercado se deduce que las artesanías tendrán una aceptación en el mercado por su calidad en la materia prima, su diseño y creatividad y serán comercializados en un punto de venta.
- 8.3.** La demanda de las artesanías en los mercados locales es significativa; por tanto se ha logrado determinar que en la ciudad de Ibarra existe una demanda insatisfecha. Lo cual garantiza nuestra participación en el mercado.
- 8.4.** Con el estudio técnico se determina que el Centro de Rehabilitación posee talento humano para la elaboración de los diferentes productos artesanales las cuales pese a estar privados de libertad tienen las suficientes habilidades para realizar estos productos.
- 8.5.** El estudio económico permitirá visualizar que para la implantación del proyecto se necesita una inversión variable y una inversión fija para determinar los costos y los indicadores y conocer la que la propuesta de implantación si es factible.

## **RECOMENDACIONES**

- 9.1.** Tomando en cuenta que las condiciones son favorables para el proyecto, es necesario que su espacio se distribuya en forma adecuada, empleando nuevas técnicas producción, materia prima de calidad, y aprovechando al máximo su capacidad, para obtener productos de calidad.
  
- 9.2.** Las artesanías por ser un producto de gran aceptación para todas las personas, mercados potenciales es decir nacionales e internacionales es indispensable que su presentación sea manejada por una persona experta en marketing estratégico con la finalidad de que el producto sea vendido por su calidad, creatividad y presentación.
  
- 9.3.** La mejor manera de comercializar estos productos es aprovechando el mercado insatisfecho, con el apoyo de entidades públicas y privadas que patrocine la comercialización de estos productos. Es así que el producto se logre introducir exitosamente al mercado para que tenga el crecimiento debido y la madurez para lograr posicionamiento en el mercado del canto Ibarra.
  
- 9.4.** El mejor control de un proyecto es realizar periódicamente evaluaciones económicas y financieras con el fin de terminar niveles de rendimiento organizacional y tomar decisiones que lleven a optimizar el trabajo, a fin de que se logren cumplir los indicadores económicos programados.
  
- 9.5.** Para cumplir con los impactos analizados es necesario que el proyecto productivo logre sostenibilidad en su manejo, es decir que no se vuelva dependiente, que tenga siempre un enfoque empresarial y social.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### BIBLIOGRAFÍA

- ✓ AGUIRRE, Cantos Enriqueta (2005): **Diseño y Gestión de Microempresas**, Editorial PROPAD, Quito – Ecuador.
- ✓ BERNAL, César. (2006): **Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales**, Editorial Pearson Educación, México.
- ✓ **Código de Ejecución de Penas y de Rehabilitación Social. Ley Nº. 95 Título IV:** De la Rehabilitación Social y del Tratamiento de los internos
- ✓ DIEZ DE CASTRO, Enrique (2004): **Distribución Comercial**, Editorial MC Graw Hill, Tercera Edición, México
- ✓ FLORES, Julio(2004): **Como Crear y Dirigir la Nueva Empresa**, Editorial Ecoe, Segunda Edición, Bogotá- Colombia
- ✓ Historia del Ecuador volumen 1 Salvat editores ecuatoriana S.A.
- ✓ JINGO, Magdalena (2009), Apuntes, **Marketing**.
- ✓ MÉNDEZ Rosemary, SANDOVAL, Franco (2007), **Investigación, fundamentos y metodología**, Editorial, Alma del Cid
- ✓ MONTEFORTE, Mario, **Los Signos del Hombre**, Pontificia Universidad Católica del Ecuador – sede cuenca
- ✓ MONTEROS, Edgar (2005): **Manual de Gestión Empresarial**, Editorial Universitaria, Ibarra- Ecuador.

