



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAJAS DE
MADERA, COSTALES E INSUMOS AGRÍCOLAS EN LA ASOCIACIÓN
DE MADRES GUÍAS IMBAYA - CANTÓN ANTONIO ANTE

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA EN GOBIERNOS LOCALES

AUTORA:

VICTORIA ALBA NELLY CORAL

DIRECTOR:

ING. GUILLERMO BRUSIL

Ibarra, abril del 2010

PRESENTACIÓN

En la parroquia rural Imbaya del Cantón Antonio Ante donde predomina la actividad agrícola y que constituye su principal fuente de ingresos económicos, es evidente la ausencia de una microempresa productora y comercializadora de empaques, embalajes e insumos que dinamice dicha actividad y satisfaga las apremiantes necesidades del sector.

Imbaya es por esencia un sector agrícola, así como sus alrededores. De toda la población ocupada y remunerada de Imbaya el 95% se dedica a los labores agrícolas, puesto que en Imbaya y sus alrededores se cultivan: tomate riñón, rábano, frejol, lechuga, cilantro, maíz, pimiento, tomate de árbol, flores de exportación, ají, arvejas, frutas. Estos cultivos, sembríos y haciendas están ubicados en los sectores de Imbaya Centro. Las Acacias, Monjas, La Graciela, Guallabamba, Santiago del Rey y Urcuquí.

Al existir una gran variedad de productos en Imbaya y alrededores, los productores necesitan a diario materiales de embalaje, como son cajas de madera para los tomates, fundas de fibra, costales, alambre para asegurar, empaques, hilos gruesos, cabuya, cubetas plásticas, entre otros por no existir en la localidad tienen que adquirir en la ciudad de Ibarra con el concerniente aumento de costos de dichos productos a más de transporte y tiempo invertido en la adquisición, factores que resaltan competitividad a la región.

Las diversas circunstancias como la falta de iniciativa privada o pública para la ejecución de un proyecto de estas características hacen que el sector se vea relegado y menos competitivo en el área agrícola; siendo Imbaya una parroquia con excelentes condiciones ambientales (clima, suelo, agua, etc.) en la región las expectativas en lo referente a agricultura y por ende a la calidad de vida de sus habitantes se ven disminuidas.

Sin embargo esta inquietud hace que los pobladores del sector con una enraizada vocación a la actividad agrícola y visión consideren apremiante la necesidad de

ejecutar un negocio de estas características, colaborando con el desarrollo y aporte a la sociedad a través de una microempresa que preste servicios de calidad.

La Asociación de Madres Guías de Imbaya, perteneciente a la parroquia, consiente de esta realidad, deciden incursionar en tan grande anhelo que favorecerá a sus economías a través de una actividad complementaria a la agricultura.

La asociación de Madres Guías de Imbaya de la FEDERACIÓN DE ORGANIZACIONES COMUNITARIAS DE IMBABURA (FOCCI), se encuentra jurídicamente constituida, y se rige bajo las leyes, normas y estatutos establecidos por el Ministerio de Bienestar Social regulador de las actividades y servicios de instituciones de esta índole. La asociación la conforman madres de familia de la localidad; en la actividad son ocho madres quienes integran la asociación, teniendo funciones asignadas como lo son:

Coordinadora: Planifica organiza y dirige las actividades de la asociación.

Promotoras: Realizan actividades asignadas por la coordinadora.

La asociación orienta a sus acciones a labores de desarrollo social, siendo primordial preocupación la familia y su integración. Las madres se reúnen en la Casa Comunal, desde allí coordinan el desempeño de sus actividades, enfocadas al área infantil como lo es guarderías, tareas dirigidas, laborales que contribuyan a generar ingresos económicos para sus familias.

El problema radica en la ausencia de un negocio que produzca y comercialice empaques, embalajes e insumos agrícolas que favorezcan la competitividad del sector agrícola de la región, por lo que se plantea la creación de una microempresa productora y comercializadora de cajas de madera, costales e insumos agrícolas. A raíz de esta falencia se puede identificar las causas de mayor relevancia en cuanto a la ausencia de dicha actividad como lo constituyen: La falta de capacitación de los habitantes del sector para la realización de productos de empaque, embalaje e insumos constituye una gran debilidad para el

sector, los productos que se adquieren incrementan el precio final de los productos cultivados, por cuanto al trasladarse para conseguirlos se incurre en más gastos y los lugares que los ofrecen incrementan sus precios por temporadas o no tienen disponibles.

Otro punto a destacar es la ausencia de proyectos comunitarios inherentes a la realidad del desarrollo económico de cada localidad; los gobiernos locales mayoritariamente ejecutan proyectos que responden a intereses particulares o de gobiernos de turno sin desarrollar actividades productivas a largo plazo en los que la comunidad protagonice su cambio y beneficie directamente.

La idiosincrasia de realizar el mínimo esfuerzo para la obtención de ingresos por cuanto gubernamentalmente la ayuda llega a ser solo una persona.

Por lo anteriormente acotado como causa de relevancia en cuanto a la ausencia de la microempresa productora y comercializadora se evidencian consecuencias negativas y muchas veces nefastas para la comunidad y más aun para este sector con escasos recursos económicos que miran hoy por hoy como un privilegio de pocos obtener una fuente de ingresos, a continuación citamos las principales consecuencias que se derivan de la problemática descrita:

Los productores tienen que viajar a la ciudad de Ibarra para adquirir los embalajes necesitados para sacar sus productos inmediatamente a la venta en los días de feria.

No existe la suficiente cantidad o los proveedores necesarios de embalaje en el tiempo de cosecha.

DECLARACIÓN

Yo, Victoria Alba Nelly Coral, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAJAS DE MADERA, COSTALES E INSUMOS AGRÍCOLAS EN LA ASOCIACIÓN DE MARES GUÍAS IMBAYA-CANTÓN ANTONIO ANTE, no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Victoria Alba Nelly Coral

C.I. 1000917185

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del trabajo de Grado presentado por la Egresada Victoria Alba Nelly Coral para optar por el título de INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA EN GOBIERNOS LOCALES.

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

En la ciudad de Ibarra a los 30 días del mes de enero del dos mil diez.

Ing. Guillermo Brusil

DEDICATORIA

A mi madre y hermanos que a pesar de sus limitaciones económicas y gracias a su amor y voluntad lograron avanzar sin doblegarse ofreciéndome en la vida una educación inicial, con ejemplo de honradez, solidaridad y gran voluntad de lucha por alcanzar los objetivos trazados.

A mi esposo Marco e hijos: Cristian, Pablo y Marco porque representan permanente lucha y trabajo, en el diario convivir me han brindado amor y respeto, permitiéndome ser una madre que busca darles una mejor herencia como legado a una dignidad y educación de vida.

Y a la vida misma que me ha regalado el amor, la paciencia y sabiduría para convertir en realidad mi anhelo de ser profesional, como sinónimo de constancia y perseverancia.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, a sus autoridades y docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas por sus valiosos conocimientos impartidos, de forma particular al Señor Dr. Salomón Vásquez ex Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, por su constante apoyo y respaldo a la carrera de Administración Pública.

Mi especial reconocimiento de gratitud para el destacado Catedrático de la Facultad Ing. Guillermo Brusil por la entrega de sus sabios conocimientos, por su abnegada labor de asesoramiento brindada para que la presente investigación llegue a feliz término mediante una correcta formación profesional.

A todas las personas que de una manera directa o indirecta me proporcionaron información que posibilitó este proceso investigativo.

ÍNDICE

CARATULA.....	I
PRESENTACIÓN.....	II
DECLARACIÓN.....	V
CERTIFICACIÓN.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
AGRADECIMIENTO.....	VIII
RESUMEN EJECUTIVO.....	XIV
SUMMARIZE EXECUTIVE.....	XV

CAPITULO I

1. Generalidades empresa.....	1
1.1 Conceptos.....	
1.2 Objetivos.....	4
1.3 Características de la empresa.....	6
1.4 Recursos.....	8
1.5 Clasificación de los recurso empresariales.....	9
1.6 Tipos o clasificación.....	12
1.7 Las microempresas.....	18
1.8 Que es la microempresa.....	19
1.9 Que motiva la creación de la microempresa.....	21
1.10 La asociación.....	25
1.10.1 Finalidades o propósitos.....	26
1.10.2 Ventajas y desventajas.....	27
1.10.3 Los principios asociativos.....	29
1.10.4 Producción.....	31
1.10.4.1 Definición.....	
1.10.4.2 Producción artesanal.....	

1.10.4.3	Factores de producción.....	
1.10.4.4	Tipos de producción artesanal.....	32
1.10.4.5	Análisis financiero.....	33
1.10.4.6	Calculo de razones.....	34
1.10.4.7	Estados financieros.....	35
1.10.4.8	Balance general.....	36
1.10.5	Diagnostico situacional.....	37
1.11	Estatuto de la asociación artesanal.....	41

CAPITULO II

2.	Diagnostico.....	51
2.1	Introducción.....	
2.2	Objetivos diagnósticos.....	52
2.3	Objetivo General.....	
2.4	Objetivos Específicos.....	
2.5	Variables.....	
2.6	Indicadores.....	
2.7	Relación del diagnóstico.....	54
2.7.1	Objetivos.....	
2.7.2	Variables.....	
2.7.3	Indicadores.....	
2.7.4	Técnicas de investigación.....	55
2.7.5	Fuentes de información.....	
2.8	Entrevista realizada a las madres guías de la asociación.....	56
2.8.1	Análisis FODA de la Asociación de madres guía.....	58
2.8.2	Mecánica operativa.....	60
2.8.3	Identificación de la población.....	
2.8.4	Identificación de la muestra.....	
2.9	Tabulación y Análisis de la información.....	62
2.10	Identificación de la población.....	75
2.10.1	Tabulación y análisis de la información.....	76
2.11	Resumen del diagnóstico FODA.....	86

2.12	Costales de cabuya.....	87
2.13	Elaboración de la tela de cabuya.....	88
2.14	Producto para la venta.....	89
2.15	Costales de fibra de polipropileno.....	

CAPITULO III

3.	Estudio de Mercado.....	92
3.1	Introducción.....	
3.1.1	El mercado.....	
3.2	Lugar donde se realizó el levantamiento de la información.....	93
3.3	Proyección de la demanda.....	94
3.4	Proyección de la oferta.....	95
3.5	Demanda Insatisfecha.....	96
3.6	Medidas de las cajas de madera.....	100
3.7	Dimensiones de las cajas.....	101
3.8	Determinación del precio.....	

CAPITULO IV

4.	Estudio Técnico	
4.1	Macrolocalización.....	103
4.2	Microlocalización.....	
4.3	Distribución del área total de la planta.....	104
4.4	Infraestructura.....	
4.5	Constitución de la microempresa.....	105
4.6	Requerimiento del personal.....	109
4.6.1	Valores a pagar mensual personal.....	
4.7	Manual de funciones.....	110
4.8	Organigrama.....	113
4.9	Requerimiento de activos.....	
4.10	Proceso de producción.....	115

4.11 Diagrama del flujo del proceso productivo.....	117
---	-----

CAPITULO V

5. Estudio Económico.....	119
5.1 Determinación de la Inversión inicial.....	
5.1.1 Inversión Fija.....	
5.1.2 Capital de trabajo.....	121
5.2 Estructura del financiamiento del proyecto.....	
5.2.1 Tabla de amortización.....	122
5.3 Cálculo del costo de capital.....	123
5.4 Presupuesto de ingresos.....	
5.5 Presupuesto de costos	124
5.6 Cuadro de depreciaciones.....	125
5.7 Estados Financieros.....	126
5.8 Presupuesto de caja	128
5.9 Balance general.....	129
5.10 Evaluación económica financiera.....	130
5.11 Tasa interna de retorno.....	131
5.12 Estado de resultados sin financiamiento.....	132
5.13 Presupuesto de caja sin financiamiento.....	134
5.14 Evaluación económica financiera sin financiamiento.....	135
5.15 Evaluación económica ajustada al riesgo 10%.....	138
5.16 Punto de equilibrio.....	141

CAPITULO VI

6. Análisis de impactos.....	142
6.1 Impacto Social.....	
6.2 Impacto Económico.....	143
6.3 Impacto Educativo.....	144

6.4 Impacto ecológico ambiental.....	145
Conclusiones.....	147
Recomendaciones.....	149
Bibliografía.....	151
Anexos.....	153
Anexo 1 Encuesta Dirigida a agricultores y productores de la zona.....	
Anexo 2 Encuesta dirigida a productores y comercializadores de empaque de embalaje.....	
Anexo 3 Entrevista Dirigida a las madres guías de la asociación.....	
Anexo 4 Fotografías de las cajas de madera terminadas.....	

RESUMEN EJECUTIVO

La parroquia de Imbaya mayormente agrícola, en la actualidad presenta grandes desafíos en lo que es la competitividad del sector; puesto que de ella depende el sustento diario de las familias y su progreso.

Ante esta inquietante realidad, la asociación de madres guías de San Luis de Imbaya cantón "Antonio Ante", pretende aportar en la economía de su localidad, al incursionar en la creación de una micro empresa productora y comercializadora de productos destinados al empaque y embalaje. Con el desarrollo de la mencionada actividad se pretende iniciar una actividad económica complementaria, que generará nuevos ingresos e insertará a los pobladores mujeres a una actividad económica productiva, generadora de ingresos a las familias.

La elaboración de cajas de madera y comercialización de los implementos agrícolas repercutirán directamente en la competitividad del sector, por cuanto se estima que los precios por dichos productos serán más económicos y al estar al alcance de sus demandantes no existirán grandes demoras para la obtención de los mismos aprovechando adecuadamente tiempo y recursos a las labores agrícolas. Además tendrá un equipamiento acorde a los avances tecnológicos siendo indispensable un financiamiento del 30% total de la inversión.

También deseamos llegar a un nivel óptimo de expansión utilizando otras estrategias de comercialización y centrando los esfuerzos en cubrir la demanda existente. Por lo expuesto se pone a consideración este proyecto que tiene la finalidad de la producción y comercialización de cajas de madera, costales e insumos agrícolas que lo que pretende es brindar un aporte socio económico y coadyuvar en las necesidades básicas, ser entes productivos para la sociedad generando empleo y esforzarse por brindar calidad en todos los procesos.

THEY SUMMARIZE EXECUTIVE

The parish of mostly agricultural Imbaya, at the present time presents big challenges in what is the competitiveness of the sector; since of her it depends the daily sustenance of the families and their progress.

In the face of this disturbing reality, the association of mothers guides of San Luis of Imbaya - canton "Antonio Ante", it seeks to contribute in the economy of their town, when intruding in the creation of a micro company producer and comercializadora of products dedicated to the packing and packing. With the development of the mentioned activity he/she seeks to begin a complementary economic activity that will generate new revenues and it will insert the residents women to a productive economic activity, generating of revenues to the families.

The elaboration of wooden boxes and commercialization of the agricultural implements will rebound directly in the competitiveness of the sector, since he/she is considered that the prices for this products will be but economic and when being within reach of their plaintiffs big delays they won't exist for the obtaining of the same ones taking advantage of time and resources appropriately to the agricultural works. He/she will also have an in agreement equipment to the technological advances being indispensable a financing of 30 total% of the investment.

We also want to arrive at a good level of expansion using other commercialization strategies and centering the efforts in covering the existent demand. For that exposed he/she puts on to consideration this project that he/she has the purpose of the production and commercialization of wooden boxes, sacks and agricultural inputs that what seeks is to offer a contribution economic partner and to cooperate in the basic necessities, to be productive entities for the society generating employment and to make an effort to offer quality in all the processes.

CAPITULO I

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1. CONCEPTOS

Según **GARZA**, Juan (1999), dice: Todo ente con vida propia que asociando personas y capital por medio del trabajo en determinado mercado, satisface una o varias necesidades existentes o incentivadas en términos de productos o servicios obteniendo una rentabilidad razonable u obteniendo lo necesario para compensarse por todos los costos agregados y gastos relacionados con el esfuerzo de producción o de servicio.

Organismo económico que mediante la combinación del capital y el trabajo, elabora transporta y/o distribuye los productos entre los consumidores, de tal manera que, por medio de la inversión del capital en bienes instrumentales o directos, obtiene o pone a disposición con la colaboración del trabajo (y las fuerzas naturales en algunos casos) bienes de consumo que, al venderlos o transportarlos, le permiten obtener de nuevo el capital, más una utilidad que es el objeto de la misma; lo que caracteriza a la empresa en su propósito lucrativo y el riesgo que supone toda actividad especulativa.

La empresa es una modalidad específica de organización, su finalidad es netamente económica. Todas las empresas son organizaciones, pero no todas las organizaciones son empresas. La organización es el género, la empresa una especie del complejo mundo de las organizaciones.

La más sencilla descripción de la empresa es afirmar que es una comunidad de personas que aportan lo que poseen y lo que son, con un fin de servicio mutuo y de complementación. Es una invención humana, diseñada para satisfacer mejor sus necesidades, mediante la unión de esfuerzos y recursos bajo una dirección que le permite cumplir sus propósitos y aportar beneficios a la sociedad. La empresa es sinónimo de negocio por su búsqueda de:

Recursos.

1.1.1 Rentabilidad y productividad.

1.1.2 Beneficios o utilidades.

1.1.3 Satisfacción de necesidades.

Según **GARZA**, Juan (1999), dice: Las empresas constituyen una de las más complejas y admirables instituciones sociales que la creatividad y el ingenio humano hayan construido, no existen empresas semejantes, pues su principal característica es la diversidad.

Las empresas como organizaciones sociales.- en la moderna sociedad en que vivimos casi todo el proceso productivo se realiza dentro de lo que llamaremos organizaciones. Una de las razones que explica la gran variedad y diversidad de las organizaciones en el mundo actual es el hecho de que la organización es el más eficiente medio de satisfacer un gran número de necesidades humanas; debido a sus limitaciones físicas, biológicas y psicológicas, el ser humano busca mediante la cooperación con sus semejantes, conjugar esfuerzos para alcanzar objetivos que no podría conseguir solo. Existen tres razones que explican la existencia de las organizaciones:

a. Sociales.-

Las personas son seres gregarios que necesitan relacionarse con otras personas para vivir, entonces las personas se organizan a causa de esta necesidad y tratan de conseguir satisfacciones sociales que sólo las organizaciones pueden brindarles.

b. Materiales.-

Las personas se organizan para conseguir lo que jamás lograrían aisladas.

a. Aumento de habilidades:

Las organizaciones permiten que las personas amplíen sus habilidades y ejecuten sus funciones con más eficiencia que si estuviesen trabajando solas.

b. Reducción de tiempo:

Las organizaciones tienen gran capacidad de reducir el tiempo requerido para lograr los objetivos, pues los consiguen con mayor rapidez, al obtener un ahorro de tiempo y esfuerzo muy importante.

c. Acumulación de conocimientos:

Las organizaciones disponen de medios para que las personas aprovechen la experiencia y la vivencia de los demás, permitiendo que el conocimiento producido se acumule y se almacene para lograr una comunicación efectiva con todos los miembros.

c. Efecto sinérgico.-

Las organizaciones presentan un efecto multiplicador de las actividades de sus miembros. En consecuencia, el resultado de la tarea organizacional es mayor que la simple suma de las tareas individuales

Las empresas son ciertas clases de organizaciones o unidades sociales que buscan alcanzar objetivos específicos, y su razón de ser es cumplirlos.

1.2. OBJETIVOS

Según el tamaño de la empresa podemos enfatizar que el objetivo primordial y egoísta de maximizar las utilidades guarda relación con el capital empleado; es decir el objeto de la empresa estará entonces más evidentemente vinculado a la comunidad en donde florece y a las personas que trabajan dentro de ella.

Las empresas son un invento de los seres humanos, necesarias por tres razones fundamentales:

1.2.1 Alcanzar objetivos.

1.2.2 Conservar la experiencia.

1.2.3 Lograr permanencia.

1.2.1 Alcanzar objetivos.-

El hombre crea empresas para trabajar, producir, divertirse, investigar, aprender, ayudar, convivir, etcétera. Su límite es la necesidad de un entorno social y los recursos de los que se dispone.

1.2.2 Conservar la experiencia.-

Una empresa tiene una memoria colectiva: registra, documenta y conserva, toda empresa depende del aprendizaje acumulado a través de milenios, constituido por tradiciones, costumbres y experiencias de valor para las generaciones.

1.2.3 Lograr permanencia.-

Necesitamos estructuras sociales como las empresas que perpetúen lo que el hombre desea conseguir y sobrepasen su existencia.

Uno de los objetivos de la empresa es una situación deseada que ella pretende alcanzar. Desde esta perspectiva, los objetivos empresariales cumplen muchas funciones como:

- a.** Al representar una situación futura, los objetivos indican una orientación que la empresa trata de seguir, y establecen líneas rectoras para la actividad de los participantes.
- b.** Constituyen una fuente de legitimidad que justifica las actividades de una empresa y su propia existencia.
- c.** Sirven como estándares que permiten a sus miembros y a los extraños comparar y evaluar el éxito de la empresa, es decir, su eficiencia y su rendimiento.
- d.** Sirven como unidad de medida para verificar y comparar la productividad de la empresa o de sus órganos, e incluso de sus miembros.

Los objetivos naturales de una empresa son:

- a.** Satisfacer las necesidades de bienes y servicios que tiene la sociedad.
- b.** Proporcionar empleo productivo a todos los factores de producción.
- c.** Aumentar el bienestar de la sociedad mediante el uso económico de los factores de producción.
- d.** Proporcionar un retorno justo a los factores de entrada.
- e.** Crear un ambiente en el que las personas pueden satisfacer una parte de sus necesidades humanas normales.

Conviene recordar que:

- a.** Cuando un objetivo se convierte en realidad, deja de ser deseado y reconvierte en situación real. Un objetivo es un estado que se busca, no un estado que se posee.

- b. Existen muchas empresas que legitiman o tienen dos o más objetivos.
- c. Casi todas las empresas poseen un órgano formal que establece los objetivos iniciales y determina modificaciones posteriores.
- d. Pueden ocurrir cambios y sustituciones de objetivos para los cuales la empresa no fue creada y para los que los recursos no son adecuados o suficientes.
- e. Los resultados de una empresa se pueden medir, en la medida que alcanzan sus objetivos, la eficiencia está relacionada con el logro de los objetivos organizacionales.

1.3. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

Las empresas producen bienes o servicios, emplean personas, utilizan tecnologías, requieren recursos y, sobre todo, necesitan administración. Las empresas se diferencian de las demás organizaciones sociales por las siguientes características:

1.3.1 Las empresas están orientadas a obtener ganancias: aunque el objetivo final de las empresas sea producir bienes o servicios, su propósito inmediato es conseguir utilidades, es decir, obtener el retorno financiero que supere el costo.

1.3.2 Las empresas asumen riesgos: los riesgos implican tiempo, dinero, recursos y esfuerzo. Las empresas no trabajan en condiciones de certeza. El riesgo se presenta cuando la empresa conoce ciertas consecuencias de sus negocios, y puede emplear este conocimiento para pronosticar la posibilidad de que ocurran. Se acepta que el riesgo de las operaciones

empresariales es un ingrediente inherente a los negocios e incluso, que puede llevar a la pérdida total de las inversiones realizadas.

1.3.3 Las empresas son dirigidas por una filosofía de negocios: los administradores generales de la empresa toman decisiones acerca de mercados, costos, precios, competencia, normas del gobierno, legislación, coyuntura económica, relaciones con la comunidad y sobre asuntos internos de comportamiento y estructura de la empresa. Las empresas producen bienes o servicios para atender las necesidades de la sociedad y, por tanto, no sólo deben demostrar vitalidad económica, sino también aceptar las responsabilidades relacionadas con los consumidores, los empleados, los accionistas y la sociedad en conjunto.

1.3.4 Las empresas se evalúan generalmente desde el punto de vista contable: el enfoque contable es importante, pues las inversiones y los retornos deben registrarse, procesarse, resumirse y analizarse de manera simplificada, y medirse en términos de dinero. No obstante, los activos intangibles (conocimiento, talento, potencial, etcétera) están modificando en la actualidad esta situación. El valor de mercado de las empresas se asocia cada vez más con los activos intangibles (capital intelectual), y no con sus activos tangibles (patrimonio físico).

1.3.5 Las empresas deben ser reconocidas como negocios por las demás organizaciones y por las agencias gubernamentales: en otros términos, las empresas se consideran productoras de bienes o servicios, y como tal son requeridas por otras empresas que les suministran entradas, consumen sus salidas e incluso compiten con ellas o les cobran intereses e impuestos.

1.3.6 Las empresas constituyen propiedad privada: que debe ser controlada y administrada por sus propietarios, accionistas o administradores profesionales.

1.4. RECURSOS

Toda empresa para subsistir necesita contar con cinco valores básicos a saber: valor humano, valor capital, valor producto o servicio, valor mercado y valor ético.

1.4.1 Valor Humano.-

El valor humano es quizá el más importante de los cinco, tenemos a los directores y ejecutivos y al personal, y las responsabilidades que deben asignarse a ese grupo humano para que la empresa funcione como tal.

1.4.2 Valor Capital.-

En ciertas actividades tiene mayor importancia que en otras, ya que ciertas industrias requieren ingentes inversiones, tales como la siderurgia, la industria del petróleo, la petroquímica; los capitales fluyen al proyecto y conforman la base de constitución de la empresa, el capital necesita rentabilidad asegurada y seguridad jurídica.

1.4.3 Valor Producto.-

El producto o servicio es otro valor o elemento vital; el producto puede ser destinado a consumo masivo o selectivo, puede ser un bien semidurable, o un bien durable.

1.4.4 Valor Mercado.-

El mercado para el producto o servicio puede existir ya desarrollado, o a medio desarrollar, o inclusive en estado latente.

1.4.5 Valor Ético.-

El valor ético en una empresa es primordial tanto en la formulación de sus objetivos como en la elaboración de sus políticas; tanto en la organización y relaciones internas de la empresa como en su actividad para con el mundo exterior: clientes, proveedores, gobierno, etc.

Administrar es conseguir que las tareas se ejecuten de la mejor manera posible utilizando los recursos disponibles para alcanzar los objetivos.

Es tradicional señalar que los factores de producción que intervienen en todo proceso productivo son la naturaleza, el capital y el trabajo. La naturaleza proporciona los materiales y las materias primas que deben procesarse y transformarse en productos o servicios prestados.

El capital provee los medios de pago para adquirir u obtener materiales o materias primas necesarias y para remunerar la fuerza laboral empleada. El trabajo representa la intervención humana o física en los materiales y materias primas para convertirlas en productos acabados o servicios prestados.

Sin recursos no se pueden conseguir los objetivos. Los recursos son medios que las empresas poseen para lograr sus objetivos y realizar sus tareas: son bienes o servicios consumidos en la realización de las actividades empresariales y constituyen los insumos o entradas necesarios para elaborar el producto final o el servicio prestado por la empresa.

Los cinco grupos de recursos empresariales pueden esquematizarse de la siguiente manera:

1.5. CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS EMPRESARIALES

Recursos	Contenido principal	Denominación Tradicional
Materiales y planta física	Edificios y terrenos Maquinarias Equipos Instalaciones Materias primas Materiales Tecnología en producción	Naturaleza (Materials and machinery)
Financieros	Capital Flujo de dinero Crédito Gastos financiación Ingresos Financiación Inversiones	Capital (Money)
Humanos	Directores	

	Gerentes Jefes Supervisores Empleados de oficina Obreros Técnicos	Trabajo (Man)
Mercadológicos	Mercado de clientes, Consumidores Usuarios	No tiene correspondencia (Marketing)
Administrativos	Planeación Organización Dirección Control	Empresa (Management)

1.5.1 Físicos o materiales:

Recursos necesarios para ejecutar las operaciones básicas de la empresa, bien sea para prestar servicios especializados o producir bienes o productos. Los recursos materiales constituyen el espacio físico, los predios, los edificios y los terrenos, el proceso productivo, la tecnología que los orienta y los métodos y procesos de trabajo dirigidos a la producción de bienes y servicios elaborados por la empresa.

1.5.2 Financieros:

Se refieren al dinero-en forma de capital, flujo de caja (entradas y salidas), empréstitos, financiación, créditos, etcétera., de disponibilidad inmediata o mediata para enfrentar los compromisos de la empresa. Los recursos financieros garantizan el suministro de los medios para adquirir u obtener los demás recursos necesarios para la empresa. Es común medir los recursos físicos o materiales en términos financieros, como el valor de las máquinas y equipos de la empresa.

1.5.3 Humanos:

Son las personas que ingresa, permanecen y participan en la empresa, cualquiera que sea su nivel jerárquico o la tarea que desempeñen. Los recursos humanos se distribuyen en el nivel institucional de la empresa (dirección), en el nivel intermedio (gerencia y asesoría) y en el nivel operacional (técnicos, empleados y obreros, además de los supervisores de primera línea). Constituyen el único recurso vivo y dinámico de las empresas, deciden qué hacer con los demás recursos inertes y estáticos, y los manejan. Las personas aportan a las empresas habilidades, conocimiento, actitudes, comportamientos, percepciones, etc.; las personas son diferentes entre sí y constituyen un recurso muy diversificado, gracias a las diferencias individuales de personalidad, experiencia, motivación, etcétera.

1.5.4 Mercadológicos:

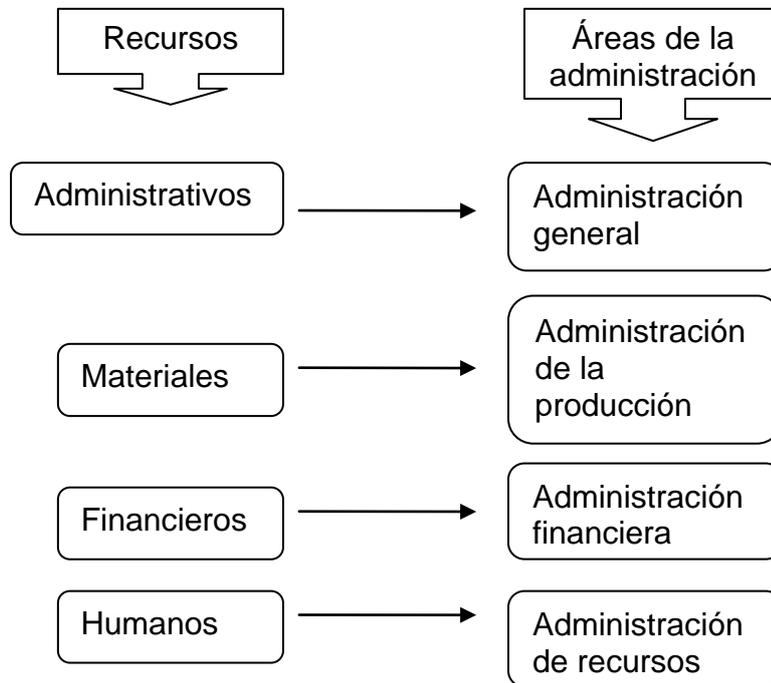
Medios que la empresa utiliza para localizar, entrar en contacto e influir en sus clientes o usuarios. En este sentido, los recursos mercadológicos incluyen también el mercado de consumidores y los clientes de los productos o servicios ofrecidos por la empresa. En consecuencia, los recursos mercadológicos comprenden todas las actividades de investigación y análisis de mercado (de consumidores y de competidores), la promoción, la publicidad, la distribución de los diferentes productos a través de los canales adecuados, el desarrollo de nuevos productos para satisfacer la demanda del mercado, la definición de precios, la asistencia técnica al consumidor, etcétera. Si no existen los recursos mercadológicos, de nada servirán los demás recursos de la empresa pues si ésta fuese despojada de sus clientes, consumidores o usuarios, perdería su propia razón de existir.

1.5.5 Administrativos:

Medios empleados en la planeación, organización, dirección y control de las actividades empresariales. Incluye todos los procesos de toma de decisiones y distribución de información necesaria, además de los esquemas de coordinación e integración utilizados por la empresa.

Normalmente, cada conjunto de recursos empresariales semejante se administra dentro de un esquema de división del trabajo y especialización de actividades, al

cual se denomina diferenciación. A cada área de recursos corresponde una especialidad de la administración:



1.6. TIPOS O CLASIFICACIÓN

Modalidades de Empresas: Las empresas pueden ser clasificadas de acuerdo con los distintos criterios que se enumeran a continuación:

Criterio	Modalidad			
Por su finalidad	Lucrativas		No Lucrativas	
Por su actividad	Industriales	Comerciales	Agrícolas	Servicios
Por el Origen de su capital	Privada		Pública	
Por su estructura legal	Personas Físicas		Personal Morales	

1.6.1 Por su finalidad:

1.6.1.1 Organizaciones lucrativas.-

Buscan beneficios económicos, se crean para producir bienes y servicios rentables y están constituidas por personas que desean multiplicar su capital y obtener beneficios o utilidades que se denominan dividendos.

1.6.1.2 Organizaciones no lucrativas.-

Como su nombre lo indica no persiguen fines de lucro. Manejan recursos, pero no obtienen utilidades, manejar recursos y hacer uso óptimo de los mismos, para obtener beneficios, pero no utilidad o lucro; la finalidad de las empresas no lucrativas es comúnmente asistencial, educativa, cultural, intelectual, social o recreativa.

Organizaciones lucrativas	Organizaciones no lucrativas
Obtener un rendimiento económico	Cumplir una función social
Esfuerzos para vender sus satisfactores	Esfuerzo para promover y difundir sus valores
Entender los gustos y preferencias	Entender las necesidades sociales y culturales
Lealtad de los clientes	Cambio de actitudes
Indiferencia	Indiferencia
Preferencia	Preferencia
Compra	Apoyo

1.6.2 Por su actividad: industriales, comerciales, agrícolas y de servicios.

1.6.2.1 Empresas industriales.-

Son las que realizan actividades de transformación, reciben insumos o materias primas y les agregan valor, al incorporarles procesos productivos.

1.6.2.2 Empresas agrícolas.-

Ganaderas, pesca o silvícolas, son las dedicadas a las mismas actividades que su nombre lo indica.

1.6.2.3 Empresas comerciales.-

Sólo realizan procesos de intercambio, son establecimientos que se dedican a comprar y vender satisfactores. Agregan el valor de la distribución o la disponibilidad.

1.6.2.4 Empresas de servicios.-

Se caracterizan por llevar a cabo relaciones e interacciones sin importar los atributos físicos. Los servicios son relación, negociación, comunicación. Un servicio es una idea, es una información o una asesoría. Servicios es el primer lugar del proceso.

¿Cuáles son las empresas de servicios?

Los servicios pueden ser prestados por instituciones que denominaremos empresas o por personas físicas.

¿Qué caracteriza a los servicios?

1.6.2.4.1 Son intangibles

1.6.2.4.2 Son heterogéneos

1.6.2.4.3 Caducan

Los servicios son intangibles. Contrariamente a los productos materiales no se los puede tocar, probar, oler o ver. Los consumidores que solicitan servicios, generalmente no tienen nada tangible que colocar en la bolsa de compra.

Los servicios son heterogéneos, es decir, los servicios varían porque se llevan a cabo por personas. No tienen la estandarización de un producto.

Los servicios están afectados de caducidad, es decir, no se pueden almacenar, se tienen que usar cuando están disponibles.

1.6.3 Por el origen de su capital: empresa privada y empresa pública.

1.6.3.1 Empresa privada.-

Son constituidas y administradas por los particulares, los empresarios son los que se encargaron de crear, sostener y acrecentar el patrimonio y los resultados de la empresa. El empresario requiere de iniciativa para encontrar y aprovechar las oportunidades y automotivación personal para enfrentar incertidumbres y riesgos.

Un empresario sería lo siguiente:

- 1.6.3.1.1** Búsqueda de hallazgo de oportunidades económicas.
- 1.6.3.1.2** Manejo de los recursos financieros necesarios para el logro y realización de los proyectos de la empresa.
- 1.6.3.1.3** Selección y capacitación de los recursos humanos.
- 1.6.3.1.4** Responsabilidad última (más allá del director de la administración de la empresa).
- 1.6.3.1.5** Afrontar mayor parte de la incertidumbre y el riesgo, y responsabilizarse de reducirlos al mínimo.
- 1.6.3.1.6** La responsabilidad última de mantener un espíritu de reto en la organización.
- 1.6.3.1.7** Realizar todas las negociaciones (políticas, financieras, laborales, etcétera) necesarias.
- 1.6.3.1.8** Recolectar y utilizar toda la información útil.
- 1.6.3.1.9** Resolver las crisis.
- 1.6.3.1.10** Ser un buen líder.

Las empresas privadas fueron las primeras en reconocer, por motivos de supervivencia, la necesidad de la administración, toda empresa particular está obligada a tener una operación sana: invertir, producir, vender, obtener utilidades. La empresa se caracteriza por:

Formarse debido a la iniciativa de los particulares.

Buscar la rentabilidad y la productividad operacional.

Persiguen una finalidad lucrativa o de obtención de beneficio económico.

Establecerse para satisfacer necesidades de una sociedad determinada.

1.6.3.2 Empresa pública.-

Está determinada por las actividades que el Estado se reserva para su administración. Una de sus categorías son organizaciones productivas que, por su importancia, el estado ha decidido manejar por su cuenta. Estas compañías han sido denominadas paraestatales, cuyo ejemplo mayor es Petroecuador.

La empresa pública también comprende organizaciones que tienen una función social o asistencial, por ejemplo, el Instituto ecuatoriano de Seguridad Social IESS o el Instituto Nacional de La Familia INNFA.

Las empresas públicas generaron, bajo la protección subsidiada del Estado, numerosos fideicomisos, cooperativas, uniones, asociaciones, etcétera

1.6.4 Por su estructura legal:

1.6.4.1 Personas físicas.-

Son todas las personas o individuos que poseen, por el hecho de serlo, obligaciones y derechos de goce y ejercicio.

1.6.4.2 Personas morales.-

Son:

1.6.4.2.1 Las naciones, los estados y los municipios

- 1.6.4.2.2 Las corporaciones de carácter público reconocidas por la ley
- 1.6.4.2.3 Las sociedades civiles y/o mercantiles
- 1.6.4.2.4 Los sindicatos y las asociaciones profesionales
- 1.6.4.2.5 Las sociedades cooperativas y mutualistas
- 1.6.4.2.6 Las asociaciones de recreación o de cualquier otro fin lícito, siempre que no fueran desconocidas por la ley.

Son sociedades mercantiles las siguientes:

Sociedad en nombre colectivo.- Es una sociedad mercantil, personalista, que existe bajo una razón social y en la que los socios responden subsidiaria, ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales.

Sociedad en comandita simple.- Es una sociedad mercantil, personalista, que existe bajo una razón social y se compone de uno o varios socios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidaria de las obligaciones sociales y de uno o varios comanditarios, que sólo están obligados al pago de sus aportaciones.

Sociedad en comandita por acciones.- Es una sociedad mercantil, con denominación o razón social de capital fundacional, dividido en acciones, en la que sus socios sólo responden con sus aportaciones, salvo uno de ellos, al menos, que debe responder solidaria, subsidiaria e ilimitadamente por las deudas sociales.

Sociedad de responsabilidad limitada.- Es una sociedad mercantil con denominación o razón social, de capital fundacional, dividido en participaciones no representables por títulos negociables, en la que los socios sólo responden con sus aportaciones, salvo en los casos de aportación suplementaria y accesorio permitida por la ley.

Sociedad cooperativa.- Es una sociedad mercantil, con denominación de capital variable, fundacional, dividido en participaciones iguales, cuya actividad social se presta exclusivamente a favor de sus socios que sólo responden limitadamente por las operaciones sociales.

Sociedad anónima.- Es una sociedad mercantil con denominación de capital funcional dividido en acciones, cuyos socios limitan su responsabilidad al pago de las mismas.

Sociedad anónima de capital variable.- En las sociedades de capital variable, el capital social es susceptible de aumentar por aportaciones posteriores de los socios o por admisión de nuevos socios y de disminuir por retiro parcial o total de las aportaciones, sin más formalidades que las establecidas en la ley.

1.7. LAS MICROEMPRESAS

1.7.1. INTRODUCCIÓN

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

El contexto, conceptualizaciones, razones y emociones del surgimiento de la Microempresa es en síntesis el abordaje de este papel de trabajo, esperando que pueda él contribuir a la reflexión sobre iniciativas económicas o empresariales allende de sus fronteras, si es que las hubiere,

Las contradicciones propias de las sociedades no industrializadas, en las que el crecimiento de la población económicamente activa supera con creces los medios de producción disponibles, ha dejado a un vasto sector de la población al margen del sector moderno o formal de la economía.

Este otro sector denominado frecuentemente economía informal cuenta incluso con representaciones tan antiguas, históricas y hasta bíblicas como aquellos mercaderes del templo echados por Jesús de Nazaret, así como también con otras menos sagradas como el oficio más antiguo de la humanidad: la prostitución.

En Ecuador, recientemente, desde hace menos de una década el Estado inició la ejecución de políticas públicas destinadas a palear las consecuencias sociales de los Planes Económicos de Ajuste Estructural.

En este sector encontramos un sinnúmero de iniciativas económicas que van desde las menos rentables hasta las más, desde las más transitorias hasta las más estables, desde el comercio, pasando por el servicio y la artesanía, hasta la manufactura. Desde las “trabajadoras sexuales” hasta un laboratorio de lentes de contactos, una procesadora de pina en almíbar o el “sifrino” que vende prendas y calzado deportivo en su moderno automóvil en las afueras de los parques frecuentados por trotones mañaneros.

Sin entrar a efectuar conceptualizaciones que difícilmente ocupan pocas páginas o se mantienen estáticas en el tiempo y libres de tendenciosidad ideológica, es preciso advertir que la discusión sobre la dinámica, causas, consecuencias y consideraciones, incluso políticas, sobre este sector apenas se inicia, señalando con ello más el camino que falta por transitar que el ya recorrido.

1.8. ¿QUÉ ES LA MICROEMPRESA?

En este vasto sector social plagado de un sinnúmero de iniciativas económicas como las señaladas en párrafos anteriores, se ubica a la microempresa a un tipo de iniciativa que pareciera ser más “estable” o por lo menos no “transitoria”, las cuales son emprendidas por personas generalmente de escasos ingresos.

Estas iniciativas denominadas Microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han encontrado motivados por la situación de desempleo, para complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar las habilidades y destrezas con las que se cuentan.

En cuanto al estrato social de origen cada vez es más difícil precisarlo, bien porque aquellos denominados “clase media” se han fusionado con estratos inferiores en una movilización social vertical descendente, o porque en prevención de ello sus integrantes están optando por formas alternativas y complementarias para generar ingresos, en un esfuerzo por enfrentar la merma de la calidad de vida hasta ahora disfrutada.

1.8.1 PLATAFORMA DE ACCIÓN DE LA MICROEMPRESA

Según la revista **Plan Bicentenario con Enfoque de Género Empresarial**, Distrito Metropolitano de Quito, (2006), dice: La iniciativa mujer y Microempresa es un proyecto piloto en el que participan más de 350 mujeres del sector microempresarial.

El principal objetivo de la misma consiste en facilitar espacios para que las empresarias se involucren, en el desarrollo y adecuación de los servicios existentes y en abogar los ajustes necesarios en la legislación y en las regulaciones que rigen en el sector de la microempresa.

La fase piloto de la iniciativa que se inicio en febrero de 1998, incluyó una serie de talleres en el ámbito nacional, en los cuales las empresarias deliberen las situaciones que afecten a las mujeres del sector microempresarial y sobre los servicios y productos necesarios para el crecimiento y expansión de las empresarias. A principios de junio de 1999 más de 40 empresarias participaron en la Reunión de Consolidación de la Iniciativa Mujer y Microempresa.

Algo más que conviene mencionar es que el nivel de desarrollo de esas empresas y su crecimiento en términos de empleo, utilidades de productividad es de suma importancia para la economía nacional, ya que se genera un puesto de trabajo.

Ahora bien las características de sus negocios, los montos de inversión, la tecnología incorporada y las estrategias seguidas para su crecimiento, sugieren que existe una marcada heterogeneidad en el desempeño de los pequeños empresarios y de sus microempresas.

1.9. QUÉ MOTIVA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA?

La generación de una idea de negocio y el emprendimiento de ésta, se realiza desde diversas razones, emociones y motivaciones:

- 1.9.1** La pérdida de un trabajo, la posibilidad de contar con un socio o amigo que acompañe un proyecto, la tenencia de ahorros o un arreglo contractual por trabajo anterior.
- 1.9.2** La percepción o identificación de una oportunidad como la existencia de un socio capitalista, la posibilidad de un equipo o maquinaria que se posee.
- 1.9.3** Un entorno donde se identifican posibilidades de éxito, bien porque existe una necesidad insatisfecha o un producto susceptible de ser mejorado.

Estas razones y emociones permiten identificar, en primera instancia, una Taxonomía Simple que contribuya a interpretar el proceso de surgimiento de una Microempresa, si es que su proceso difiere al de casi cualquier empresa. En segunda instancia, se realizan algunas combinaciones entre las formas simples, pretendiendo lograr el mayor acercamiento posible a esta realidad.

La selección de variables utilizadas responde más a la asociación existente entre ellas, que a algún esquema conceptual conocido, existiendo por ello combinaciones de aspectos o variables referidas a “contenido” y otras más cercanas a “procesos”.

Así tenemos que, las empresas surgen con base en la urgencia, la oportunidad de mercado, la oportunidad tecnológica o la oportunidad financiera, pudiéndose suceder diversas composiciones o combinaciones entre estas formas simples que sirven de punto de partida para su interpretación básica.