- ✓ MORENO, Alberto. (2000) **Métodos investigación y exposición**, Editorial Corporación Editorial Nacional, Quito – Ecuador.
- ✓ SERVULO, Ansalo, (1998): **Administración de Pequeñas Empresas**, Editorial MC Graw Hill, México.
- ✓ TORRES, Rodríguez Luis (2005): **Régimen Legal para la Microempresa y Microcrédito del Ecuador**, Editorial qualityprint Centro de reproducción digital, Segunda Edición, Quito – Ecuador
- ✓ VISIÓN, (2005), **La Revista de Marketing Ecuatoriana**, Ediciones Creativa, Ibarra -Ecuador

## **LINCONGRAFIA**

- ✓ <http://www.dnrs.gov.ec>
- ✓ <http://www.elnuevoempresario.com>
- ✓ <http://www.hoy.com.ec>
- ✓ [ww.monografias.com](http://www.monografias.com)
- ✓ [www.BolsaDeHoy.com](http://www.BolsaDeHoy.com)
- ✓ [www.ecuadormagic.com/artesantias.html](http://www.ecuadormagic.com/artesantias.html)
- ✓ [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)
- ✓ [www.marketing-xxi.com](http://www.marketing-xxi.com)
- ✓ [www.psicologia.laguia2000.com/general/la-comercializacionmarketing](http://www.psicologia.laguia2000.com/general/la-comercializacionmarketing)
- ✓ [www.turismo.gov.ec.intex](http://www.turismo.gov.ec.intex)
- ✓ <http://www.fome.com.ec>.
- ✓ [http://www marketing-xxi.com](http://www.marketing-xxi.com)

# ANEXOS

**ANEXO No 1 ENCUESTA**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES DEL CANTÓN IBARRA**

**OBJETIVO.-** Recolectar información real, la misma que se utilizara para justificar el proyecto de investigación “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de los productos elaborados en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra.”

**INSTRUCCIONES.** Por favor lea con atención y conteste con toda sinceridad las preguntas marcando con “X”.

**DATOS GENERALES:**

**GENERO:** F  M  **EDAD**\_\_\_\_\_

**1. ¿Usted compra artesanías?**

Siempre  A Veces   
Nunca

**2. ¿Con qué frecuencia compra productos artesanales?**

Mensual   
Trimestral   
Ocasional   
Otro  Cual.....

**3. ¿Qué clase de artesanías compra?**

- Adornos.
- Bisutería
- Bordados

**4. ¿Los costos que paga por las artesanías son:**

Alto  Medio  Bajo

**5. ¿Qué aspectos toma en cuenta para realizar su compra?**

- 
- Calidad del producto
- Variedad del producto
- Precio cómodo
- Atención del vendedor

**6. ¿Conoce sobre la producción de artesanías en Centro de Rehabilitación Social de Ibarra?**

- SI
- NO

**7. ¿Compraría estos productos artesanales?**

- SI
- NO

**8. En qué lugar le gustaría comprar estos productos artesanales.**

- Ferias locales.
- Centros comerciales
- Almacén
- Otro  Cu.....

**9. Qué tipo de productos elaborado en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra estaría dispuesto a comprar y en qué cantidad.**

Rompecabezas	<input type="checkbox"/>	.....
Reglas de corte y confección	<input type="checkbox"/>	
Carros (juguete)	<input type="checkbox"/>	
Redes de ecua vóley	<input type="checkbox"/>	
Redes de futbol	<input type="checkbox"/>	
Botellas decoradas	<input type="checkbox"/>	
Pulseras	<input type="checkbox"/>	
Esteros decorados	<input type="checkbox"/>	
Llaveros	<input type="checkbox"/>	
Cisnes de papel	<input type="checkbox"/>	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO No 2 ENTREVISTA**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**Entrevista:** Dirigida al Lic. Byron Lima Director del departamento de Educación Cultura y Recreación. CRS Ibarra.

**Objetivo:** Realizar un diagnóstico situacional interno de la unidad de producción artesanal del CRS Ibarra.

**1. ¿Qué piensa acerca de la Personas Privadas de Libertad (PPL).**

.....  
.....  
.....  
.....

**2. Porque existe la discriminación por parte de la sociedad hacia los Persona Privada de la Libertad.**

.....  
.....  
.....  
.....

**3. Los motivos por los cuales se encuentran internos en el CRS Ibarra impiden establecer algún tipo de negociación con los PPL? Porque?**

.....  
.....  
.....  
.....

**4. Si mediante la producción de artesanías se ayuda a la rehabilitación de los PPL ¿Estaría dispuesto a comprar estos productos?**

.....  
.....  
.....  
.....