1.9.1. Con base en la urgencia

Cuando se genera la idea de negocio inicial se requiere madurarla y en muchos casos es evidente la dificultad para comprender y hacer proceso. Necesidades individuales y familiares pueden ser tan presionantes que a menudo se convierten en “urgencias”, contribuyendo a abandonar el proyecto o apresurar su ejecución sin hacer un proceso previo.

La “urgencia coyuntura” disminuye el tiempo para hacer proceso; el corto placismo se impone por las necesidades no satisfechas, y la empresa creada sometida a todas las presiones externas e internas tiene menos condiciones para el éxito, signando así su comportamiento futuro.

1.9.2. Con base en la urgencia y la oportunidad de mercado

Cuando la urgencia es combinada con la identificación de una oportunidad de mercado, se tiende a optar por iniciativas transitorias en sectores económicos con escasas barreras de entrada y salida, como el buhonerismo o a lo sumo la elaboración de alimentos caseros: empanadas, tortas, pan. Así mismo, encontramos unidades de producción de servicios personales: servicio de costura y peluquería entre otras.

Todas ellas signadas a futuro por las condiciones económicas que motivaron su surgimiento y la emocionalidad que le acompañó: angustia, estrés, depresión, desesperación, rabia, etc. De esta manera, las posibilidades de tránsito a otros estadios de desarrollo más allá del Autoempleo, se ven dificultadas.

En el mejor de los casos, este tipo de emprendedor estará fuertemente convencido de que con un buen impulso de ventas, un “puerta a puerta”, con su capacidad de persuasión colocará el producto en el mercado, lográndolo en no

pocas ocasiones, pareciéndose más a un vendedor que fabrica que a un fabricante que vende, como vaya viniendo vamos viendo, será su grito de guerra.

1.9.3. Con base en la urgencia y la oportunidad financiera

La percepción de la oportunidad de obtener un apoyo crediticio por parte de algunos de los tantos programas de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa, conjugada con la urgencia del emprendedor deriva, generalmente, en la combinación más nefasta, pernicioso y perverso para la creación, desarrollo y consolidación empresarial.

El emprendedor tiende a suplir sus necesidades insatisfechas, incluso aquellas alojadas en las cicatrices psicológicas de la pobreza de donde generalmente proviene éste.

A lo sumo intentará satisfacer estas necesidades, incluso las más suntuarias y banales para su estrato socioeconómico, tratando a su vez, infructuosamente, de levantar el vuelo de su idea de negocios pero con importantes plomos en sus alas, si sólo se consideran los requerimientos de capital, obviando aquellos que él escasamente o nunca consideró: mercado, conocimiento del oficio, etc.

1.9.4. Con base en la oportunidad tecnológica

El emprendedor conoce el oficio, ha generado una invención, percibe la oportunidad de explotar una maquinaria o equipo innovador, o cuenta con la posibilidad de hacerse de una receta, fórmula o proceso poco conocido o innovador para elaborar un producto.

Estas son algunas de las condiciones frecuentes con base en las cuales es creada una empresa. Se sostiene, generalmente, en la creencia de que solo basta un buen producto para generar una empresa; la capacidad para elaborar un producto es igual a empresa con herramientas apropiadas, modernas máquinas y equipos que conforman una empresa.

1.9.5. Con base en la oportunidad tecnológica y financiera (La empresa miope)

Contar con el financiamiento necesario para la adquisición de las maquinarias y equipos requeridos para la elaboración de ese ¡fabuloso! producto que bien lo sabe elaborar, además de sus matices de innovación, gracias a los equipos tecnológicamente modernos o a las fórmulas o recetas de su propia inventiva o prestadas, es frecuentemente el credo de estos emprendedores.

Un credo insuficiente que no alcanza a invocar el éxito empresarial, al no elevar la plegaria a las “tres divinas personas” en su acepción sagrada, o a las paganas “tres potencias” (*Mercado, tecnología y capacidad gerencia*).

La recién creada empresa no alcanza sus estimaciones de producción (indicador preferido por estos emprendedores), transitan algún tiempo esperando que la gente acuda masivamente a comprar el fabuloso producto. En el mejor de los casos, logran vender alguna cantidad pero no tarda mucho tiempo en encenderse todas las sirenas y alarmas de la empresa. No cuenta con efectivo para cubrir gastos operacionales, se reducen los gastos, se intenta alguno que otro medio de promoción con poca certeza de su efecto. No sabe que hacer, las luces rojas y los sonidos de alarma lo atormentan noche y día. Se deprime. ¡Ya invertí en publicidad, le explico a la gente las ventajas de mi producto, bajé más los precios.... pero es que la gente no entiende, es pichirre, no quiere invertir en calidad, le gusta la baratija y mí producto es de mucha categoría!. Este suele ser el llanto desesperado de este emprendedor.

Y lo más probable es que ya no cuente con el efectivo necesario para emprender un plan de mercadeo acorde a las necesidades de la empresa y menos aún para sufragar los costos de una consultoría, la cual le parecerá demasiado "cara". En fin, una buena oportunidad para el consultor de retar su vocación de psicólogo con alguna que otra técnica "penelinguística".

1.9.6. Con base en la oportunidad de mercado y la tecnología (El empresario)

La combinación de ambas oportunidades, de mercado y tecnología, entendiendo ésta última como conocimiento y dominio del oficio, allende del nivel de innovación que contenga el proceso, el producto o las maquinarias y equipos, propicia el surgimiento de la empresa en condiciones prometedoras sobre su posterior desarrollo y consolidación.

El financiamiento, si bien no deja de ocupar un lugar importante dentro del proceso de creación de la empresa, no se convierte en el punto de partida ni de llegada. Su importancia se ubica más en un cómo que en un porque, más en un medio que en un para que. Pudiendo considerar formas alternativas de consecución de financiamiento al ofrecido por instituciones de apoyo a la Micro o a la PYME.

Puede ser más proclive a considerar la conformación de sociedades con base en la complementariedad de las habilidades y destrezas de los socios.

1.10. LA ASOCIACIÓN

POSSO, Miguel (2002), dice: La Asociación tiene un campo de acción extraordinario, y sus posibilidades son enormes. Todo depende, naturalmente, de la importancia que los gobiernos y las sociedades de las diferentes naciones en donde existe este sistema, se lo den.

En la doble implementación de ser: asociación voluntaria de personas, o sea una política social inducida; y, de incorporarse como capital dentro de la economía nacional, es decir, una empresa social de desarrollo.

La Asociación es una entidad basada en la autonomía de voluntad de las personas que la integran para satisfacer sus necesidades económicas, así como las de naturaleza cultural y social, mediante el esfuerzo propio y la ayuda mutua.

POSSO, Miguel (2002), dice: La asociación es un grupo de personas, pequeño o grande, con el compromiso de asociar su acción sobre las bases de democracia y autoayuda en orden a asegurar un servicio o acuerdo económico que es, a la vez, socialmente deseable y beneficioso para todos los que participan.

La asociación es, antes que cualquier otra cosa, una sociedad de y entre personas, una reunión voluntaria de energía humana.

1.10.1. FINALIDADES O PROPÓSITOS

Las asociaciones de personas como formas de asociación objetiva son formas de agrupación humana con fines sociales, económicos y culturales, el sector asociativo interviene simplemente como participante: en el mercado de capitales-cooperativas de crédito, en el mercado de bienes-cooperativas de consumo, en el mercado de servicios-cooperativas de vivienda y transporte de modo preferencial.

Los que se adhieren a una asociación no persiguen intereses de categoría o clase, aunque pudieran hacerlo, sino un propio interés económico, cultural, social; la asociación es de y para los que la trabajan.

La asociación no persigue el fin de lucro, pretende sustituir el sistema económico basado en el lucro por un modelo de relaciones solidarias basadas en el esfuerzo común

¿Qué significa que la cooperativa no es una empresa lucrativa?

Primero, la asociación es un medio de valorización del trabajo, la capacidad adquisitiva de la población, el fortalecimiento del pequeño productor, comerciante, empresario, a diferencia de la empresa lucrativa, el poder asociativo está en función de la persona como socio, sea trabajador, consumidor, agricultor, comerciante.

Segundo la asociación es una empresa de servicio, integradora de la economía de sus asociados, los excedentes que obtiene pertenecen no a la empresa sino al asociado.

Tercero, la asociación no es una institución que trasciende el interés personal de los asociados, generando un interés inherente. Al contrario, la asociación es

cautiva del interés de los asociados, ocupando éstos una posición central y preponderante.

1.10.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA ASOCIACIÓN

1.10.2.1 VENTAJAS

- a.** Aprovechan el interés de un grupo amplio de interesados para introducir innovaciones.
- b.** Favorecen la satisfacción de los consumidores: dado que sus miembros son los propios asociados-usuarios, pueden disponer de información directa sobre las necesidades del consumidor y los cambios en su conducta, hábitos, preferencias y expectativas.
- c.** Aumentan la motivación de los empleados al ser éstos también propietarios.
- d.** El interés directo de sus miembros favorece y facilita un mayor margen de maniobra en los procesos de adaptación a los problemas económicos o de otra índole
- e.** La disminución del capital nominal no es determinante de insolvencia.
- f.** El carácter democrático de la toma de decisiones (Asamblea) puede favorecer soluciones más sostenibles.
- g.** El limitado acceso al capital externo puede fortalecer los recursos propios.

- h.** La no distribución - transitoria - de las reservas puede conducir a unas bases de capital más sólidas.

1.10.2.2 DESVENTAJAS

- a.** La necesidad de diversificar productos y servicios para aprovechar nuevas oportunidades puede verse dificultada en las cooperativas por los hábitos de sus miembros si esas oportunidades no se relacionan con los intereses de éstos; las decisiones de asignación de recursos pueden resultar entonces menos eficientes en las cooperativas.
- b.** El limitado acceso a los fondos externos disponibles en los mercados de capital puede crear en las asociaciones una dependencia del capital en préstamo si los recursos propios de sus miembros son insuficientes.
- c.** Las bases democráticas de la administración pueden demorar el proceso de toma de decisiones.
- d.** En algunos casos, su gran número de miembros puede dificultar el conocimiento de las necesidades e intereses de éstos;
- e.** En otros casos, las bajas inversiones que realizan los miembros determinan en ellos un escaso interés y empeño en el desarrollo de la empresa.

- f. La libertad de retiro de las asociaciones puede afectar a su estabilidad cuando se produce la baja de miembros activos o la de otros factores de desarrollo.
- g. La naturaleza especial de la estructura asociativa suele conocerse mal en los servicios tradicionales de asesoramiento y apoyo a las empresas.
- h. La ausencia de educación, capacitación e información asociativa.
- i. El gigantismo.
El deficiente accionar de las organizaciones de integración

1.10.3 LOS PRINCIPIOS ASOCIATIVOS

1.10.3.1 EL PRINCIPIO DE LIBRE ADHESIÓN.-

La adhesión a una ASOCIACIÓN debe ser voluntaria y abierta a todas las personas que puedan hacer uso de sus servicios y acepten las responsabilidades inherentes a su afiliación; no debe haber restricciones artificiales ni discriminaciones sociales, políticas o religiosas.

Si alguien se integra voluntaria y libremente a una asociación, debe ser libre para darse de baja en las mismas condiciones, es decir la puerta abierta sirve para entrar, debe permitir la salida, cuando así se requiera.

La baja es el acto por el cual un socio voluntariamente disuelve el vínculo social.

1.10.3.2 EL PRINCIPIO DE ORGANIZACIÓN DEMOCRÁTICA.-

El principio de organización democrática tiene como eje la figura del asociado, es abstracto, como el protagonista, las asociaciones son organizaciones democráticas, sus operaciones deben ser administradas por personas elegidas o designadas por medio de un procedimiento acordado por sus asociados y ser razonables ante éstos.

1.10.3.3 EL PRINCIPIO DE LA DISTRIBUCIÓN DE LOS EXCEDENTES.-

Los excedentes o ahorros producidos por las operaciones de una asociación, si los hay, pertenecen a los asociados y deben distribuirse de tal manera que se evite que un asociado obtenga ganancias a expensas de los otros.

1.10.3.4 EL PRINCIPIO DE EDUCACIÓN.-

Todas las asociaciones deben tomar providencias para la educación de sus miembros empleados y dirigentes, y público en general, en los principios y técnicas, tanto económicos como democráticos, de la cooperación.

1.10.3.5 EL PRINCIPIO DE INTEGRACIÓN.-

Las asociaciones, para servir mejor a los intereses de sus miembros y sus comunidades, deben colaborar por todos los medios con otras asociaciones locales, nacionales e internacionales

1.10.4 PRODUCCIÓN

1.10.4.1 DEFINICIÓN

Proceso por medio del cual se crean los bienes económicos, haciéndolos susceptibles de satisfacer

necesidades humanas, o sea incorporándoles utilidad.

Conjunto de operaciones que sirven para mejorar e incrementar la utilidad o el valor de los bienes.

Producción, en economía, es la creación y procesamiento de bienes y mercancías, incluida su concepción, su procesamiento en las diversas etapas y la financiación ofrecida por los bancos.

Los materiales o recursos utilizados en el proceso de producción se denominan factores de producción.

1.10.4.2 PRODUCCIÓN ARTESANAL

En un país como el Ecuador, que está abriéndose a la mediana y gran industrias, el artesanado reviste a una notable importancia y da trabajo a unas 200.000 familias.

En la artesanía textil, se distinguen por su habilidad los indígenas de Otavalo, en la parte septentrional de la región interandina; son muy bellas sus producciones hechas a mano, con imaginativas combinaciones de colores.

1.10.4.3 FACTORES DE PRODUCCIÓN

Son los insumos que se utilizan para producir bienes y servicios se consideran tres: la tierra (bienes inmuebles), el trabajo y el capital (por ejemplo, una inversión en maquinaria).

1.10.4.4 TIPOS DE PRODUCCIÓN ARTESANAL

En Otavalo se produce variedad de artesanías y textiles de gran calidad, famosos en el mundo entero:

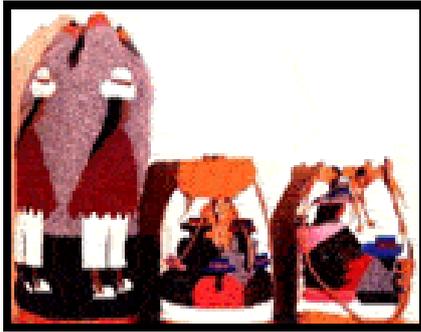


Fig. 1 Bolsos otavaleños



Fig. 2 Gorras y sheras de lana



Fig. 3 Cedazos de cerda de caballo



Fig. 4 Sombreros de paja toquilla

La producción de sombreros se realiza en pequeñas empresas familiares de la comunidad de Ilumán.

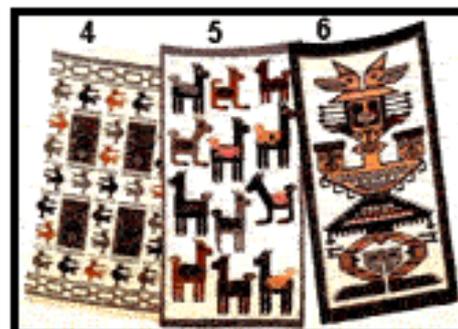


Fig. 5 Sacos de lana
La producción de sacos de lana se realiza en Carabuela y se encuentra en distintos lugares .

Fig. 6 Tapices en lana y cerda
Las más grandes microempresas de producción de tapices están en Peguche.



Fig. 7 Chalinis

Se realizan en telares especiales en la comunidad de Quichinche.

1.10.4.5 ANÁLISIS FINANCIERO

1.10.4.5.1 Conceptos del Análisis. Sistema: técnica cuyo objetivo es la comprensión y el tratamiento de cada problema en relación con el conjunto de la coyuntura y de la estructura económica general.

¿Por qué analizar?

Para tomar decisiones inteligentes teniendo en cuenta los planes, programas de acción, políticas, objetivos, o sea vinculando todo esto.

Como analizar:

Analizando los Estados Financieros:

- a. Balance General o de Situación.

- b. Estado de Resultado o de Ganancia o Pérdida.
- c. Estado de Variación de Capital de Trabajo.
- d. Estado de Origen y Aplicación de Fondos.
- e. Estado de Flujo de Efectivo.

Aplicando técnicas de análisis:

- a. Cálculos de razones financieras.
- b. Métodos de análisis:
 - a. Método vertical.
 - b. Método horizontal.

El método vertical se refiere a la utilización de los Estados Financieros de un período para conocer su situación o resultados.

En el método horizontal se comparan entre sí los dos últimos períodos, ya que en el período que está sucediendo se compara la contabilidad contra el presupuesto.

En el método histórico se analizan tendencias, ya sea de porcentajes, índices o razones financieras, puede graficarse para mejor ilustración.

1.10.4.6 Cálculo de razones:

Una razón es un índice, un coeficiente. Es una simple expresión matemática de la relación de un número con otro que se toma como unidad o ciento por ciento.

Una razón por si sola dice algo, pero cuando se va a calificar el resultado como bueno o como malo, favorable o desfavorable, etc., se necesita establecer comparaciones contra algún estándar que sea relevante, como puede ser:

- a. Una cifra anterior (histórica dice lo que sucedió).
- b. Una cifra externa (comportamiento ramal)
- c. Una cifra proyectada (lo esperado)

Clasificación de las razones financieras:

Por su aplicación u objetivos:

- a. Razones de liquidez
- b. Razones de actividad

1.10.4.7 Estados Financieros

1.10.4.7.1 Concepto

Los Estados Financieros básicos conocidos también como principales son aquellos que muestran la capacidad económica de una empresa (activo total – pasivo total). Capacidad de pago de la misma (activo circulante – pasivo circulante) o bien, el resultado de operaciones obtenidas en un periodo dado.

Ejemplo:

- a. Balance General
- b. Estado de Resultado

Los Estados Financieros, nos permiten analizar la información mediante la cual podemos evaluar la situación económica y financiera de la empresa.

Posición Económica: Capacidad que tiene una empresa de obtener resultados a través de la comparación de todos los ingresos con todos los gastos, dichos resultados pueden ser positivos o negativos (ganancia o pérdida).

Posición Financiera: Capacidad que tiene una empresa para afrontar sus deudas a sus respectivos plazos de vencimiento (deudas a corto y a largo plazos).

Si los Estados Financieros, que constituyen el producto final de la contabilidad, no son objeto de análisis, entonces la contabilidad como tal carecería de valor de uso.

1.10.4.8 Balance General

El Balance General es el estado financiero fundamental que rinde la contabilidad, se conoce también como: Estado de Situación, es el documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento del tiempo. A través de él, se puede evaluar la posición financiera de la empresa, así como diagnosticar de forma preliminar dos políticas financieras (inversión y financiamiento). Consta de dos partes, activo y pasivo. El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el pasivo detalla su origen financiero. La legislación exige que este documento sea imagen fiel del Estado Patrimonio.

Para analizar la situación financiera de la empresa y su evolución, se debe partir de balances generales históricos pertenecientes a los dos o tres últimos años, aunque también es útil analizar el balance estimado relativo al final del próximo período.

1.10.4.9 Estado de Resultado o de Pérdidas y Ganancias

Muestra los efectos de las operaciones de una empresa y sus resultados finales, ya sea de ganancia o de pérdida. Muestra el resultado de los hechos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la

empresa. Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General. Muestra la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes modalidades; venta de bienes, servicios, cuotas y aportaciones y los egresos representados por costos de ventas, costo de servicios, prestaciones y otros gastos y productos de las entidades.

1.10.5 Diagnostico Situacional

El diagnóstico situacional es un tipo de diagnóstico que permite producir conocimientos para la acción y toma de decisiones adecuada a la realidad y el contexto de los actores sociales involucrados en torno a un tema significativo para estos en forma participativa e inclusiva, es un proceso de producción de conocimientos en y para la acción Una interacción dialógica entre los actores involucrados en la acción social Un modo de producir conocimientos de base útiles en la acción Un modo de producción de conocimientos colectivo y participativo Una racionalidad reflexiva para la toma de decisiones Una acción focalizada en temas significativos para los actores involucrados.

Actualmente, el término Diagnóstico es muy utilizado en las ciencias sociales y busca por sobre todas las cosas exponer los resultados conseguidos por medio de un estudio de investigación efectuado sobre la naturaleza y circunstancias de determinadas situaciones, analizando todos los datos al que accede el investigador del contexto.

Específicamente, en el área de las ciencias administrativas se ha adoptado el término diagnóstico como una etapa dentro del proceso de investigación organizacional.

También se ha encontrado varias denominaciones que refieren al diagnóstico en el área de la administración, como más relevantes y difundidos se citan: Diagnóstico Empresarial, Diagnóstico Organizacional, Diagnóstico Situacional y Diagnóstico Estratégico.

A continuación se analiza cada una de las denominaciones citadas:

1.10.5.1 Diagnóstico Empresarial

Utilizada por el resultado de un proceso de investigación relacionado con la organización y el funcionamiento de las empresas, que permite determinar y evaluar las relaciones de causas-efectos de los problemas detectados y dar solución integral a los mismos.

Se ha detectado una importante diferencia entre organización y empresa, dos términos que muchas veces son utilizados como sinónimos pero en realidad tienen significados que no pueden ser igualados. Existen muchas definiciones de organización y empresa, casi tantas definiciones hay como autores de libros sobre organización y administración.

Por lo que la empresa es una modalidad específica de organización, en donde su finalidad es netamente económica; en otras palabras, busca el lucro. Enfatiza que todas las empresas son organizaciones, pero no por eso todas las organizaciones son empresas. La organización viene a representar el género, y la empresa es una especie del complejo mundo de las organizaciones.

1.10.5.2 Diagnostico Situacional

En este sentido, el Diagnóstico Situacional:

- a.** Tiene como objetivo examinar el problema que afronta la organización y debe considerar con claridad y precisión qué se pretende conseguir con el desarrollo del diagnóstico.
- b.** Debe considerar factores internos y externos de la organización, valorados por su incidencia y repercusión.

- c. No tiene una forma única de llevarse a cabo, pues cada autor pone a consideración alternativas y combinaciones diferentes.
- d. Permite al investigador adelantar un pronóstico. Es decir, la evolución probable según las decisiones adoptadas.
- e. No incluye la puesta en práctica de soluciones. Esto se lleva a cabo en una fase siguiente.

Para el diseño y el desarrollo de este Diagnóstico Situacional se pretende utilizar Variables Administrativas Básicas componentes en el estudio de la Administración de las organizaciones y empresas.