**5. Porque la sociedad no compra los productos artesanales elaborados en al CRS Ibarra**

.....  
.....  
.....  
.....

**6. La presentación de los productos que se elabora en el CRS. Ibarra influye en la comercialización?**

.....  
.....  
.....  
.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



## ANEXO No 4 RESULTADO DE LA ENCUESTA

Resultado de la encuesta dirigida a las a los clientes y potenciales artesanías del CRS Ibarra.

### 1. ¿Usted compra artesanías?

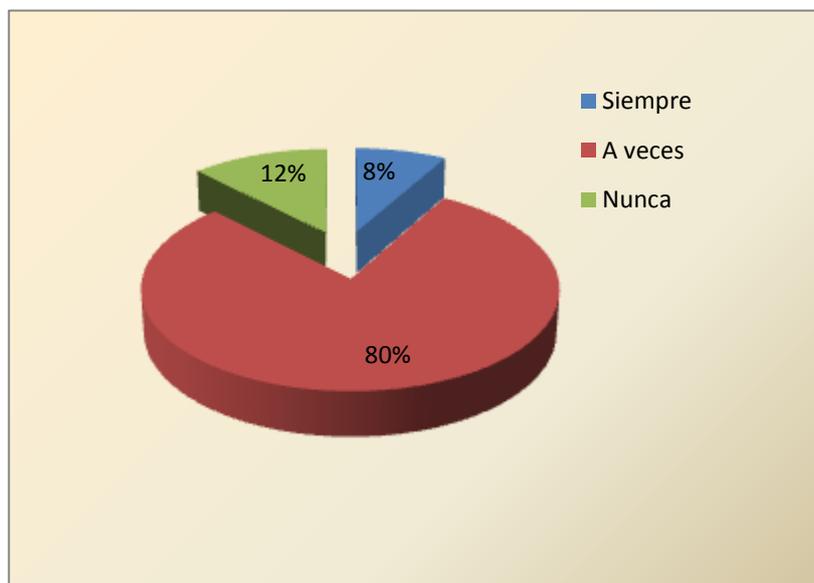
**CUADRO N° 79 COMPRA DE ARTESANÍAS**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Siempre	32	8%
A veces	311	80%
Nunca	48	12%
<b>TOTAL</b>	<b>391</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población de Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 32 COMPRA DE ARTESANÍAS**



Fuente: Población de Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

Las mayoría de personas adquieren artesanías de vez en cuando por ser un producto no perecible, tiene una vida útil de un año y no es un bien necesario, pero también existen personas que no les gusta las artesanías por ser un bien suntuario, y en un número reducido de personas adquieren estos productos siempre porque les gusta estar de acuerdo a nuestras costumbres y tradiciones.

### 2. ¿Con qué frecuencia compra productos artesanales?

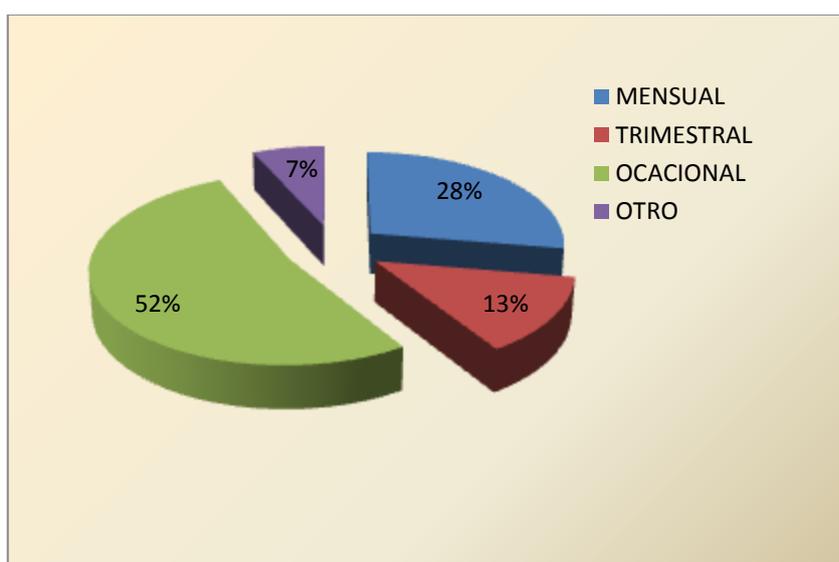
**CUADRO N° 80 FRECUENCIA DE COMPRA**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
MENSUAL	108	28%
TRIMESTRAL	52	13%
OCASIONAL	205	52%
OTRO	26	7%
<b>TOTAL</b>	<b>391</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población de Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 33 FRECUENCIA DE COMPRA**



Fuente: Población de Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

El mayor número de consumidores de artesanías realiza sus compras en ocasiones especiales dependiendo la temporada y una fecha en especial; existen personas que prefieren comprar artesanías mensualmente dependiendo el producto, la calidad, innovación y precios bajos, adquieren artesanías trimestralmente y otras no tienen definido su fecha de compra por ser un producto no perecible y están en constante innovación y de acuerdo a la moda.

### 3. ¿Qué clase de artesanías compra?

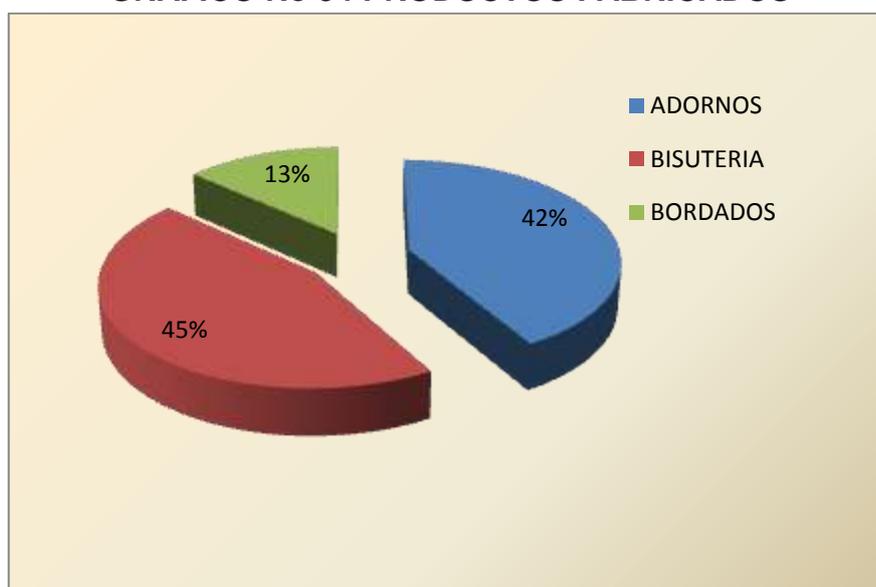
**CUADRO N° 81 PRODUCTOS FABRICADOS**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
ADORNOS	174	42%
BISUTERÍA	188	45%
BORDADOS	56	13%
<b>TOTAL</b>	<b>418</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población de Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 34 PRODUCTOS FABRICADOS**



Fuente: Población Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

Las personas compran artesanías como las bisuterías en gran cantidad tomando en cuenta su precio, calidad, variedad pero en especial la durabilidad del producto; también adquieren adornos manuales lo que beneficia al usuario a adquirir por ser un producto con los mejores acabados; los bordados no son muy apetecidos por las gente de la ciudad de Ibarra, es un bien que se comercializa en el extranjero a precios muy altos de acuerdo a la calidad del bordado y del hilo que se está utilizando en cada prenda.