El comportamiento de esos componentes es sistémico y complejo: cada cual influye y es influenciado a su vez, por los demás componentes. Las modificaciones que se llevan a cabo en uno de ellos provocan modificaciones en mayor o menor grado en los demás. Su comportamiento conjunto es diferente de la suma de los comportamientos de cada componente considerado de manera aislada

Con respecto a la relevancia que las distintas teorías administrativas dan a estas variables, se puede señalar cuanto sigue:

a. La tarea o actividad desarrollada por la organización en cuestión. Pone énfasis en esta variable las teorías que consideran a la administración como una ciencia aplicada a la racionalización y a la planeación de actividades operativas.

b. La estructura que se refiere tanto a la estructura organizacional como a los recursos físicos con que cuenta la organización. Esta variable es enfatizada por aquellas teorías que consideran a la Administración como una ciencia encargada de configurar y estructurar los componentes de la organización.

c. Las personas, recursos humanos y talentos que integran la misma. Esta variable es relevante para las teorías que consideran la Administración como una ciencia aplicada a las personas y sus actividades en las organizaciones.

d. El ambiente, lugar donde se desarrolla la organización. Acentúan la importancia de esta variable las teorías que consideran la Administración como una ciencia que busca la adecuación de las organizaciones a las demandas y situaciones que ocurren en su contexto externo.

e. La tecnología o métodos y técnicas utilizadas. Dan especial énfasis a esta variable las teorías que consideran la Administración como una ciencia encargada de la aplicación exitosa de la tecnología en la actividad organizacional. Y,

f. La competitividad, definida como la "capacidad de una organización para ofrecer productos y servicios mejores y más baratos, adecuados a las necesidades y expectativas del mercado, brindando soluciones innovadoras al cliente. Esta variable es enfatizada especialmente en los nuevos enfoques en la Administración que surgen a partir de los años noventa.

1.11 ESTATUTO DE LA ASOCIACIÓN ARTESANAL

CAPÍTULO I

DE LA CONSTITUCIÓN, DOMICILIO, FINES Y MEDIOS

Art. 1.- Constituyese la Asociación Artesanal, domiciliada en la comunidad, parroquia, cantón , provincia de , República del Ecuador, como persona jurídica de derecho privado, con fines de lucro, patrimonio propio, duración indefinida y número de socios ilimitado, la cual se registrá por su Estatuto; Reglamento Interno; Reglamento para la aprobación de estatutos, reformas y codificaciones, liquidación y disolución, y registro de socios y directivas, de las organizaciones previstas en el Código Civil y en la Leyes Especiales; Ley de Fomento Artesanal; y, Ley de Arbitraje y Mediación.

Art. 2.- La Asociación como tal no podrá intervenir en asuntos de carácter político ni religioso.

Art. 3.- Son fines de la Asociación:

- a. Promover la unidad, solidaridad y mutua colaboración, en coordinación con el Directorio y los diferentes grupos de trabajo;
- b. Tecnificar la producción y comercialización de bienes primarios y secundarios;
- c. Buscar mercados y mejores precios para la venta de su producción;
- d. Procurar mejores condiciones de vida para sus socios, familias y comunidad;
- e. Realizar planes de trabajo, proyectos y programas que vayan directamente en beneficio de los socios, la familia y la comunidad;
- f. Preparar a sus socios para que participen en la dirección de la organización con eficiencia;
- g. Mantener relaciones de confraternidad con organizaciones similares;
- h. Adquirir toda clase de bienes muebles e inmuebles, maquinaria y demás herramientas necesarias para la producción de bienes primarios y secundarios;
- i. Realizar gestiones ante las instituciones públicas y privadas, tanto nacionales como internacionales, para obtener el financiamiento de los diferentes proyectos y programas que vaya a implementar;

- j. Agrupar en su seno a todos los productores de bienes primarios y secundarios de la zona que así lo desearan;
- k. Buscar préstamos favorables para mejorar la producción; y,
- l. Promover el ahorro y crédito en beneficio de sus socios.

Art. 4.- Para el cumplimiento de sus fines, la Asociación podrá utilizar todos los medios legales permitidos por la ley,

CAPÍTULO II DE LOS SOCIOS

Art. 5.- Son socios todos los que suscribieron el Acta Constitutiva y los que posteriormente solicitaren su ingreso por escrito y fueren aceptados por el Directorio, previo el cumplimiento de los requisitos establecidos en el Estatuto y Reglamento Interno y que se encuentren al día en el cumplimiento de sus obligaciones pecuniarias con la Asociación,

Art. 6.- Son derechos de los socios:

- a. Intervenir en la deliberación de la Asamblea General con voz y voto;
- b. Elegir y ser elegidos para los cargos directivos de la Asociación;
- c. Participar en los eventos que la Asociación promueva;
- d. Solicitar información de la gestión económica y social de la Asociación;
- e. Gozar de los beneficios que establezca la Asociación en beneficio de sus socios;
- f. Someter a consideración de la Asamblea General y del Directorio, proyectos y sugerencias para la mejor marcha de la Asociación; y,
- g. Ser copropietario de los bienes muebles e inmuebles que tenga la Asociación.

Art. 7.- Son obligaciones de los socios:

- a. Cumplir y hacer cumplir el Estatuto, Reglamento Interno y demás resoluciones y acuerdos determinados por los Órganos Directivos de la Asociación;

- b. Contribuir en forma efectiva al cumplimiento de los objetivos de la Asociación;
- c. Asistir a las Asambleas ordinarias y extraordinarias convocadas; y,
- d. Cancelar cumplidamente las cuotas ordinarias y extraordinarias determinadas por la Asamblea General.

Art. 8.- La calidad de socio se pierde:

- a. Por retiro voluntario aceptado por la Asamblea General.
- b. Por muerte. Sin embargo, en caso de que exista la voluntad del cónyuge o de un hijo mayor de edad que en representación de los hijos menores quiera seguir en la Asociación, se efectuará la sustitución del socio. En caso de que no existan heredero en línea directa se aplicará lo dispuesto en el Código Civil. Y,
- c. Por expulsión.

En el Ministerio de Industrias y Competitividad (MIC) se deberá mantener actualizado el registro de los socios.

Art. 9.- Para la liquidación de lo que le corresponde a un socio se seguirá el siguiente procedimiento:

- a. Se tendrá en cuenta el balance inmediato anterior a la fecha de separación del socio. De los conceptos de activos y de utilidades se establece lo que le corresponde en forma proporcional.
- b. Se realizará un cálculo de todo lo que el socio adeude a la organización por: créditos personales, multas pendientes, cuotas no pagadas, daños ocasionados en bienes a cargo del socio.
- c. Todo este valor se restará del valor resultado del literal anterior. El socio tendrá un plazo de ocho días para apelar o justificar cualquier reclamo.

CAPITULO III

DE LOS ORGANISMOS DE DIRECCIÓN

Art. 10.- Los organismos de dirección de la Asociación son:

- a. La Asamblea General; y,
- b. El Directorio.

Art. 11.- La Asamblea General, es la máxima autoridad de la Asociación y la integran todos los socios en goce de sus derechos, y sus decisiones serán tomadas por simple mayoría de votos y será convocada y presidida por el Presidente.

Art. 12.- Las Asambleas serán ordinarias y extraordinarias. Las Asambleas ordinarias, se efectuarán el 30 de cada mes previa convocatoria, realizada con dos días de anticipación. Las Asambleas extraordinarias se realizarán en cualquier momento cuando el caso así lo amerite, previa convocatoria del Directorio o por solicitud de la de la mitad más uno de los socios.

Art. 13.- La Asamblea se instalará legalmente con la mitad más uno de los socios en primera convocatoria, y en segunda se instalará con los socios presentes, siempre que este particular conste en la convocatoria.

Art. 14.- Las resoluciones de la Asamblea General, serán obligatorias para todos los socios, inclusive para los ausentes a la Asamblea.

Art. 15.- Son atribuciones de la Asamblea General:

- a. Conocer y aprobar el balance cada seis meses elaborado por el gerente y previamente controlado por el presidente;
- b. Evaluar los trabajos realizados de acuerdo a los fines propuestos por la organización;
- c. Elegir y remover justificadamente a los miembros del Directorio;
- d. Aprobar y reformar los Estatutos y el Reglamento Interno de la Asociación;
- e. Aprobar el presupuesto anual y el plan general de actividades;
- f. Aprobar las cuotas ordinarias y extraordinarias;

- g.** Ratificar la separación o expulsión de los socios, así como su reingreso según el caso;
- h.** Resolver los conflictos y reclamos con medidas prácticas y concretas de conformidad con los Estatutos y el Reglamento Interno.

Art. 16.- El Directorio es el órgano ejecutivo de la Asociación y tiene la responsabilidad de planificar, organizar y dirigir la administración de la Asociación.

Art. 17.- El Directorio estará integrado por:

- a.** Presidente;
- b.** Vicepresidente;
- c.** Secretario;
- d.** Tesorero; y,
- e.** Vocal

El Directorio deberá inscribirse en el MIC.

Art. 18.- El Directorio se reunirá en forma ordinaria el quince de cada mes y extraordinaria cuando el caso así lo amerite. El quórum será la mitad más uno de sus integrantes y sus resoluciones serán por simple mayoría de votos.

Art. 19.- Los miembros del Directorio durarán dos años en sus funciones y podrán ser reelegidos por igual periodo.

Art. 20.- Son atribuciones del Directorio:

- a.** Organizar la administración de la Asociación;
- b.** Elaborar el plan de trabajo y el presupuesto anual, para ser puesto a consideración de la Asamblea para su estudio y aprobación y remitirlo al MIC;
- c.** Estudiar y proponer la reforma de Estatutos y Reglamentos para su aprobación en Asamblea General;
- d.** Ejecutar las resoluciones emanadas de la Asamblea General;
- e.** Elegir el Banco para el depósito de los fondos de la Asociación; y,
- f.** Nombrar las comisiones que se requieran;

Art. 21.- Para ser miembro del Directorio se requiere:

- a. Haber pertenecido a la Asociación por lo menos seis meses antes de la elección;
- b. Estar al día en el pago de las cuotas y más obligaciones para con la Organización;
- c. No haber incurrido en faltas o procedimientos desleales a los miembros;
- d. Ser mayor de 18 años;

Art. 22.- Los dirigentes cesarán en sus funciones en los siguientes casos:

- a. Cuando sean legalmente reemplazados mediante elección y la posesión del nuevo Directorio;
- b. Será declarado vacante el cargo cuando los dirigentes faltaren sin causa justificada a cinco sesiones alternadas o a tres sesiones seguidas durante el período para el cual fue electo; y,
- c. Por no respetar los Estatutos y Reglamentos.

Art. 23.- Son atribuciones y deberes del Presidente:

- a. Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la Asociación;
- b. Convocar y presidir las sesiones del Directorio como de la Asamblea General;
- c. Obtener el RUC de la Organización y u remitir una copia al MIC;
- d. Firmar la correspondencia oficial y más documentos de la Asociación, autorizar pagos, revisar vales e intervenir en todo cuanto se refiere con la administración de los fondos de la Organización; y,
- e. Tomar decisiones en los casos de extrema urgencia, debiendo de ello informar en las sesiones del Directorio.

Art. 24.- Son atribuciones y deberes del Vicepresidente:

- a. Asistir cumplidamente a las sesiones del Consejo Directivo y de la Asamblea General;
- b. El Vicepresidente, colaborará en las funciones del Presidente en ausencia temporal o definitiva, así como cumplir con las

disposiciones estatutarias y reglamentarias vigentes. El Vicepresidente subrogará al Presidente con todas sus atribuciones y deberes.

Art. 25.- Son atribuciones y deberes del Secretario:

- a. Redactar y firmar con el Presidente la correspondencia oficial;
- b. Tramitar la correspondencia relacionada con el movimiento interno de la Asociación;
- c. Convocar a las sesiones de la Asamblea y del Directorio, previo aviso del Presidente;
- d. Expedir, previa orden del Presidente, los certificados que se soliciten;
- e. Llevar con diligencia el libro de actas, así como el archivo de la organización; y,
- f. Las demás inherentes a su cargo.

Art. 26.- Son atribuciones y deberes del Tesorero:

- a. Recaudar y recibir los fondos de la Asociación, los mismos que estarán bajo su responsabilidad. Para desempeñar el cargo, si el Directorio así lo estimare, deberá rendir una caución económica;
- b. Presentar cada tres meses un informe de balance de los valores recibidos a la Asamblea General;
- c. Permitir la revisión de los libros de contabilidad a su cargo con orden de la directiva, cuando el caso así lo requiera o por orden de la Asamblea;
- d. Efectuar los pagos autorizados por el Directorio y la Asamblea;
- e. Registrar y firmar con el Presidente, en todas las cuentas bancarias y para efectos de movilización de fondos; y,
- f. Recibir el inventario de herramientas y entregar correctamente al nuevo encargado;

CAPÍTULO IV DE LAS SANCIONES

Art. 27.- Son acreedores a sanciones los socios morosos, los que sin causa justificada faltaren a las sesiones ordinarias y extraordinarias. Si la falta cometida es grave y comprobada dará lugar a que se considere la expulsión.

Art. 28.- Los socios que incumplieren con las disposiciones Estatutarias y Reglamentarias se harán acreedores, según el caso y la gravedad de la falta, a las siguientes sanciones:

- a. Amonestación;
- b. Multas;
- c. Suspensión de los derechos por 90 días; y,
- d. Expulsión.

CAPÍTULO V DEL PATRIMONIO

Art. 29.- Constituye el patrimonio de la Asociación:

- a. Las cuotas ordinarias y extraordinarias de los socios, así como las cuotas de ingreso;
- b. Las herencias, legados, donaciones y subvenciones, que hicieren a la Asociación personas naturales o jurídicas.
- c. Los bienes que se obtengan por la realización de actividades diversas acordes con los fines propuestos;
- d. Los bienes muebles e inmuebles que posean y se adquieran por los medios legales; Y,
- e. Las multas recaudadas por sanciones

CAPÍTULO VI DEL REPARTO DE UTILIDADES

Art. 30.- La Asociación tendrá un ejercicio económico que se cerrará el 31 de diciembre de cada año. Se elaborará un balance y se hará conocer el estado de resultados. Si del ejercicio económico resultaren excedentes, estos se repartirán de la siguiente manera:

- a. Los dos primeros años todas las utilidades van al capital;
- b. El tercer año: el 25% se guarda para reserva legal; el 10% se destina para casos de solidaridad; el 25% para capitalización de la Asociación y el 40% se reparte entre todos los socios; y,
- c. Desde el cuarto año en adelante, el 25% se guarda para reserva legal; el 10% para casos de solidaridad; el 15% para capitalización de la Asociación y el 50% se reparte entre todos los socios;

CAPÍTULO VII DE LA DISOLUCIÓN

Art. 31.- La Asociación podrá disolverse en los siguientes casos:

- a. Por no cumplir con sus fines;
- b. Por disminuir sus socios a un número menor de 5;
- c. Por resolución mayoritaria y unánime de los socios presentes en la última Asamblea General; y,
- d. Por una de las causas determinadas en el Código Civil.

La disolución deberá ser comunicada al Ministerio de Industrias y Competitividad (MIC) para su aprobación,

Art. 32.- Una vez disuelta la Asociación, los bienes pasarán equitativamente a cada uno de los socios que permanezcan hasta el momento cuando se acordó la disolución

CAPÍTULO VIII DISPOSICIONES GENERALES:

Art. 33.- El presente Estatuto podrá ser reformado con la aprobación del Directorio y de la Asamblea General convocada expresamente para el efecto después de por lo menos dos años de vigencia.

Art. 34.- Las generalidades existentes en los Estatutos, serán especificadas en el Reglamento Interno.

Art. 35.- Los conflictos internos deberán ser resueltos de conformidad con las disposiciones estatutarias y en caso de persistir, se someterán al procedimiento de mediación ante el Centro correspondiente de la Procuraduría General del Estado y al arbitraje ante el Centro respectivo del domicilio de la Organización, de conformidad con la Ley de Arbitraje y Mediación y los Reglamentos correspondientes.

CERTIFICACIÓN: Certifico que los presentes Estatutos, fueron leídos, discutidos y aprobados en sesiones de Asamblea General realizadas los días dedel 200

.....
SECRETARIO

CAPITULO II

2. DIAGNÓSTICO

2.1. INTRODUCCIÓN

El presente diagnóstico situacional nos va permitir producir conocimientos para la acción y toma de decisiones adecuada a la realidad y de los actores sociales involucrados, para estos en forma participativa e inclusiva, es un proceso de producción de conocimientos sobre todo busca exponer los resultados conseguidos en base a encuestas realizadas a los productores y comercializadores de los productos como costales de cabuya, polipropileno, y demás insumos para el empaque de los productos agrícolas producidos en la zona mediante un estudio de investigación efectuado sobre la naturaleza y circunstancias de determinadas situaciones, analizando todos los datos de forma real

Se realiza un diagnóstico situacional para identificar las oportunidades de mejora existentes, para lo cual se utilizan herramientas como el análisis ABC, estudios de demanda, se exponen los problemas encontrados y mediante el diagrama Causa – Efecto y se identifican las posibles causas que inciden en la aparición de dichos problemas.

2.1.1 Tiene como objetivo examinar el problema que afronta la organización y debe considerar con claridad y precisión qué se pretende conseguir con el desarrollo del diagnóstico.

2.1.2 Debe considerar factores internos y externos de la organización, valorados por su incidencia y repercusión. No incluye la puesta en práctica de soluciones. Esto se lleva a cabo en una fase siguiente.

2.2. OBJETIVOS DIAGNÓSTICCC

Ha sido necesario determinar una serie de objetivos diagnósticos, los cuales permitieron que la investigación de campo tenga claramente identificado lo que persigue. Los objetivos del diagnóstico fueron:

2.3. OBJETIVO GENERAL:

Determinar la situación administrativa, y operativa de la Asociación de madres guías de la parroquia de Imbaya.

2.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- 2.4.1** Evaluar la funcionalidad de la infraestructura actual de la Asociación de madres guías de la parroquia Imbaya
- 2.4.2** Realizar un análisis de la demanda para identificar necesidades, gustos y preferencias de los consumidores.
- 2.4.3** Identificar los posibles competidores de los productos que va a comercializar la Asociación de madres guías de la parroquia Imbaya

2.5. VARIABLES

Se cree conveniente para el presente diagnóstico captar información sobre la base de aspectos generales bajo la denominación de variables diagnósticas, mismas que son:

- 2.5.1** Administración
- 2.5.2** Infraestructura
- 2.5.3** Demanda
- 2.5.4** Oferta

2.6. INDICADORES

Si bien es cierto las variables antes mencionadas determinan los ámbitos de la investigación de campo, para lo cual será necesario determinar sub aspectos o indicadores que permitan emitir juicios de valor de cada una de las variables; por lo tanto para cada variables se plantea los siguientes indicadores:

Variable 1: ***Administración***

Indicadores: **Formas de organización**

Recurso Humano

Estilo de Dirección

Planes

Variable 2: Infraestructura

Indicadores: Visibilidad de los productos

Distribución de productos

Equipos/ Mobiliario

Estructura

Variable 3: Comercialización

Indicadores: Producto

Proveedor

Pedidos

Ventas

Publicidad

Promoción en ventas

Variable 4: Demanda

Indicadores: Mercado

Tipo de Clientes

Capacidad de compra

Frecuencia de compra

Necesidades

Gustos, preferencias

Variable 6: Oferta

Indicadores: Producto

Proveedor

Precio

Tipo de clientes

2.7. RELACIÓN DEL DIAGNÓSTICO

La relación se ha relacionado horizontalmente los objetivos, variables e indicadores de la investigación de campo, pero también es necesario relacionar horizontalmente para cada indicador la técnica de investigación científica que se

utilizará para captar información y la fuente (o públicos), que serán quienes brinden dicha información.

2.7.1. OBJETIVOS

2.7.1.1 Evaluar la funcionabilidad actual de la infraestructura de la Asociación madres guías de la parroquia Imbaya

2.7.1.2 Analizar la efectividad de las estrategias de comercialización que utilizan la Asociación madres guía

2.7.1.3 Identificar el tipo de procesos administrativos existentes en la asociación de madres guía en la parroquia de Imbaya.

2.7.1.4 Realizar un ANÁLISIS de la demanda para identificar necesidades, gustos y preferencias de los consumidores.

2.7.1.5 Identificar los posibles competidores de la Asociación de madres guía de la parroquia Imbaya.

2.7.2. VARIABLE

2.7.2.1 Infraestructura

2.7.2.2 Comercialización.

2.7.2.3 Administración

2.7.2.4 Demanda

2.7.2.5 Competencia

2.7.3. INDICADORES

2.7.3.1 Tipos de servicio

2.7.3.2 Garantías del servicio

2.7.3.3 Eficacia

2.7.3.4 Política de precios

2.7.3.5 Formas y dimensiones

2.7.4. TECNICAS INVESTIGACIÓN

2.7.4.1 Observación

2.7.4.2 Entrevista

2.7.4.3 Encuesta.

2.7.5. FUENTES DE INFORMACIÓN

2.7.5.1 Miembros de la asociación

2.7.5.2 Clientes.

2.8. ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS MADRES GUÍAS DE LA ASOCIACIÓN

La entrevista es diseñada para recopilar datos relevantes y necesarios que nos ayuden a determinar el estado actual de la instalación y funcionamiento de la Asociación de madres guías de la parroquia de Imbaya

1. ¿Cree que la Asociación cuenta con el espacio físico (infraestructura) adecuado para la elaboración y comercialización de sus productos?

R. Si, la Asociación cuenta con el espacio suficiente para la elaboración de este tipo de productos

2. ¿Que nuevas líneas de productos le gustaría elaborar, Confeccionar o producir?

R. Nos gustaría elaborar productos que tengan buena acogida y se puedan vender rápidamente, para beneficio de los asociados

3. ¿El equipamiento con el que la asociación cuenta al momento permite un adecuado orden y visibilidad de los productos?

R. No tenemos muchos equipos, solo contamos con la infraestructura y el terreno propiedad de la asociación

4. Se Realiza mantenimiento al mobiliario y equipo que posee la asociación?

R. No, solo realizamos la limpieza diaria de rutina

5. ¿El número de socias con el que la asociación cuenta es el óptimo para la ejecución de las actividades?

R Si, existe en la Asociación personas que conocen de algunas actividades y otras que están dispuestos a trabajar y aprender

6. ¿Han recibido las socias alguna capacitación periódica y actualizada en temas de producción, y atención y servicio al cliente?

R. No

7. ¿Las socias reciben algún incentivo adicional por el cumplimiento de actividades extras?

R. Todo lo que ingresa forma parte de la Asociación es decir es de todas

8. ¿Dentro de la asociación se realiza una programación de actividades?

R. No, solo se realizan programaciones cuando hay que realizar alguna actividad de la asociación

9. ¿Que tipo de productos actualmente está elaborando la Asociación de madres guías?

R. Artesanías en lana, y en madera

10. ¿La asociación de madres guías está constituida legalmente?

R. Si

11. ¿Mediante qué mecanismos la asociación da a conocer la producción y la comercialización de los productos?

R. Ninguno, las personas vienen a comprar los productos a la Asociación

12. ¿Cuál cree que es la mayor dificultad que tiene la asociación para elaborar y vender sus productos adecuadamente?