### 4. ¿Los costos que paga por las artesanías son:

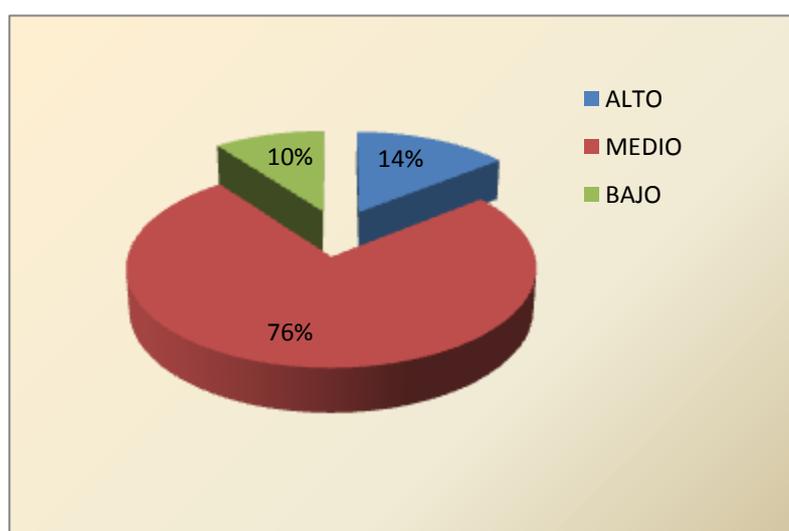
**CUADRO N° 82 COSTOS DE ARTESANÍAS**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
ALTO	56	14%
MEDIO	295	75%
BAJO	40	10%
<b>TOTAL</b>	<b>391</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población de Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 35 COSTO DE ARTESANÍAS**



Fuente: Población Ibarra

Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

Los precios varían de acuerdo al producto, materia prima y acabados, en base a estas características las artesanías tienen diferentes costos. Las personas prefieren comprar los productos que son realizados manualmente por su acabado y creatividad, es por esta razón que las artesanías elaboradas en el CRS Ibarra tienen estas características pero no tienen una buena presentación y promoción del producto.

### 5. ¿Qué aspectos toma en cuenta para realizar su compra?

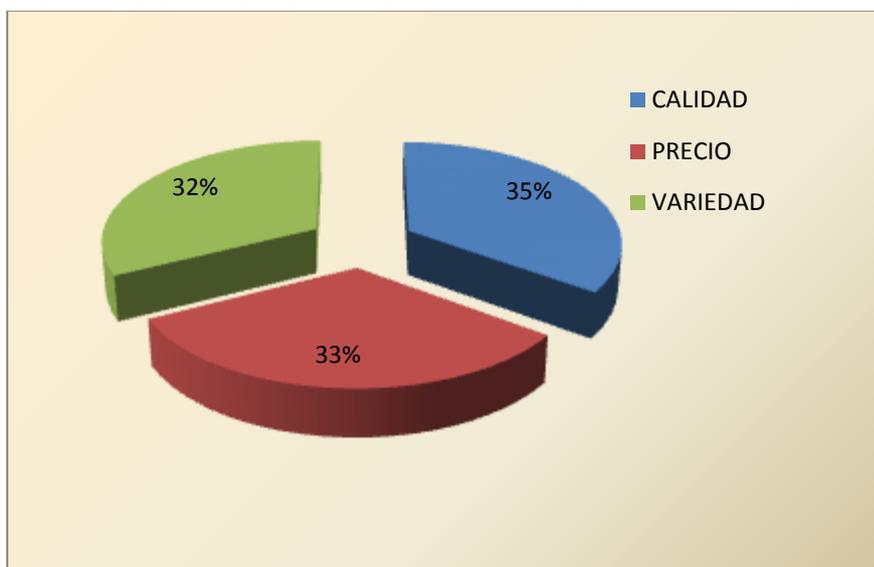
**CUADRO N° 83 COSTOS DE ARTESANÍAS**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
CALIDAD	181	35%
PRECIO	168	32%
VARIEDAD	168	32%
<b>TOTAL</b>	<b>517</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población de Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 36 CARACTERÍSTICAS ARTESANÍAS**



Fuente: Población Ibarra

Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS:

Al realizar una compra de un producto artesanal toma en cuenta la calidad del producto, que se puede diferenciar en la utilización de la materia prima, en la elaboración, acabados, y en el precio. Para el productor es indispensable que los productos que oferte sean más bajos que los de la competencia y pueda vender su producto con más facilidad, pero el productor no se debe olvidar de la variedad de los productos, porque el consumidor quiere que las artesanías tengan un valor agregado a diferencia de la competencia.