R. Desconocimiento del mercado, y de las personas que están en condiciones de comprar nuestro producto

2.8.1. ANÁLISIS FODA DE LA ASOCIACIÓN DE MADRES GUÍA

Es un análisis base que constituye la elaboración de todos los factores relacionados con La Asociación, dividiendo dicho análisis en: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; de manera que se podrá visualizar la situación general actual de la empresa y sus posibles alternativas de mejoramiento y proyecciones.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Espacio e infraestructura adecuada para la producción • Mano de obra semi calificada • Comunicación interna y externa eficiente • Cuentan con el número de personal suficiente para la elaboración del producto. • Se encuentra ubicado en un lugar estratégico. • Predisposición de los miembros para capacitarse y emprender 	<ul style="list-style-type: none"> • Expansión del sector agrícola de la Zona. • Mayor demanda de este tipo de productos en el mercado. • El campo de la comercialización de este tipo de productos ha crecido. • Existe la posibilidad de negociar con los proveedores de la materia prima
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Mala distribución de la bodega. • Mal estado del mobiliario. • No tienen capacitación. Y apoyo de ninguna Institución pública o privada • Falta variedad de productos. • Desconocimiento del mercado • No cuentan con suficientes equipos y herramientas para cumplir sus trabajos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia ofrezca gran variedad de productos. • Desabastecimiento de la materia prima. • Competencia mejore su infraestructura. • Las entidades financieras no presten el apoyo necesario en le financiamiento

2.8.2 MECÁNICA OPERATIVA

2.8.3 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población o universo motivos de la presente investigación está compuesto por:

1. PRODUCTORES DE TOMATE (IMBAYA)	60
2. PRODUCTORES DE TOMATE (MONJAS)	8
3. PRODUCTORES DE TOMATE, FRÉJOL (URCUQUI)	120
4. COMPRADORES DIVERSOS (COLOMBIA)	35
TOTAL	223

2.8.4. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA.

Para determinar el número de personas a encuestarse tomando como referencia la población anterior, determinamos lo siguiente

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

En donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

d = Varianza

Z = Valor constante

E = Límite de error

Datos:

n = ?

N = 120

d = 0.5

$$Z = 1.96$$

$$E = 1.58\%$$

$$n = \frac{120(0.5)^2(1.96)^2}{(120-1)(0.0158)^2 + (0.5)^2(1.96)^2}$$

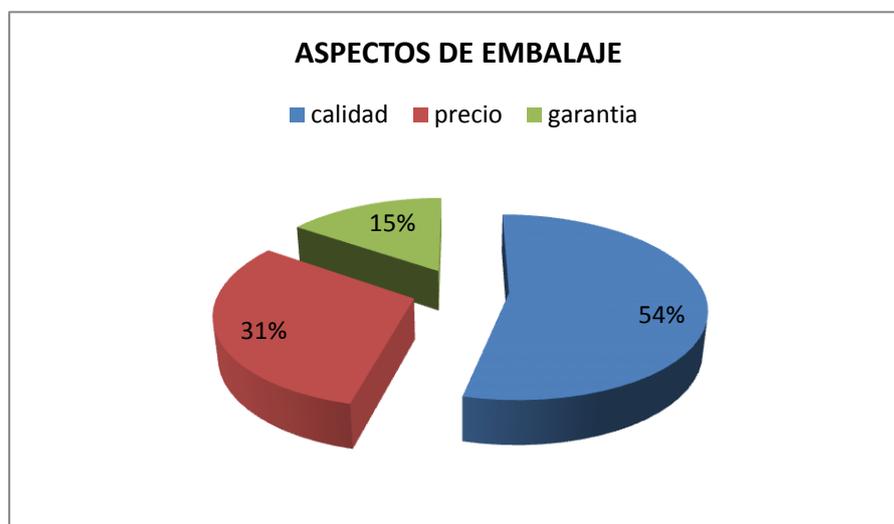
$$n = \frac{115.248}{0.0297 + 0.9604}$$

$$n = \frac{115.248}{0.9901} = \mathbf{116}$$

2.9 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1. ¿Que aspecto considera el más importante cuando adquiere un empaque de embalaje para su producto?

Respuestas	Frecuencias	%
Calidad	63	53,85
Precio	36	30,77
Garantía	28	15,38
Total	127	100,00



1.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las respuestas de los encuestados se desprende que el 54% considera que el aspecto más relevante en la comercialización de productos de embalaje es la calidad y un 31% opina que es importante el precio en la comercialización, y el 15% opina que el producto es garantizado.

2. ¿Considera que existen diferencias notables en la calidad de los productos de una productora a otra?

Respuestas	Frecuencias	%
Si	104	90
No	12	10
Total	116	100

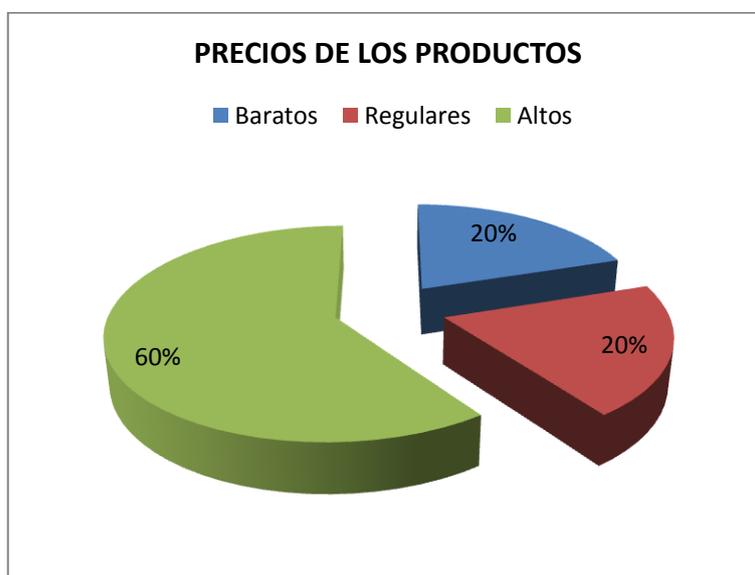


2.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 90% de los agricultores y productores consideran que hay diferencias notables en la calidad del producto de una productora a otra; en cambio un 10% opina que la calidad es igual en todos los productos.

6. ¿Cómo considera que se encuentra los precios de los productos de empaque para embalaje en el mercado?

Respuestas	Frecuencia	%
Baratos	23	20
Regulares	23	20
Altos	70	60
Total	116	100



3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 60% de los productores y agricultores consideran que los precios del producto son altos, en cambio un 20% en promedio consideran que los precios son regulares, y el 20% considera que los precios son baratos.

7. ¿Considera que existen diferencias notables en los precios de los productos de una comercializadora a otra?

Respuestas	Frecuencia	%
Si	93	80
No	23	20
Total	116	100

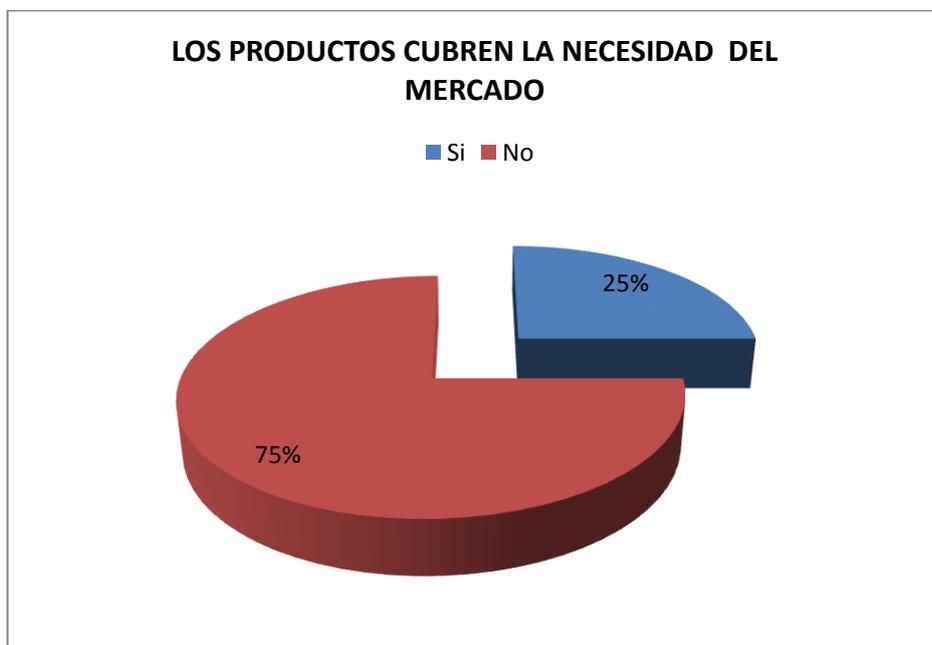


4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 80% de los encuestados considera que existen diferencias en los precios de los productos de una comercializadora a otra, en cambio un 20% opina que los precios son los mismos.

8. ¿El stock de variedad de productos de empaque que se expenden en el mercado local cubren sus necesidades?

Respuestas	Frecuencia	%
Si	29	25
No	87	75
Total	116	100

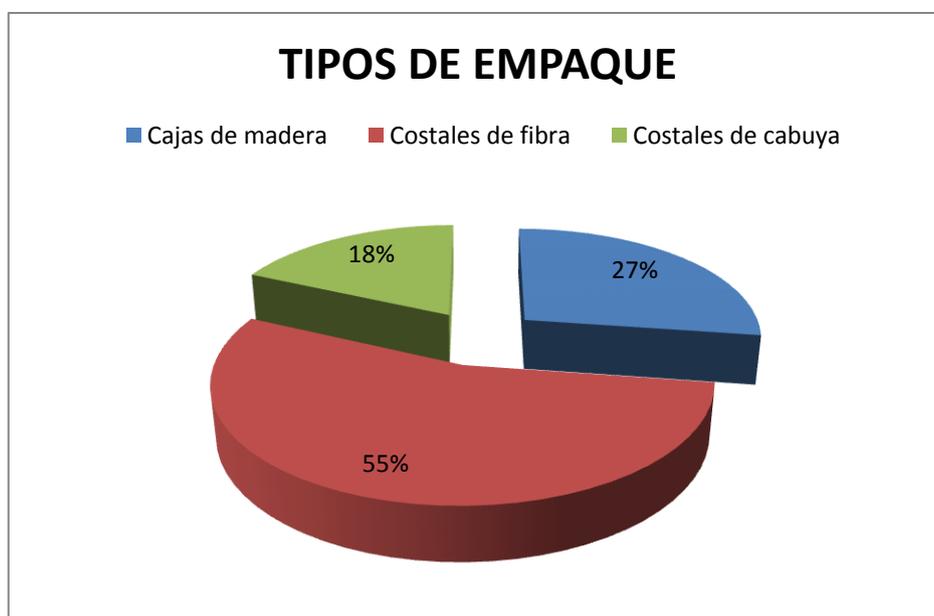


5.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 75% de los encuestados opinan que la oferta no satisface las expectativas del mercado, en cambio el 25% opina que las empresas comercializadoras si cubren el mercado.

9. ¿Qué tipo de empaques de embalaje Ud. utiliza para sus productos?

Respuestas	Frecuencia	%
Cajas de madera	32	27,27
Costales de fibra	63	54,55
Costales de cabuya	21	18,18
Total	116	100,00

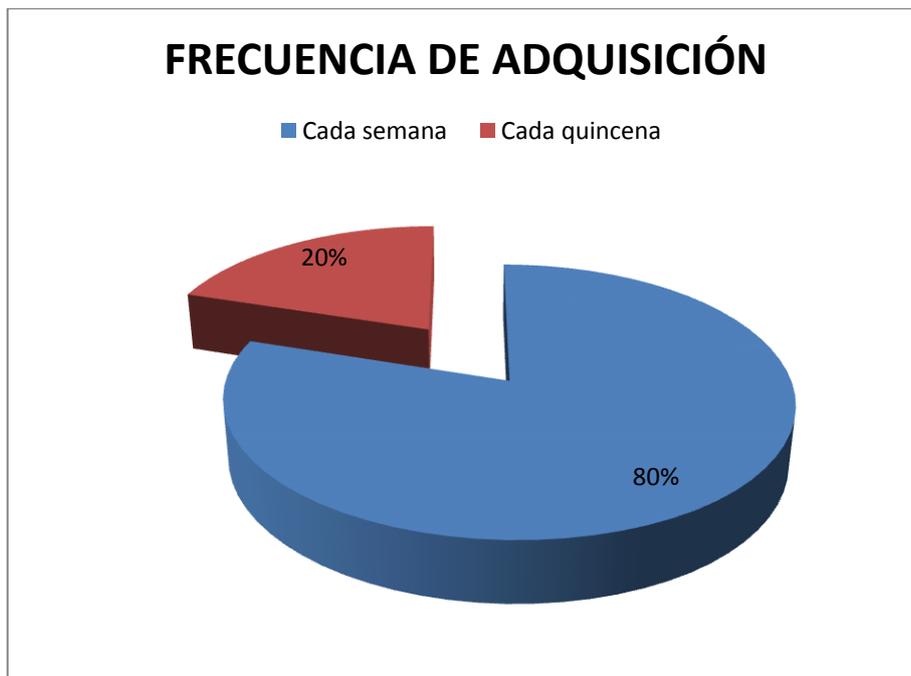


6.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 55% de los productores y agricultores de la zona utiliza para embalar sus productos costales de fibra, el 27% utiliza cajas de madera y el 18% utiliza para sus productos costales de cabuya.

10. ¿Con que frecuencia adquiere este tipo de productos?

Respuestas	Frecuencia	%
Cada semana	93	80
Cada quincena	23	20
Total	116	100

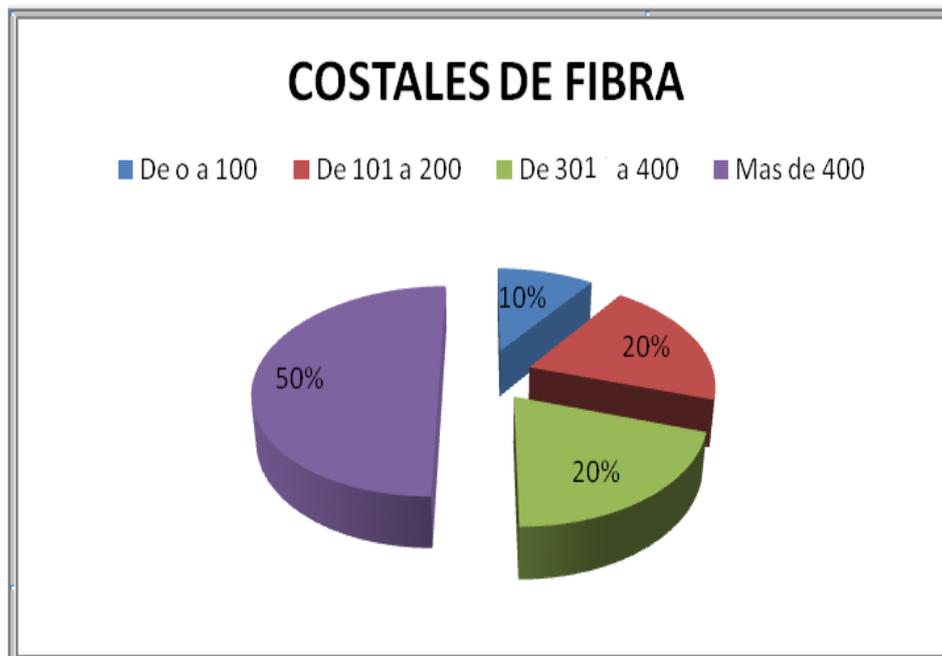


7.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 80% de los agricultores y productores de la zona compra productos de embalaje cada semana, en cambio el 20% adquiere productos de embalaje cada quince días.

11. ¿Cuántos costales de fibra compra a la semana?

Respuestas	Frecuencia	%
De 0 a 100	12	10
De 101 a 200	24	20
De 301 a 400	24	20
Más de 400	54	50
Total	116	100

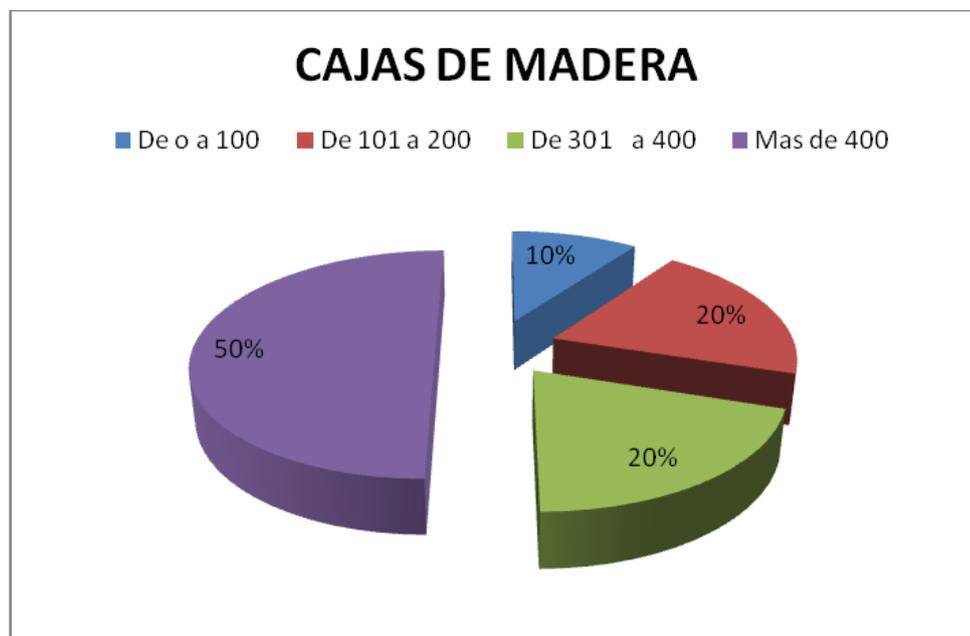


8.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 50% de los agricultores y productores de la zona compra más de 400 costales de fibra para el embalaje de sus productos, un 20% compra de 300 a 400 costales y un 20% adquiere a la semana de 100 a 200 costales, y el 10% adquiere menos de 100 costales a la semana.

12. ¿Cuántas cajas de madera compra a la semana?

Respuestas	Frecuencia	%
De 0 a 100	15	13
De 101 a 200	30	26
De 301 a 400	34	29
Más de 400	37	32
Total	116	100

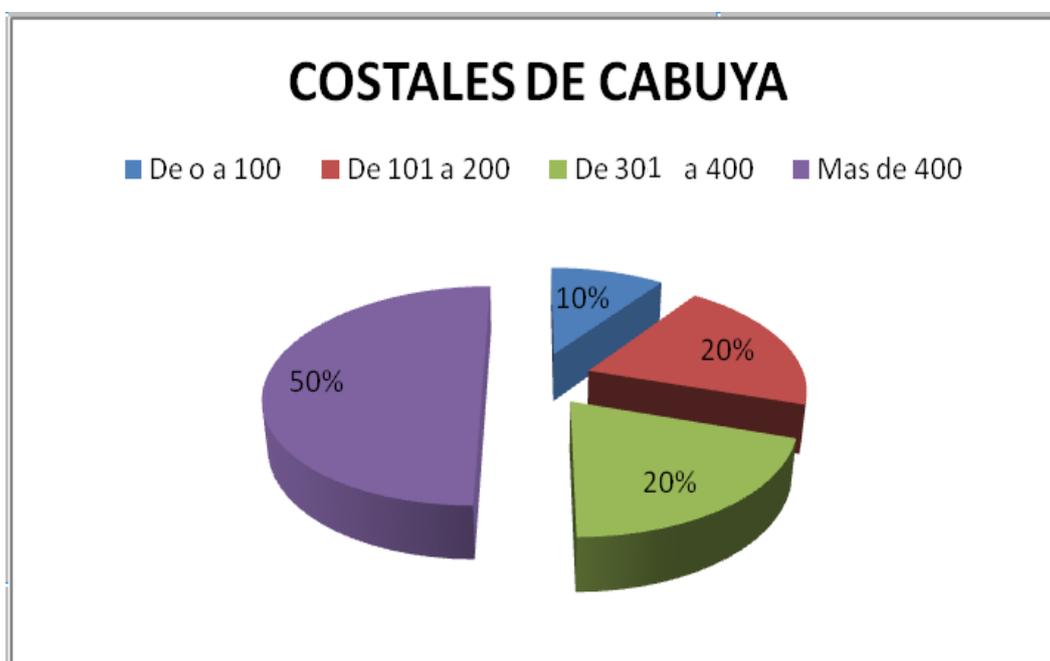


9.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 32% compran de 400 cajas en adelante, el 29% compra de 301-400 cada semana para empacar sus productos, mientras que el 26 % compran de 101-200, y solo el 13% compran de 0-100 lo que significa que existe bastante demanda de este producto.

13. ¿Cuántos costales de cabuya compra a la semana?

Respuestas	Frecuencia	%
De 0 a 100	11	10
De 101 a 200	23	20
De 301 a 400	24	20
Más de 400	50	50
Total	116	100

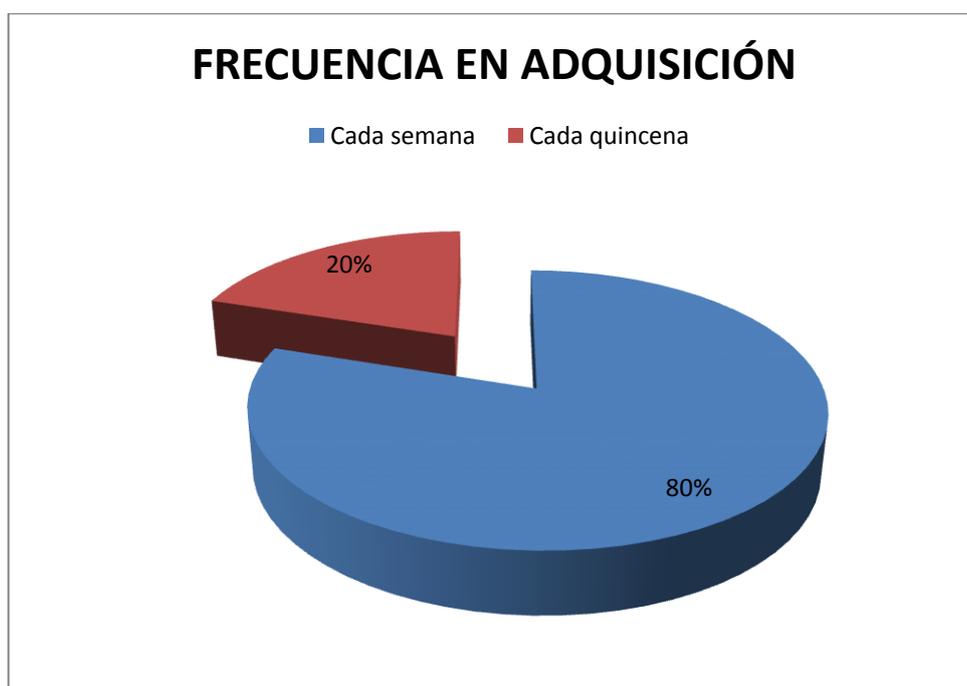


10.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 50% de los productores compran de 400 costales en adelante mientras que el 20% compran de 301-400, cada semana, entre 101-200 compran el 20%, así como también de 0-100 solo el 10% compran cada semana, lo cual significa que la mayor cantidad de productores compran en grandes cantidades, lo que hace que existe demanda del producto.