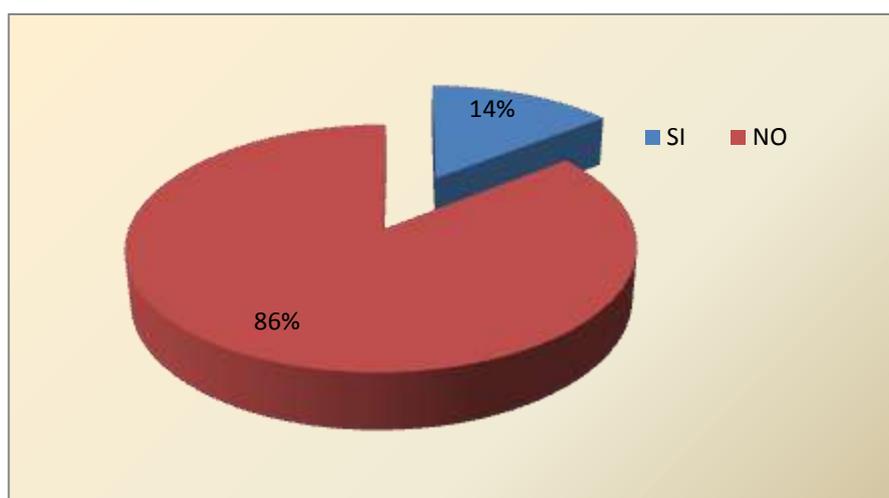
### 6. ¿Conoce sobre la producción de artesanías en Centro de Rehabilitación Social de Ibarra?

**CUADRO N° 84 PRODUCCIÓN DE ARTESANÍAS**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	56	14%
NO	335	86%
<b>TOTAL</b>	<b>391</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población Ibarra  
Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO No 37 PRODUCCION DE ARTESANÍAS**



Fuente: Población Ibarra  
Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

La gran mayoría de personas no conocen sobre la producción de artesanías del CRS Ibarra, por falta de difusión de las autoridades, familiares, y amigos que están relacionadas directamente con las personas privadas de la libertad, en un número reducido la producción y comercialización de artesanías es conocida en la ciudad de Ibarra porque han adquirido los productos por los precios bajos, calidad del producto y responsabilidad del interno, pero no han informado a la población de Ibarra sobre la producción por vergüenza y discriminación hacia ellos.

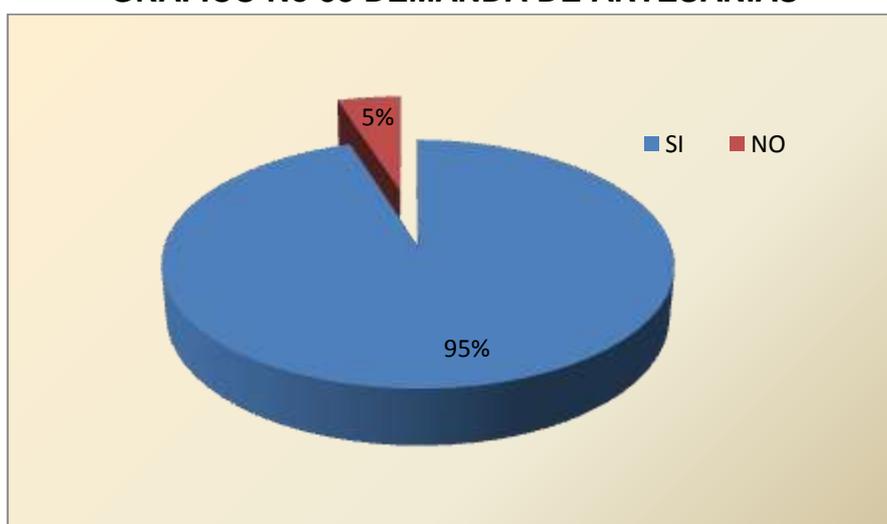
### 7. ¿Compraría estos productos artesanales?

**CUADRO N° 85 DEMANDA DE ARTESANÍAS**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	372	95%
NO	19	5%
<b>TOTAL</b>	<b>391</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población Ibarra  
Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 38 DEMANDA DE ARTESANÍAS**



Fuente: Población Ibarra  
Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS

Las artesanías del CRS Ibarra se podrían comercializar porque la gente está dispuesta a comprar por ser un producto de calidad, a precios bajos y por apoyar a las personas privadas de la libertad a tener una buena rehabilitación, ocupando su tiempo en actividades productivas y aprendiendo a valorar su esfuerzo y trabajo mediante un rédito económico, esto beneficia a mejorar la calidad de vida de el de sus familiares, y una parte reducida de la población no está dispuesta a comprar sus productos por discriminación y por miedo.