14. ¿Con que frecuencia adquiere este tipo de productos?

Respuestas	Frecuencia	%
Cada semana	93	80
Cada quincena	23	20
Total	116	100

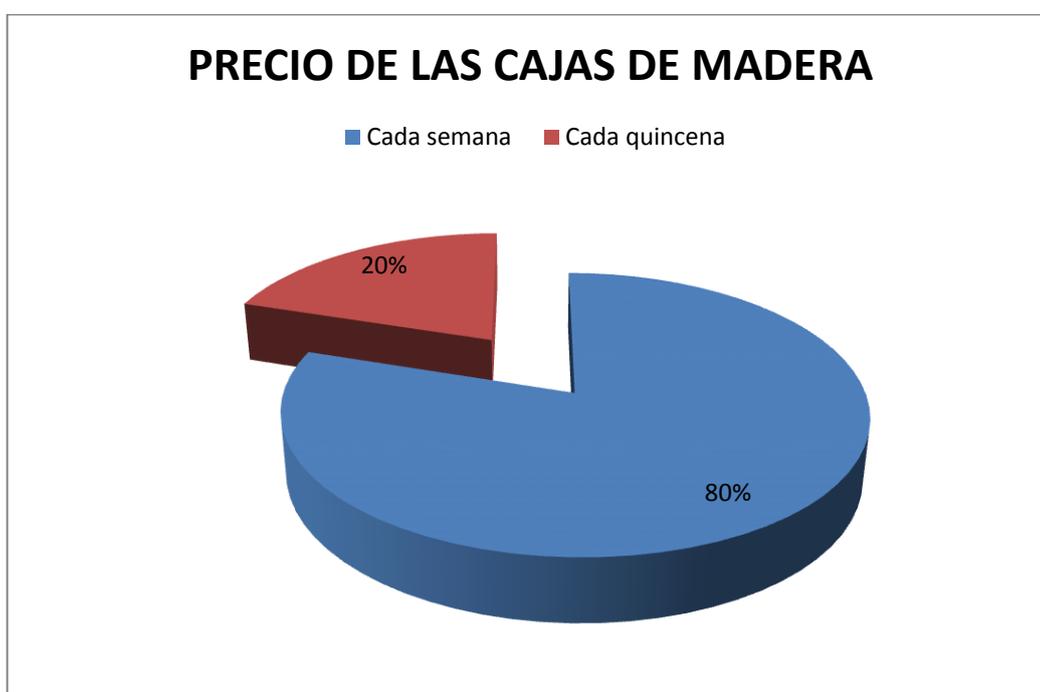


11.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuetados el 80% de consumidores adquieren este tipo de productos cada semana mientras que el 20% los adquieren cada quincena ya que son menores productores

15. ¿Indique el precio actual al que Ud. compra las cajas de madera?

Respuestas	Frecuencia	%
0.50 centavos	93	80
0.52 centavos	23	20
Total	116	100

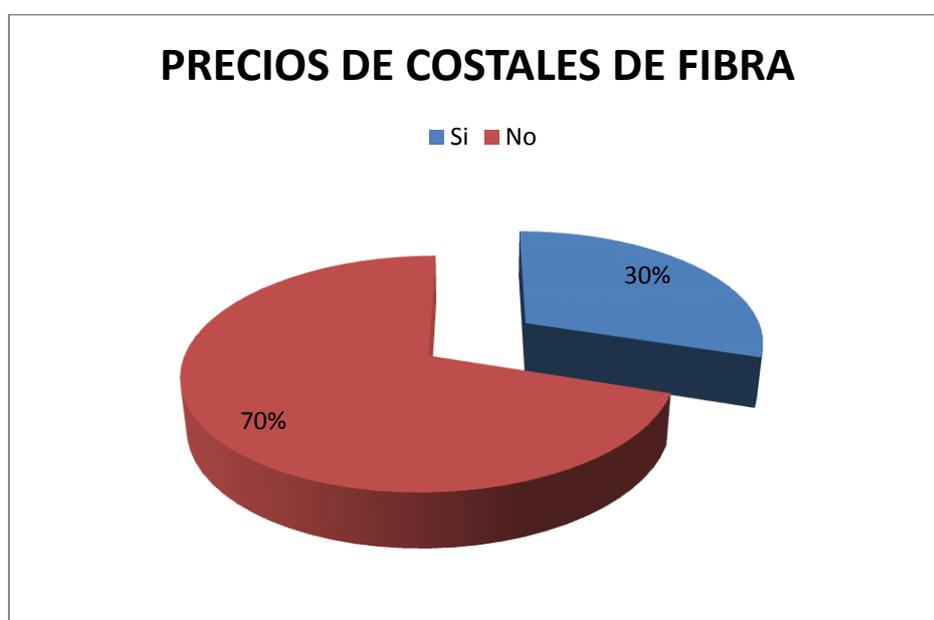


12.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 80% de los productores producen cada caja de madera a 0.50 centavos mientras que el 20% de los productores producen a 0.52 centavos por que su producción es menor.

16. ¿Indique el precio actual al que Ud. Compra los costales de fibra?

Respuestas	Frecuencia	%
0.26 centavos	25	30
0.25 centavos	81	70
Total	116	100



13.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

EL 70% de los agricultores compra los costales de fibra en 25 centavos, en cambio el 30% compra los costales de fibra en 26 centavos.

2.10 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

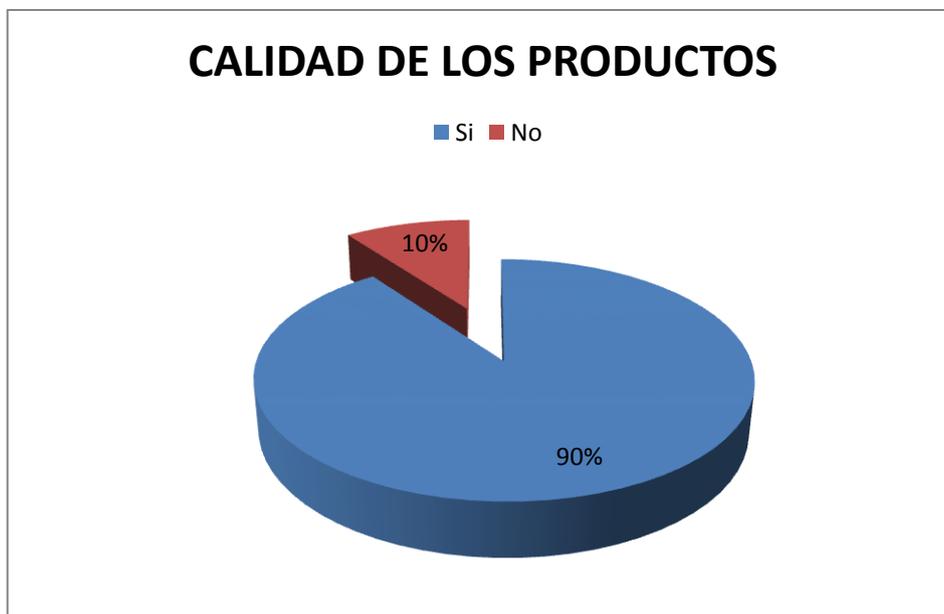
PROVEEDORES DE PRODUCTOS DE EMPAQUE DE EMBALAJE

NRO.	NOMBRE	DIRECCIÓN
1	GERMÁN LÓPEZ	AV. CRISTÓBAL DE TROYA 1-17
2	EVER ANDINO	AV. CRISTÓBAL DE TROYA 4-13
3	MARÍA COLCHA	CIUD. HERMANOS GUZMÁN LEÓN
4	LUIS COCHA	FERNANDO MOSQUERA 3-24
5	EFRÉN BENAVIDES	PANAMERICANA NORTE SECTOR ADUANA
6	JUAN PAZ MENESES	FERNANDO MOSQUERA 3-55
7	AGAPO BECERRA	Av. JAIME ROLDÓS AGUILERA
8	MANUEL CHIMBO	CIUD. GUZMÁN TRAS MERCADO MAYORISTA
9	JORGE ORQUERA	AV. CRISTÓBAL DE TROYA 2-25
10	ROBERTO TENGANÁN	MERCADO AMAZONAS

2.10.1 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1. ¿Considera que existen diferencias notables en la calidad de los productos de una productora a otra?

Respuestas	Frecuencias	%
Si	9	90
No	1	10
Total	10	100

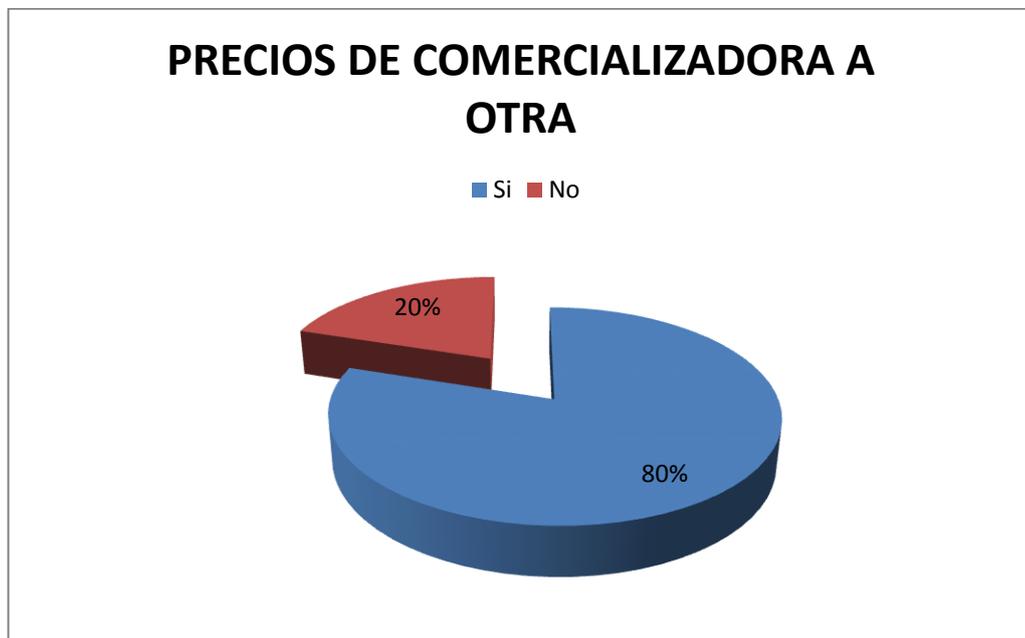


1.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 90% de los productores de empaques para embalaje consideran que hay diferencias notables en la calidad del producto de una productora a otra; en cambio un 10% opina que la calidad es igual en todos los productos

2. ¿Considera que existen diferencias notables en los precios de los productos de una comercializadora a otra?

Respuestas	Frecuencia	%
Si	8	80
No	2	20
Total	10	100

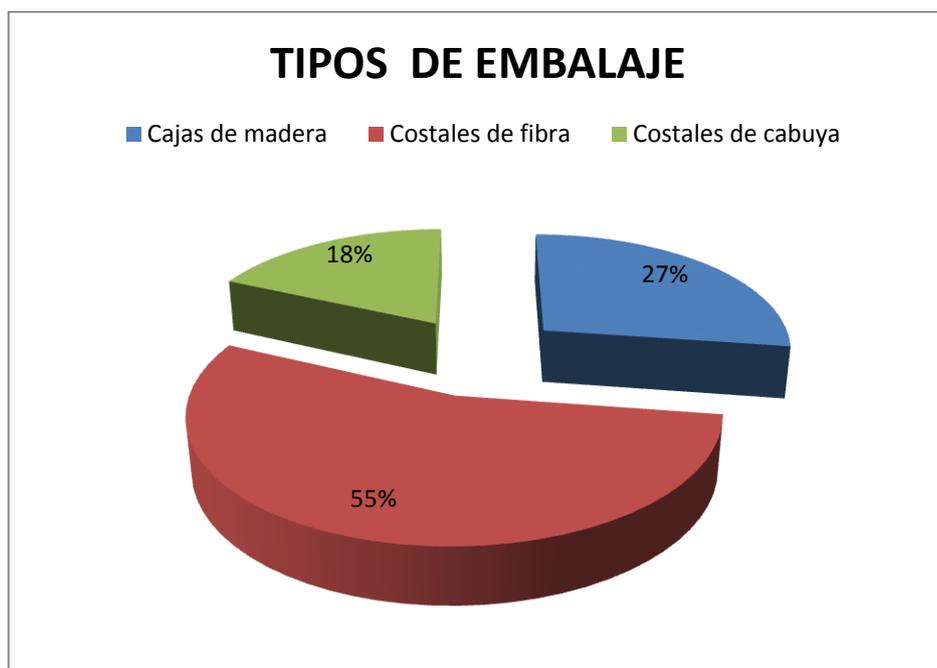


2.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 80% de los productores de empaques para embalaje considera que existen diferencias en los precios de los productos de una comercializadora a otra, en cambio un 20% opina que los precios son los mismos

3. ¿Qué tipo de empaques de embalaje Ud. produce?

Respuestas	Frecuencia	%
Cajas de madera	5	27,27
Costales de fibra	10	54,55
Costales de cabuya	3	18,18
Total	18	100,00

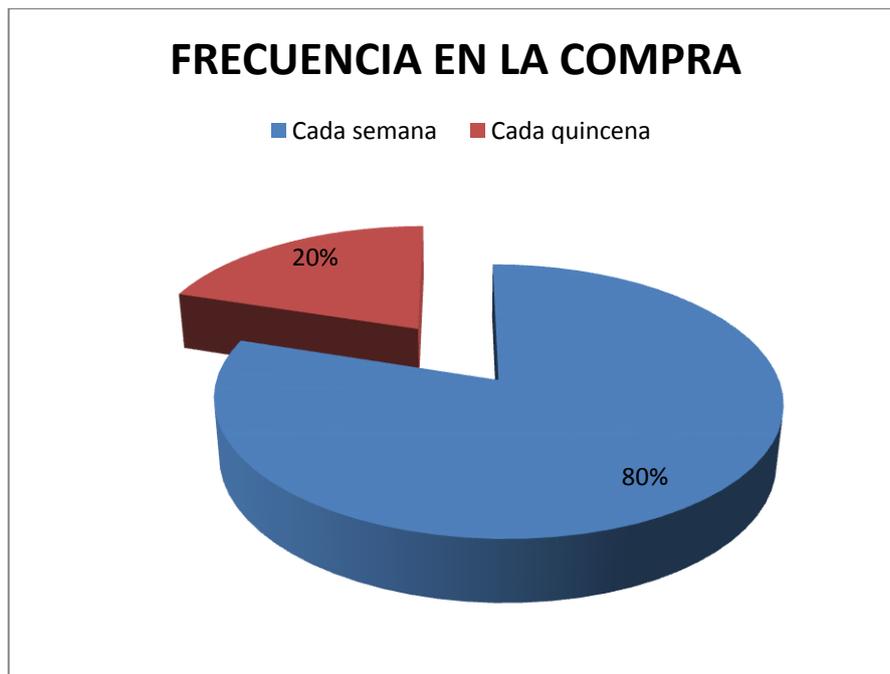


3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 55% de los productores elabora costales de fibra, el 27% produce cajas de madera y el 18% produce costales de cabuya

4. ¿Con que frecuencia produce este tipo de productos?

Respuestas	Frecuencia	%
Cada semana	8	80
Cada quincena	2	20
Total	10	100

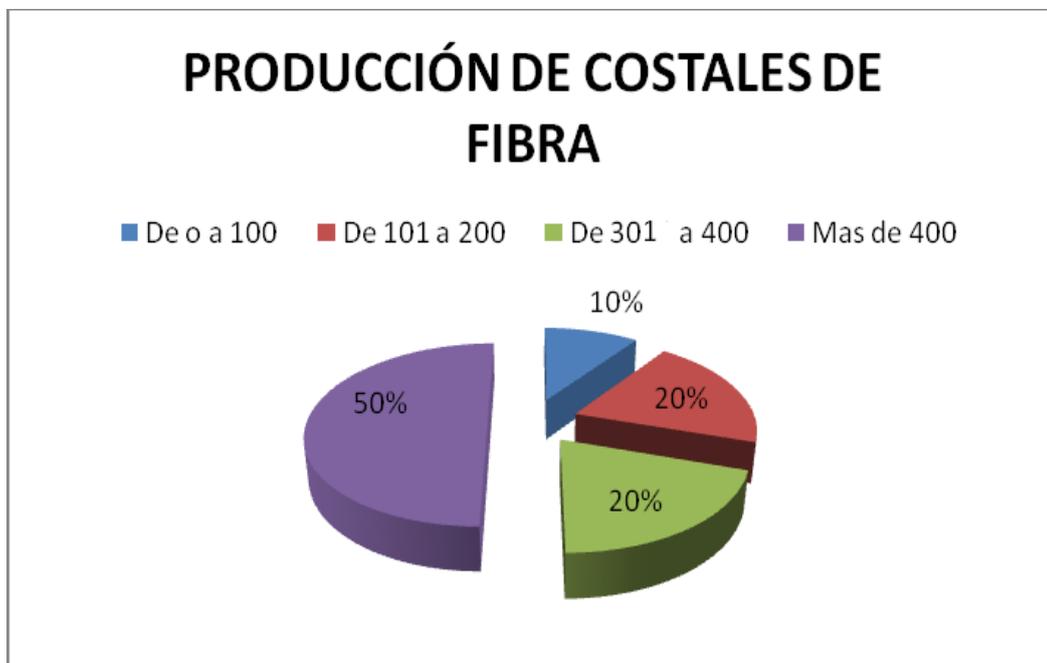


4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 80% de los productores de empaques para embalaje produce cada semana, en cambio el 20% produce cada quince días

5. ¿Cuántos costales de fibra produce a la semana?

Respuestas	Frecuencia	%
De 0 a 100	1	10
De 101 a 200	2	20
De 201 a 300	2	20
Más de 300	5	50
Total	10	100

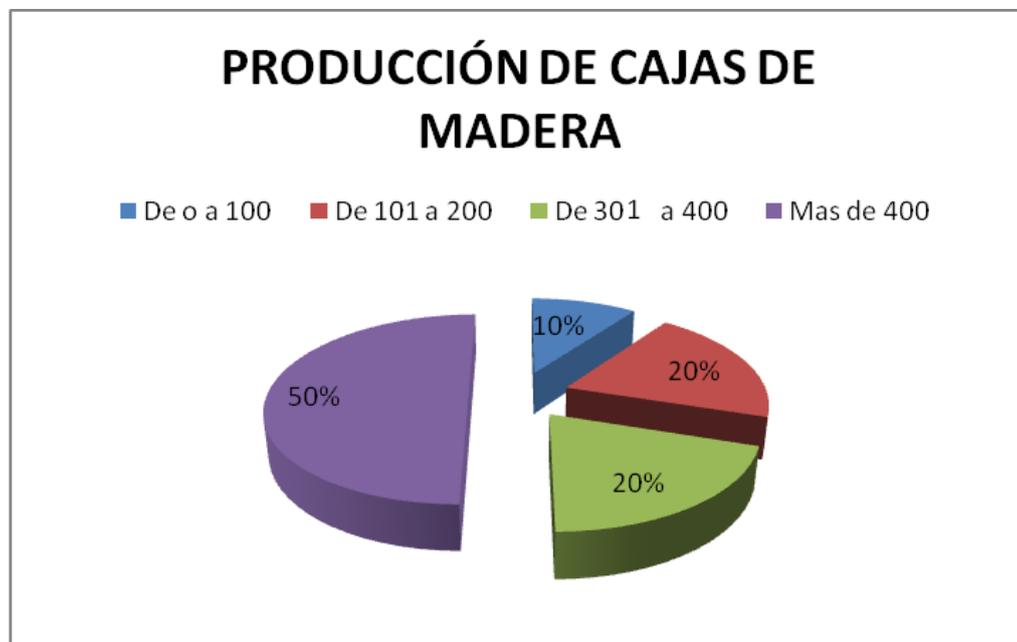


5.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 50% de los productores produce más de 300 unidades de producto, un 20% produce entre 200 a 300 costales y un 20% produce a la semana de 100 a 200 costales y el 10% menos de 100.

6. ¿Cuántas cajas de madera produce a la semana?

Respuestas	Frecuencia	%
De 0 a 100	1	13
De 101 a 200	3	26
De 201 a 300	3	29
Más de 300	3	32
Total	10	100

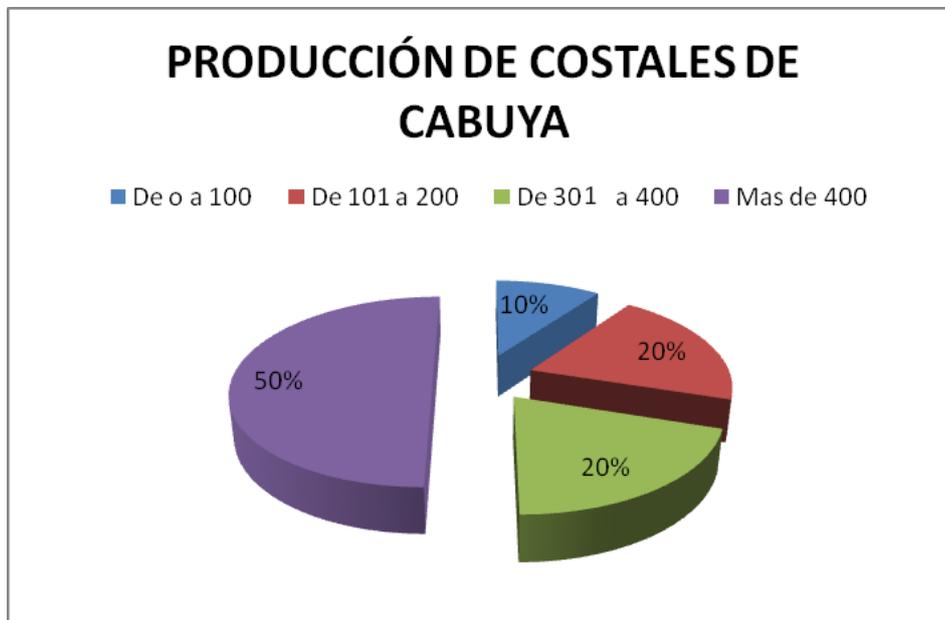


6.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 50% de los productores produce más de 400 cajas a la semana lo que quiere decir que existe gran demanda de este producto por parte de los productores y que pocos de los productores consumen en menores cantidades de cómo 300-200-100 respectivamente.

7. ¿Cuántos costales de cabuya produce a la semana?

Respuestas	Frecuencia	%
De 0 a 100	1	10
De 101 a 200	2	20
De 201 a 300	2	20
Más de 300	5	50
Total	10	100

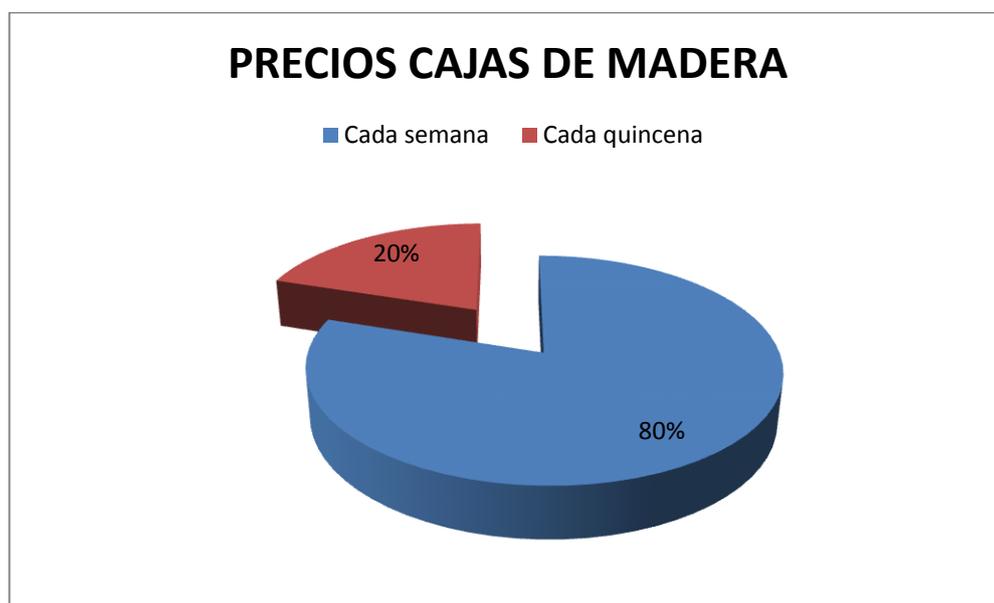


7.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 50% de los productores produce más de 400 costales de cabuya lo que quiere decir que existe gran demanda de este producto por parte de los productores y que pocos de los productores consumen en menores cantidades de cómo 300-200-100 respectivamente.

8. ¿Indique el precio actual al que Ud. vende las cajas de madera?

Respuestas	Frecuencia	%
0.52 centavos	8	80
0.55 centavos	2	20
Total	10	100

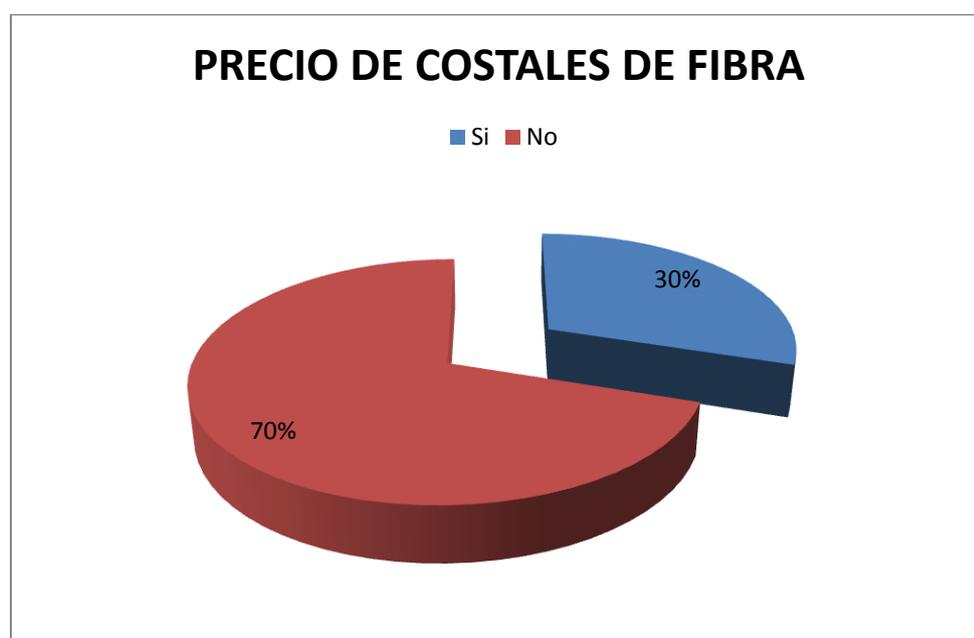


8.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 80% de los productores produce las cajas a 0.52 centavos lo que hace más competitiva la venta de este producto, así como también existen productores que los producen a 0.55 centavos ya que su capacidad de producción es menor.

9. ¿Indique el precio actual al que Ud. vende los costales de fibra?

Respuestas	Frecuencia	%
0.26 centavos	7	70
0.25 centavos	3	30
Total	10	100



9.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 70% de los productores vende los costales de fibra en 26 centavos, en cambio el 30% vende los costales de fibra en 25 centavos.

Una vez recabada la información es importante tomar en cuenta las variables del diagnóstico FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura en un lugar estratégico • Materiales de primera • Maquinara e implementos necesarios para óptima operación de la microempresa. • Predisposición de las madres guías para operación de la microempresa • Mano de obra calificada y comprometida. 	<ul style="list-style-type: none"> • Amplia gama de productos que se producen en la zona • Producir empaques de calidad • Precios accesibles a los productores • Creación de fuentes de empleo a los que viven en la zona.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Se requiere integrar a los agricultores de la zona dentro de la nueva propuesta de acción. • No se cuenta con un plan de trabajo de la Dirección. • Problemas de calidad en las cajas y costales que se venden actualmente. • Altos precios de los insumos necesarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia desleal • Falta de capital para aumentar la producción. • No existe apoyo de las entidades para este sector. • Reconocimiento de la organización a nivel institucional

2.11 RESUMEN DEL DIAGNOSTICO FODA

Una vez realizado el diagnostico determinamos que contamos con una infraestructura amplia de acuerdo a las necesidades de la Microempresa, ya que está ubicada en un lugar estratégico para la descarga del material, y sobre todo la venta directa a los productores lógicamente para abaratar los costos de comercialización y los precios sean accesibles a los productores, aprovechando la amplia gama de productos que se producen en la zona.

Con la predisposición de la Asociación de las Madres Guías de Imbaya se pretende optimizar la mano de obra de la zona para brindar fuentes de trabajo y mejorar su calidad de vida.

Con la mano de obra calificada se producirán empaques tanto costales como cajas para los diferentes productos, con material de calidad para mejorar la comercialización de los productores.

La competencia desleal que se da en nuestro medio no dificultará la operación de la microempresa, ya que se nuestro producto será de calidad a precios accesible, los compradores verificaran los materiales con los de la competencia y se convencerán que están acordes al bolsillo de los productores calidad y precio justo.

Por cuanto con la realización de este diagnostico se ha analizado fortalezas, amenazas, debilidades, y oportunidades nos damos cuenta que si se puede contrarrestar las debilidades y eliminar las amenazas para tener más fortalezas y llevar a cabo la realización de este Proyecto.

El estudio de factibilidad además se proyecta para la comercialización de costales de cabuya y costales de polipropileno y cajas de madera para los productos que se producen en la zona.

2.12 COSTALES DE CABUYA

El cultivo de la cabuya negra o penco (*Agave americana*) y de la cabuya blanca (*Furcraea andina*) se localiza en las provincias del Carchi, Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Chimborazo, Azuay, Cañar, Loja, Guayas y Manabí. Por lo general se utiliza como cerco vivo para establecer linderos entre propiedades rurales, y como planta ornamental, no obstante es una especie que puede ser incorporada en sistemas agroforestales.

Crece en terrenos pedregosos, arenosos y de baja productividad agrícola, existiendo zonas donde la explotación es intensiva.

La superficie destinada a la producción de fibra de cabuya en 1980 fue estimada en 3 244 ha con una producción de 6 081 t, y con una productividad media por ha de 1 975 kg. Para 1989 la superficie fue de 3 207 ha con una producción de 3 571 t y con un rendimiento promedio de 1 114 kg/ha.

La disminución de los rendimientos por ha y del volumen de producción, se debe a la falta de asistencia técnica en el manejo del cultivo, inexistencia de programas de mejoramiento genético, y bajos precios del producto en el mercado nacional e internacional, como consecuencia de los productos sustitutivos como los sintéticos.

La producción llega a 11 280 000 m de tela de cabuya al año, es decir 5 640 000 sacos de cabuya.

La Guía Nacional de Artesanía (CENAPIA, 1991) señala que en 1991 existían 2 020 talleres productores de fibra, sacos y otros artículos de cabuya.

Los precios promedio observados en 1991 en sucres (1\$ EE.UU. = 1 240 S/) fueron para intermediarios de 400 s/m de tela y 800 s/saco. Los precios de los exportadores es un 100% más.

Los canales de comercialización establecidos son mayoristas (31%), intermediarios (43%), minoristas (12%), consumidores finales (5%), autoconsumo (9%).

Los principales problemas que afrontan los productores son:

2.12.1 Bajo precio

2.12.2 Abuso de comerciantes e intermediarios

2.12.3 Mercado restringido

2.12.4 Escasa información de consumidores y exportadores

2.13 ELABORACIÓN DE LA TELA DE CABUYA

2.13.1 Materia Prima

Proviene de Intag y del valle de Lita, el precio del quintal de cabuya en el mercado a lo que compran los productores de la tela de la misma esta a 34,00.

Fibra de Cabuya negra (agave americana) planta que se extrae la fibra madura mediante una máquina desfibradora luego se la lava y seca, se la escarmena y suaviza con cera, se hila y se hacen madejas, posteriormente se prepara y se hacen bovinas, se colocan en el telar y se empieza el tejido, retorciendo.



Fig. 2.13.1.1 Conos de cabuya

2.13.2 Maquinaria

Hiladora (eléctrico)	300,00
Telares (eléctrico)	350,00
Carretos de madera (10 unidades)	50,00 5,00 c/u



Fig. 2.13 Telar para la fabricación de tela de cabuya.

2.14 PRODUCTO PARA LA VENTA

La producción de la tela de cabuya para la fabricación de los costales es: Del quintal de cabuya se obtiene 120 metros de tela de cabuya, la misma que tiene un precio de \$0,40 centavos el metro. Para obtener un costal es necesario tener dos metros de tela de cabuya el mismo que es comercializado a \$1,20.

Cabe recalcar que los productores de la tela de cabuya han ido perdiendo la costumbre de elaborar en grandes cantidades debido a la aparición de costales en fibras sintéticas a un menor precio y de fácil comercialización en el mercado.

2.15 COSTALES DE DE FIBRA DE POLIPROPILENO

Esta fibra se la compra al sur de Colombia y en la ciudad de Guayaquil y Quito.



Fig. 2.15.1 Conos de fibra de polipropileno

Para la fabricación de los costales de polipropileno la materia prima y la maquinaria son muy costosas pero el producto terminado de este son de bajo costo para los productores tanto agrícolas como textiles, por lo que han visto el lado positivo de este nuevo producto en el mercado y a bajo costo y de mejor presentación para la producción requerida.

Los precios de los costales de polipropileno están oscilando de los 0,25 centavos a 0,30 de acuerdo a las medidas ya que para la agricultura las medidas van: 60 * 90 y 60 * 100

Y los costales de 80 * 120 son destinados para los textiles.

Esta es la muestra de la maquinaria donde se produce la tela para la confección de los costales de polipropileno.

Ya que esta tela mide de acuerdo a los pedidos que se necesiten, la producción de los costales diaria de esta máquina es de 100.000 unidades.

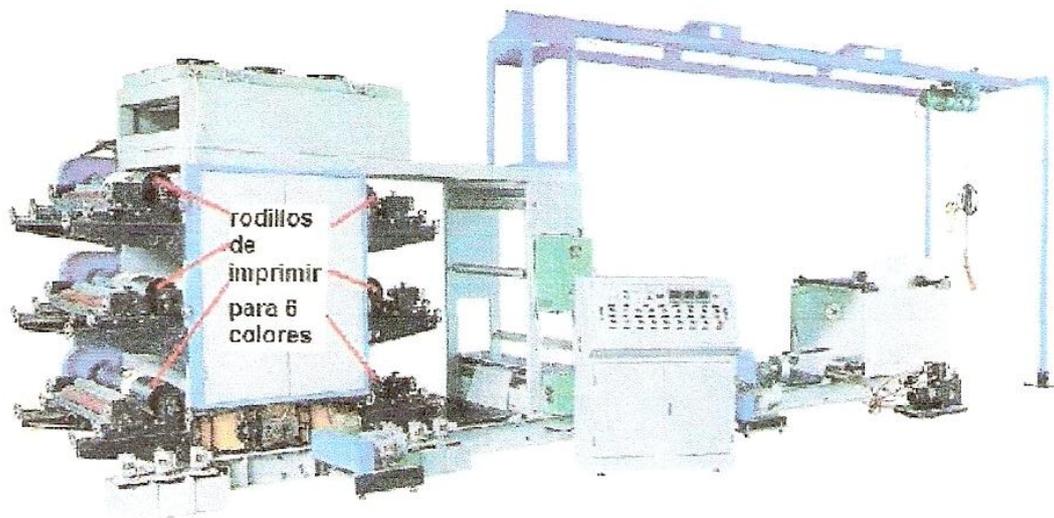


Fig. 2.15.2 Maquinaria para las fundas de polipropileno

Cabe recalcar que en la actualidad todos los productores tanto agrícolas como textiles buscan alternativas de menor precio para comercializar sus productos a los diferentes mercados de destino, es por esta razón que la oferta de los costales de polipropileno tiene mucha aceptación en el mercado de Ibarra y sus alrededores.

CAPITULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN

3.1.1 EL MERCADO

Los Mercados que en la terminología económica de un mercado es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.

3.1.2 ORIGEN DEL MERCADO

Se remonta a la época en que el hombre primitivo llegó a darse cuenta que podía poseer cosas que él no producía, efectuando el cambio o trueque con otros pueblos o tribus.

Se reconoce pues como origen y fundamento la desigualdad que existe en las condiciones de los hombres y los pueblos.

El mercado existió en los pueblos y más antigua que poblaron la tierra, y a medida que fue evolucionando, dicha organización desarrollo el comercio el instinto de conservación y subsistencia del hombre hace que procure satisfacer sus necesidades más elementales, luego las secundarias y posteriormente las superfluas.

Es así como el desarrollo de los pueblo, obliga al incremento y expansión del mercado llegando en la actualidad a ser una actividad económica de suma importancia para el progreso de la humanidad.

Por efecto de las diferencias de climas, ubicación, geografía, aptitudes de los hombres los productos de las diversas regiones son muy variados lo que origina grandes dificultades al consumidor. Allí surge el Comercio que venciendo los obstáculos que ponen el espacio y el tiempo procura poner al alcance de los consumidores los diversos productos y el comerciante es el hombre que desarrolla esta actividad en procura de una ganancia o margen de beneficio a que tiene derecho por el trabajo que realiza.

El mercado como la Industria ocupa un lugar cada vez más importante en la Sociedad moderna. El número y extensión en sus operaciones, su acción de satisfacer las necesidades de la vida humana el incremento de trabajo, la creación de nuevas fuentes de producción y comercialización, las comunicaciones rápidas entre las diversas regiones del mundo han extendido las relaciones comerciales.

3.2 LUGAR DONDE SE REALIZÓ EL LEVANTAMIENTO DE LA INFORMACIÓN PARA EL ESTUDIO DE MERCADO

La presente investigación se hizo el levantamiento de encuestas en la ciudad de Ibarra cantón Ibarra Provincia de Imbabura, tomando en cuenta su situación geográfica y sobre todo que es una ciudad netamente agrícola, los centros de acopio de los productores están situados, principalmente en este cantón.

Todos los productores tanto de cajas de madera, como de costales de polipropileno, costales de cabuya, se encuentran concentrados principalmente alrededor del mercado Mayorista, donde se comercializa la producción del norte del País.

Por tal razón se pretende la instalación de la microempresa de producción de cajas de madera y costales de cabuya y polipropileno en la parroquia de Imbaya, ya que del Cantón Urcuqui sale la mayor parte de la producción agrícola, motivo por el cual por motivo de tiempo y de transporte se facilitaría para los agricultores poder adquirir dichos productos tanto en tiempo como en coso, ya que el

transporte desde Imbaya a Urcuqui es más cerca que desde el mercado mayorista de Ibarra donde en la actualidad están asentados

3.3 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

3.3.1 COSTALES DE FIBRA

AÑO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	1772160	0,25	443040
2	1949376	0,28	536078,4
3	2144314	0,30	648654,864
4	2358745	0,33	784872,385
5	2594619	0,37	949695,586
TOTAL	10819214		3362341,24

3.3.2 CAJA DE MADERA

AÑO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	1622400	0,5	811200
2	1784640	0,55	981552
3	1963104	0,61	1187677,92
4	2159414	0,67	1437090,28
5	2375356	0,73	1738879,24
TOTAL	9904914		6156399,45

3.3.3 COSTALES DE FIBRA

AÑO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	1772160	0,26	460761,6
2	1949376	0,29	557521,536
3	2144314	0,31	674601,059
4	2358745	0,35	816267,281
5	2594619	0,38	987683,41
TOTAL	10819214		3496834,89

3.4 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

3.4.1 COSTALES DE FIBRA

AÑO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	390000	0,26	101400
2	409500	0,27	111793,5
3	429975	0,29	123252,33
4	451474	0,30	135885,70
5	474047	0,32	149813,98
TOTAL	2154996		622145,514

3.4.2 CAJAS DE MADERA

AÑO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	780000	0,5	390000
2	819000	0,53	429975
3	859950	0,55	474047,44
4	902948	0,58	522637,30
5	948095	0,61	576207,62
TOTAL	4309992		2392867,36

3.4.3 COSTALES DE CABUYA

AÑO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	195000	0,25	48750
2	204750	0,26	53746,88
3	214988	0,28	59255,93
4	225737	0,29	65329,66
5	237024	0,30	72025,95
TOTAL	1077498		299108,42

3.5 DEMANDA INSATISFECHA

3.5.1 COSTALES DE FIBRA

AÑO	DEMANDA CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	OFERTA CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	DEMANDA CANTIDAD	INSATISFECHA PRECIO	TOTAL
1	1772160	0,25	443040	390000	0,26	101400	1382160	0,25	345540
2	1949376	0,28	536078,4	429000	0,29	122694	1520376	0,28	418103,4
3	2144314	0,29	619170,552	471900	0,31	148459,74	1672414	0,303	505905,11
4	2358745	0,30	715141,99	519090	0,35	179636,29	1839655	0,333	612145,19
5	2594619	0,32	825988,996	570999	0,38	217359,91	2023620	0,366	740695,68
TOTAL	10819214		3139419,94	2380989		769549,931	8438225		2622389,379

3.5.2 CAJAS DE MADERA

AÑO	DEMANDA CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	OFERTA CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	DEMANDA CANTIDAD	INSATISFECHA PRECIO	TOTAL
1	1622400	0,5	811200	780000	0,5	390000	842400	0,5	421200
2	1784640	0,55	981552	819000	0,55	450450	965640	0,55	531102
3	1963104	0,61	1187677,92	859950	0,61	520269,75	1103154	0,61	667408,17
4	2159414	0,67	1437090,28	902948	0,67	600911,56	1256467	0,67	836178,72
5	2375356	0,73	1738879,24	948095	0,73	694052,85	1427261	0,73	1044826,39
TOTAL	9904914		6156399,45	4309992		2655684,16	5594922		3500715,281

3.5.3 COSTALES DE CABUYA

AÑO	DEMANDA CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	OFERTA CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	DEMANDA CANTIDAD	INSATISFECHA PRECIO	TOTAL
1	1772160	0,26	460761,6	195000	0,25	48750	1577160	0,25	394290
2	1949376	0,29	557521,54	204750	0,28	56306,25	1744626	0,26	457964,33
3	2144314	0,31	674601,06	214988	0,30	65033,72	1929326	0,28	531770,51
4	2358745	0,35	816267,28	225737	0,33	75113,95	2133008	0,29	617305,87
5	2594619	0,38	987683,41	237024	0,37	86756,61	2357596	0,30	716418,09
TOTAL	10819214		3496834,89	1077498		331960,521	9741716		2717748,791

3.5.4 ASPECTOS RELEVANTES DE LA OFERTA

3.5.4.1 El 90% de los productores de productos de empaque para embalaje de productos agrícolas consideran que existen diferencias notables en la calidad de una productora de productos de empaque a otra.

3.5.4.2 La mayoría de los productores de productos de empaque para embalaje de productos agrícolas opinan que la oferta no satisface las expectativas y requerimientos del mercado.

3.5.4.3 El 30% de los productores producen cajas de madera, el 18% produce costales de cabuya y el resto que es la mayoría producen costales de fibra.

3.5.4.4 La mayoría de los productores fabrican el producto cada semana y el resto cada quince días.

3.5.4.5 La producción de cajas de madera, costales de fibra y costales de cabuya no satisface las necesidades y requerimientos de los agricultores que necesitan el producto para embalar sus productos agrícolas.

3.5.4.6 El precio actual de los costales de fibra se encuentra entre veinte y seis y treinta centavos de dólar.

3.5.5 ASPECTOS RELEVANTES DE LA DEMANDA

3.5.5.1 El 54% de los agricultores y productores consideran que el aspecto más relevante en la comercialización de productos de embalaje es la calidad.

- 3.5.5.2** El 90% de los agricultores y productores consideran que existen diferencias notables en la calidad de una productora de productos de empaque a otra.
- 3.5.5.3** El 75% de los productores opinan que la oferta no satisface las expectativas y requerimientos del mercado.
- 3.5.5.4** El 55% de los productores y agricultores de la Zona utilizan para embalar sus productos costales de fibra, en cambio el 28% utiliza cajas de madera.
- 3.5.5.5** El 80% de los agricultores y productores de la zona adquiere el producto de embalaje cada semana.
- 3.5.5.6** El 50% de los productores y agricultores compran más de 400 costales de fibra a la semana para embalar su producto, en cambio el 20% de los mismos adquiere 300 costales de fibra a la semana.
- 3.5.5.7** El precio actual de los costales de fibra es de veinte y cinco centavos.
- 3.5.5.8** El 32% de los productores y agricultores de la zona compran 400 cajas de madera a la semana para embalar su producto, el 29% en cambio adquiere 300 cajas de madera a la semana y un 265 compra 200 cajas a la semana.
- 3.5.5.9** El precio de las cajas de madera oscila entre cincuenta y cincuenta y dos centavos de dólar

3.6 MEDIDAS DE LAS CAJAS DE MADERA

En lo que tiene que ver, con las caja de madera, existe gran variedad, dependiendo del producto que se vaya a embalar, así tenemos, tomate, naranjilla, Uva, varia las dimensiones de acuerdo al producto.