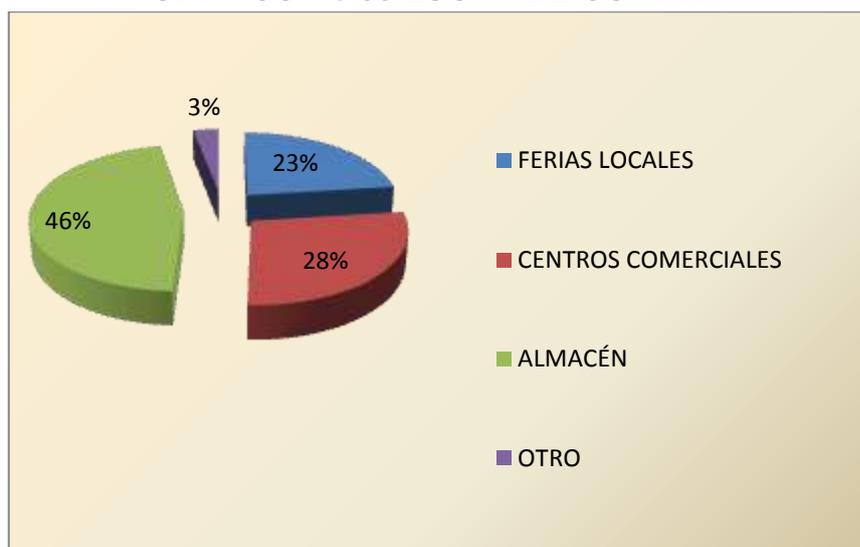
### 8. En qué lugar le gustaría comprar estos productos artesanales.

**CUADRO N° 86 LUGAR DE COMPRA**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
FERIAS LOCALES	90	23%
CENTROS COMERCIALES	108	28%
ALMACÉN	181	46%
OTRO	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>391</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población Ibarra  
Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 39 LUGAR DE COMPRA**



Fuente: Población Ibarra  
Elaborado por: La autora

## ANÁLISIS:

Los productos se podrán comercializar de manera adecuada en un Almacén, donde se pueda exhibir toda la variedad de productos y el demandante pueda adquirir sus productos con facilidad, otra opción para vender son los centro comerciales, que apoyen a la comercialización de los productos que se elaboran en el CRS Ibarra.

### 9. Qué tipo de productos elaborado en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra estaría dispuesto a comprar:

**CUADRO N° 87 CONOCIMIENTO ARTESANÍAS**

VARIABLE	FRECUENCIA
ROMPECABEZAS	49
REGLAS DE CORTE Y CONFECCIÓN	31
CARROS (JUGUETE)	21
REDES DE ECUA VOLEY	26
REDES DE FÚTBOL	31
BOTELLAS DECORADAS	42
PULSERAS	90
ESFEROS DECORADOS	35
LLAVEROS	47
CISNES DE PAPEL	39
<b>TOTAL</b>	<b>411</b>

Fuente: Población Ibarra

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No 40 VARIEDAD DE ARTESANIAS**



Fuente: Población Ibarra

Elaborado por: La autora

## **ANÁLISIS:**

Las personas prefieren comprar artesanías elaborados por las personas privadas de libertad del CRS Ibarra como un bien que esté de acuerdo a las necesidades del cliente , también comprarían juguetes elaborados a mano tomando en cuenta sus acabado y la calidad del producto, el material didáctico es un recurso que se utiliza en todas las instituciones educativas primarias y secundarias del Ecuador, sería un producto muy demandado por las instituciones educativas siendo este un apoyo para las personas privadas de su libertad, también podrían adquirir cuadros de pintura por ser un producto muy bien elaborado y los adornos se comercializaría en ocasiones especiales por ser un producto difícil de deterioro.

## ANEXO No 5 CRECIMIENTO Y POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA.