Como la madera la producen y utilizan las plantas con fines estructurales es un material muy resistente y gracias a esta característica y a su abundancia natural es utilizada ampliamente por los humanos, ya desde tiempos muy remotos, principalmente en el oriente Ecuatoriano, se explota la madera para la exportación y los sobrantes son los que se va a utilizar para la elaboración de las cajas

Una vez cortada y secada, la madera se utiliza para muchas y diferentes aplicaciones. Una de ellas es la fabricación de pulpa o pasta, materia prima para hacer papel. Artistas y carpinteros tallan y unen trozos de madera con herramientas especiales, para fines prácticos o artísticos. La madera es también un material de construcción muy importante desde los comienzos de las construcciones humanas y continúa siéndolo hoy.

En la actualidad y desde principios de la revolución industrial muchos de los usos de la madera han sido cubiertos por metales o plásticos, sin embargo es un material apreciado por su belleza y porque puede reunir características que difícilmente se conjuntan en materiales artificiales.

La madera que se utiliza para alimentar el fuego se denomina leña y es una de las formas más simples de biomasa.

La madera que vamos a utilizar para la elaboración de las cajas es la llamada coba que ya es dada de baja y no se la utiliza para ningún otro fin que sea de provecho industrial.

Por tal razón el Ministerio del Ambiente no tiene reparo en dar permiso de explotación y traslado de la madera desde el oriente fuente de explotación hasta la sierra que es donde se la va a utilizar, para fin industrial, porque no causa ninguna afección al ambiente ya que no se va a explotar madera en la zona sino se va traer la madera reciclada.

3.7 DIMENSIONES DE LAS CAJAS

En la zona es altamente agrícola en producción de tomate riñón principalmente, las dimensiones son las siguientes:

TOMATE RIÑÓN

Ancho 20 cm

Alto 30 cm

Largo 47 cm

NARANJILLA

Ancho 18 cm

Alto 28 cm

Largo 45 cm

TOMATE DE ÁRBOL Y PIMIENTA

Ancho 20 cm

Alto 30 cm

Largo 47 cm

MANGO /MANDARINA

Ancho 23 cm

Alto 33 cm

Largo 50 cm

3.8 DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Para el cálculo del precio se toma en cuenta de los materiales, transporte y un margen de utilidad acorde al mercado.

CONCEPTO	VALOR C/U	SUB TOTAL
COSTOS		
Madera	0.12	
Clavos 11/4	0.05	
Transporte	0.03	
SUB TOTAL		0.20
GASTOS		
G.G.F.	0.03	0.03
SUB TOTAL COSTOS Y GASTOS		0.23
UTILIDAD 32%		0.07
PRECIO DE VENTA		0.30

CAPITULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

4.1 MACROLOCALIZACIÓN

El proyecto estará ubicado en Ecuador al Noroccidente del Cantón Antonio Ante en la Provincia de Imbabura.

4.2 MICROLOCALIZACIÓN

La empresa se establecerá en la parroquia rural Imbaya en el barrio la Dolorosa en las calles sin nombre sur de la Línea Férrea.

4.3 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

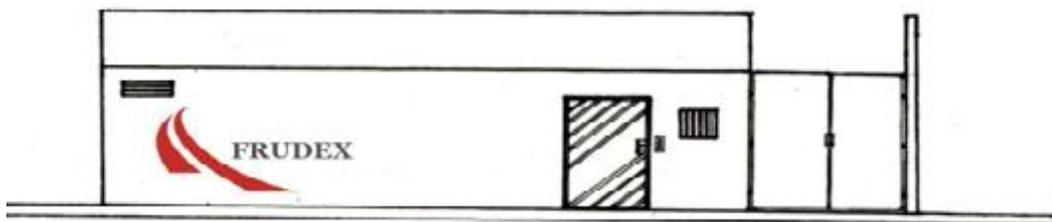
4.3.1 Terreno y área de la planta

La planta de producción tendrá un terreno de 1200 m² distribuidos de forma tal que permitan la correcta operación en el tratamiento de la materia prima y la elaboración del producto final

4.3.2 DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA TOTAL DE LA PLANTA

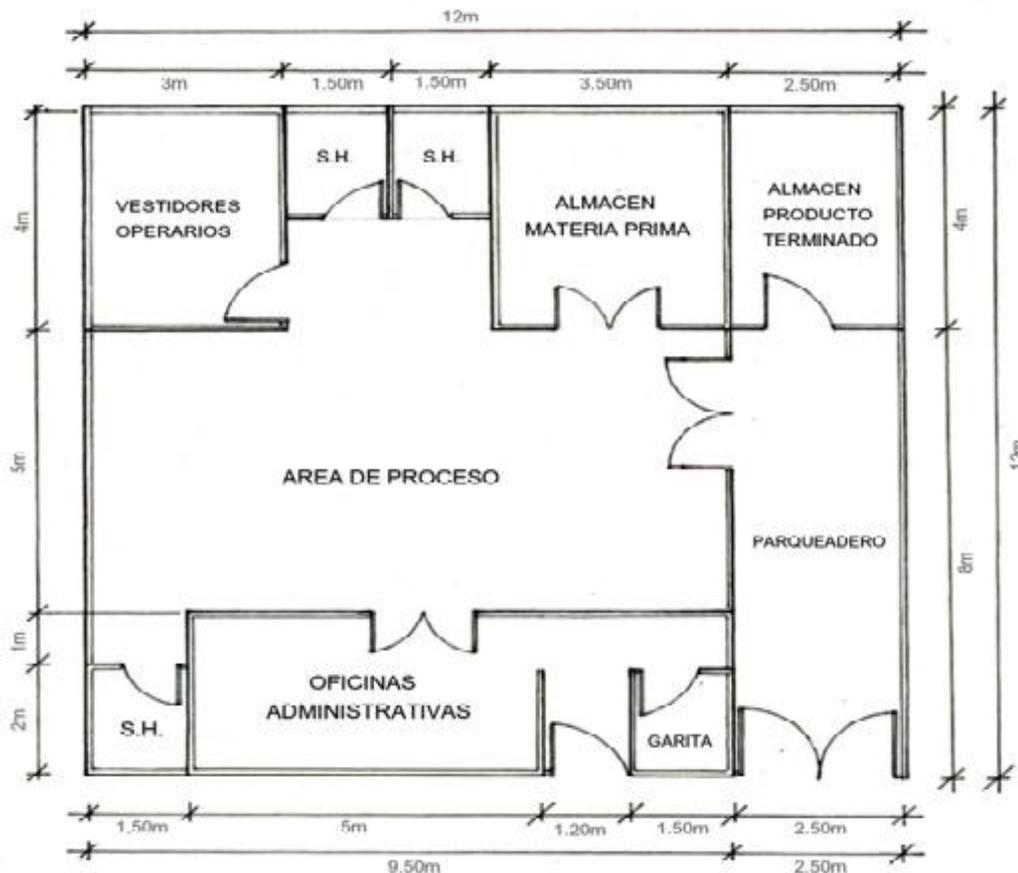
AMBIENTES	ÁREA (m ²)
Almacén de materia prima y productos terminados	48,00
Área de proceso	54,00
Oficinas administrativas	10,00
Servicios higiénicos	10,00
Zona de parqueo y descargue	20,00
TOTAL	142 m²

4.4 INFRAESTRUCTURA



FACHADA FRONTAL DE LA PLANTA

PLANO DE IMPLANTACION



4.5 CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA.

El proyecto adoptará una forma de organización que se adecuará al marco de operación de la actualidad empresarial del sector privado, constituyendo una Microempresa Civil, con la finalidad de producir y comercializar productos de empaque de embalaje para todo tipo de frutas y otros, y tendrá como domicilio legal la ciudad de Antonio Ante en la parroquia de Imbaya

4.5.1 ESTATUTO DE CONSTITUCIÓN:

PRIMERA: COMPARECIENTES.-

En la ciudad de Ibarra a los 23 días del mes de Enero del año 2009 comparecen los señores y las señoras socios y socias de la Asociación de Madres guías San Luis de Imbaya, todos mayores de edad, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la ciudad de Ibarra, legalmente capaces para contratar y obligarse. Los comparecientes manifiestan su voluntad de constituir, como en efecto constituyen a través de este acto, una microempresa, QUE SE REGIRÁ DE CONFORMIDAD A LOS PRESENTES ESTATUTOS:

SEGUNDA: DENOMINACIÓN Y OBJETO

La Micro empresa que constituimos se denominará “FRUDEX” tendrá como objeto principal dedicarse a la elaboración y comercialización de productos de empaque de fruta y otros:

TERCERA: DOMICILIO

La Microempresa “FRUDEX” Tendrá su domicilio principal en la ciudad de Atuntaqui, Cantón Antonio Ante, Parroquia Imbaya, Provincia de Imbabura, sin perjuicio de que pueda abrir sucursales en otras ciudades o del exterior.

CUARTA: PLAZO

La Microempresa tendrá una duración de DIEZ AÑOS, plazo que puede ser ampliado o restringido de conformidad a estos estatutos.

QUINTA: CAPITAL

El capital de la microempresa es de (USD 5000.00) cinco mil DÓLARES AMERICANOS, divididos en (USD 2000,00 aportaciones de un dólar cada una, igualmente acumulativas e indivisibles, suscritas íntegramente y pagadas en efectivo

SEXTA: SEGURIDAD DEL APORTE

Si alguno de los socios decidiera separarse de la microempresa antes de los dos años de actividades y retirar el dinero o bienes, será sancionado con la reducción del 40 % del aporte, y tendrá derecho a recibir exclusivamente el 70% de lo que entregó como capital

SÉPTIMA: RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS

Los socios serán responsables ante terceros hasta el monto de sus aportes

OCTAVA: ADMINISTRACIÓN

Todos los socios tendrán derecho a participar en el gobierno de la microempresa y la administración corresponde al Gerente y/o responsable nombrado por los socios

NOVENA: DERECHO A VOTO

Los socios tendrán derecho a un solo voto, independientemente del capital que haya aportado, y las decisiones serán aprobadas por mayoría simple de votos (mitad más uno)

DÉCIMA: .REMUNERACIONES

Los socios que participen en calidad de técnicos y/o administración de la microempresa se fijarán una remuneración durante los primeros 6 meses, luego podrán elevarse las remuneraciones, teniendo en cuenta la capitalización y rentabilidad de la microempresa

DÉCIMA PRIMERA: FISCALIZACIÓN

Ordinariamente se realizará una fiscalización cada año y extraordinariamente la mayoría de socios podrán solicitar la designación de un fiscalizador, que podrá ser socio o no, para inspeccionar todas las operaciones de la Microempresa

DÉCIMA SEGUNDA: TERMINACIÓN DE ACTIVIDADES

Por decisión unánime de los socios podrán concluir las actividades de la microempresa. En este caso se devolverán los bienes y recursos tal como están a esa fecha.

Para constancia y fe de la aceptación a todas y cada una de las cláusulas, las partes suscriben en un original y tres copias en la Ciudad y fechas señalados.

Rolando Puente Portilla
ABOGADO

Sra. Damaris Ruano García.
040119674-6

Sr. Byron Ruano Palacio
040116762-2

4.5.2 MISIÓN

Ser una microempresa líder en la producción y comercialización de productos de empaque para frutas y otros a nivel nacional, ofreciendo un producto de la más alta calidad en el mercado, satisfaciendo las necesidades de los clientes a través de acciones de calidad, puntualidad, eficiencia y servicio.

4.5.3 VISIÓN

Lograr un plan de liderazgo en el mercado nacional que la coloque como una microempresa sólida y rentable que comercialice productos de empaque en mercados nacionales e internacionales.

4.5.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Es fundamental para toda microempresa que quiera alcanzar el éxito, determinar los objetivos estratégicos en cada área de la empresa que permitan fijar el camino a seguir, estos son:

4.5.5 ADMINISTRATIVA - FINANCIERA:

4.5.5.1 Administrar correctamente el uso de los recursos financieros y no financieros de la empresa con el fin de optimizarlos.

4.5.5.2 Promover y motivar el mejoramiento continuo de cada uno de los procesos de la empresa.

4.5.6 COMERCIALIZACIÓN:

4.5.6.1 Ofrecer un producto de calidad que satisfaga los requerimientos de los clientes.

4.5.6.2 Cumplir con el presupuesto de ventas establecido por la empresa.

4.5.7 LOGÍSTICA:

4.5.7.1 Determinar la cadena idónea para la distribución física nacional del producto.

4.5.7.2 Cumplir de forma adecuada con los contratos suscritos con clientes

4.6 REQUERIMIENTO DE PERSONAL

CARGO	Nº
Gerente General	1
Supervisor	1
Asistente de Comercialización	1
Asistente Contable	1
Trabajadores de la planta	5
TOTAL:	9

4.6.1 VALORES A PAGAR MENSUAL PERSONAL

DETALLE	VALOR /U	VALOR /T
GERENTE GENERAL	200.00	200.00
SUPERVISOR	120.00	120.00
ASISTENTE DE COMERCIALIZACIÓN	120.00	120.00
ASISTENTE CONTABLE	120.00	120.00
TRABAJADORES DE LA PLANTA	58.00	290.00
TOTAL		850.00

4.7 MANUAL DE FUNCIONES

4.7.1 Gerencia Administrativa – Financiera:

Denominación del cargo:	GERENTE
Área:	Administrativa
Reporta a:	
Naturaleza del cargo:	Es el responsable de representar a la empresa ante las leyes que rigen la actividad de la misma, además es el encargado de planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar la buena marcha de la empresa para lograr los objetivos planteados
Funciones y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none">• Organizar, controlar y dirigir el programa de finanzas y administración de la empresa.• Mejorar constantemente los sistemas de dirección, incluyendo reportes, políticas y procedimientos, para optimizar el manejo de los diferentes procesos de la empresa, cuentas y costos.• Organizar y planificar las actividades diarias y objetivos de mediano y largo plazo.• Optimizar y maximizar la rentabilidad de la empresa.• Evaluar al personal contratado.	
Perfil: <ul style="list-style-type: none">- Ing. Comercial de preferencia con especialización en finanzas.- Experiencia mínima de 3 años en cargos similares.- Edad: Entre 28 y 35 años- Manejo de herramientas informáticas.	Competencias: <ul style="list-style-type: none">- Habilidades de comunicación, negociación y manejo de recursos.- Liderazgo y adaptabilidad.- Iniciativa y creatividad.

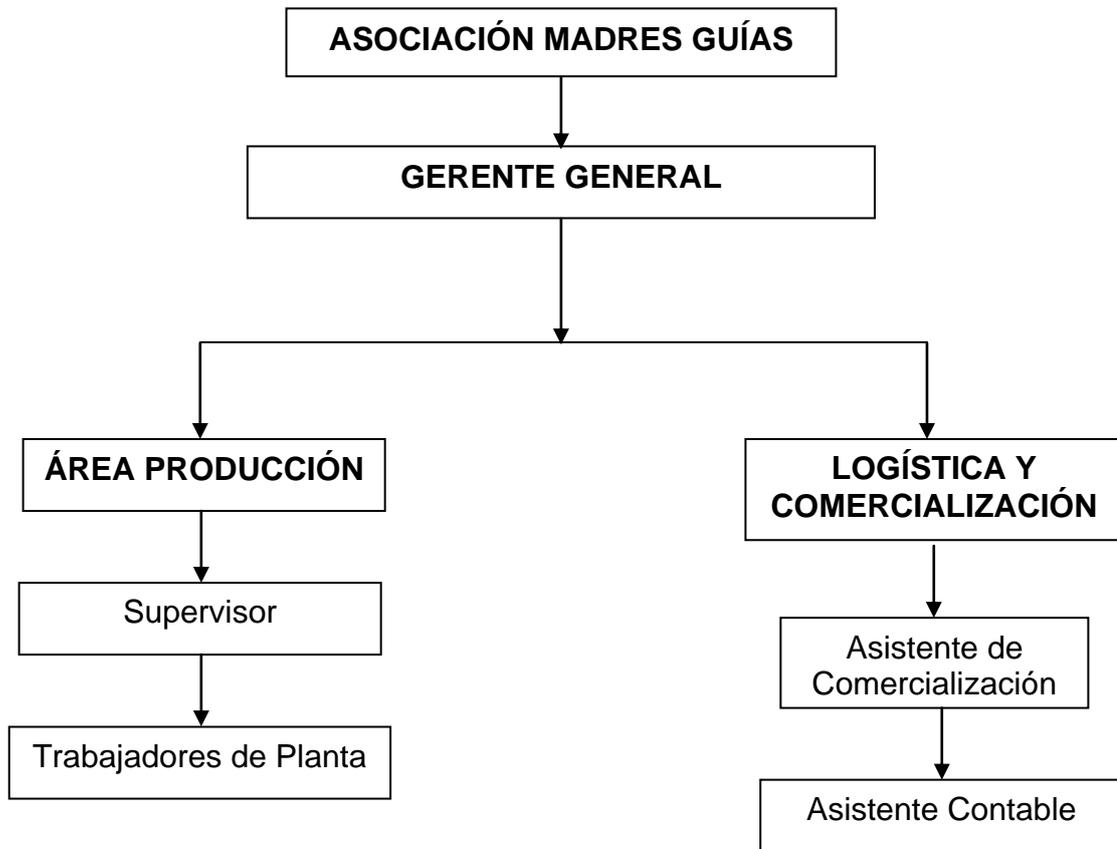
4.7.2 Contador/a:

Denominación del cargo:	ASISTENTE CONTABLE	
Área:	Administrativa	
Reporta a:	Gerencia	
Naturaleza del cargo:	Esta área se encargará de llevar las cuentas de la empresa, presentar estados financieros, presupuestos, pago de nómina, proveedores y demás acreedores que tenga la empresa así mismo del registro diario de cada una de las operaciones y su archivo.	
<p>Funciones y responsabilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Manejar y controlar los costos de la empresa. ▪ Preparar informes gerenciales y presentar los estados financieros. ▪ Entregar información requerida por organismos competentes (S.R.I.). ▪ Diseñar presupuestos. ▪ Controlar y verificar cada una de las operaciones de la empresa. ▪ Registrar, contabilizar y archivar los asientos contables. ▪ Mantener actualizadas las cuentas de la empresa. ▪ Realizar los pagos a los clientes internos y externos de la empresa. ▪ Representar a la empresa ante los organismos de control. ▪ Control del personal. ▪ Dar soporte en funciones de secretaria a todas las áreas 		
<p style="text-align: center;">Perfil:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contador Público Autorizado, con sólidos conocimientos de contabilidad de costos. - Experiencia mínima de 3 años en cargos similares. - Edad: Entre 28 y 35 años. - Manejo de herramientas informáticas. 	<p style="text-align: center;">Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Actitud proactiva. - Capacidad de trabajo bajo presión. - Orientación al cliente interno y externo. 	

4.7.3 Supervisor de Operaciones:

Denominación del cargo:	SUPERVISOR DE OPERACIONES	
Área:	Producción	
Reporta a:	Gerencia	
Naturaleza del cargo:	Será la encargada de dirigir y coordinar los procesos de de empaque del producto, mantenimiento, cuidado del equipo, y manejo de inventarios; así como implementación de proyectos y propuestas para el desarrollo de la empresa	
Funciones y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none">• Planificar y controlar el abastecimiento del producto.• Cumplir con los niveles de producción requeridos por la empresa.• Mantener un adecuado stock de insumos requeridos en el proceso de acondicionamiento del producto.• Organizar, controlar y dirigir las actividades diarias inherentes al proceso de producción.• Maximizar los niveles de productividad.		
Perfil: <ul style="list-style-type: none">- Experiencia mínima de 3 años en cargo similares.- Edad: Entre 28 y 35 años- Manejo de herramientas informáticas.		Competencias: <ul style="list-style-type: none">- Habilidades para el manejo de personal y trabajo en equipo.- Liderazgo y adaptabilidad.- Iniciativa y creatividad.

4.8 ORGANIGRAMA



4.9 REQUERIMIENTO DE ACTIVOS:

4.9.1 MUEBLES Y ENSERES:

MUEBLES	CANTIDAD
ESCRITORIO GERENTE COMPLETO	1
ESCRITORIO TIPO SECRETARIA COMPLETO	3
SILLAS DE ESPERA	8
ARCHIVADOR	2

4.9.2 EQUIPOS

EQUIPO	CANTIDAD
TELÉFONOS	2
FAX	1

4.9.3 EQUIPOS DE CÓMPUTO:

EQUIPOS DE COMPUTO	CANTIDAD
COMPUTADOR INTEL CORE 2	4
IMPRESORA MATRICIAL	3
IMPRESORA LASER	1
SCANNER	1

4.9.4 EQUIPOS DE PESAJE Y EMPAQUE:

EQUIPOS	CANTIDAD
BASCULA MANUAL DE 500 KG.	1
HILADORA	1
TELARES ELÉCTRICOS	3
CARRETOS DE MADERA	50
MOTOSIERRA	1
SIERRA DE MESA	1

4.9.5 EQUIPO DE SELECCIÓN Y LIMPIEZA:

EQUIPOS	CANTIDAD
MESAS METÁLICAS	4
MARTILLOS	5

4.10 EL PROCESO DE PRODUCCIÓN

4.10.1 Características de la Materia Prima

La materia prima con que se trabajará en este proyecto constituyen:

4.10.1.1 Para las cajas de madera tablas de madera seca cortada en dimensiones en función de las características del producto.

4.10.1.2 Para los costales de cabuya la principal materia prima es la tela de cabuya y

4.10.1.3 Para los costales de fibra la materia principal es el polipropileno.

4.10.2 Propiedades Cuantitativas

4.10.2.1 Ubicación

El proyecto pretende manejar la producción con el abastecimiento de madera y cabuya de la zonas tropicales de las provincias norteñas del país, especialmente de los lugares que están ubicados en zonas como el Puerto Quito, Chacal, San Lorenzo, La concordia y en la región amazónica: El Coca, Tena y Lago Agrio.

4.10.2.2 Disponibilidad

La planta tiene la capacidad de manejar los tres productos de embalaje que se van a producir, cuya materia prima está disponible en todas las zonas anteriormente indicadas lo que permite tener una cantidad considerable de producto para iniciar una comercialización adecuada

4.10.2.3 Proceso de Acondicionamiento del Producto

El proceso no es complicado ya que no interviene ninguna industrialización simplemente se trata de una clasificación de los diferentes tipos de productos de embalaje y su posterior ingreso a la bodega de la producción para su comercialización

4.10.2.4 Limpieza y clasificación

Una vez obtenidas las materias primas se realiza la limpieza quitando los restos de hilos, manchas, y otros o cualquier resto extraño que afecte la presentación del producto, para esto se puede realizar con la utilización de equipos especiales o de forma manual ésta última más utilizada por su baja inversión, luego de esto son clasificadas de acuerdo a las especificaciones y dimensiones de la caja de madera:

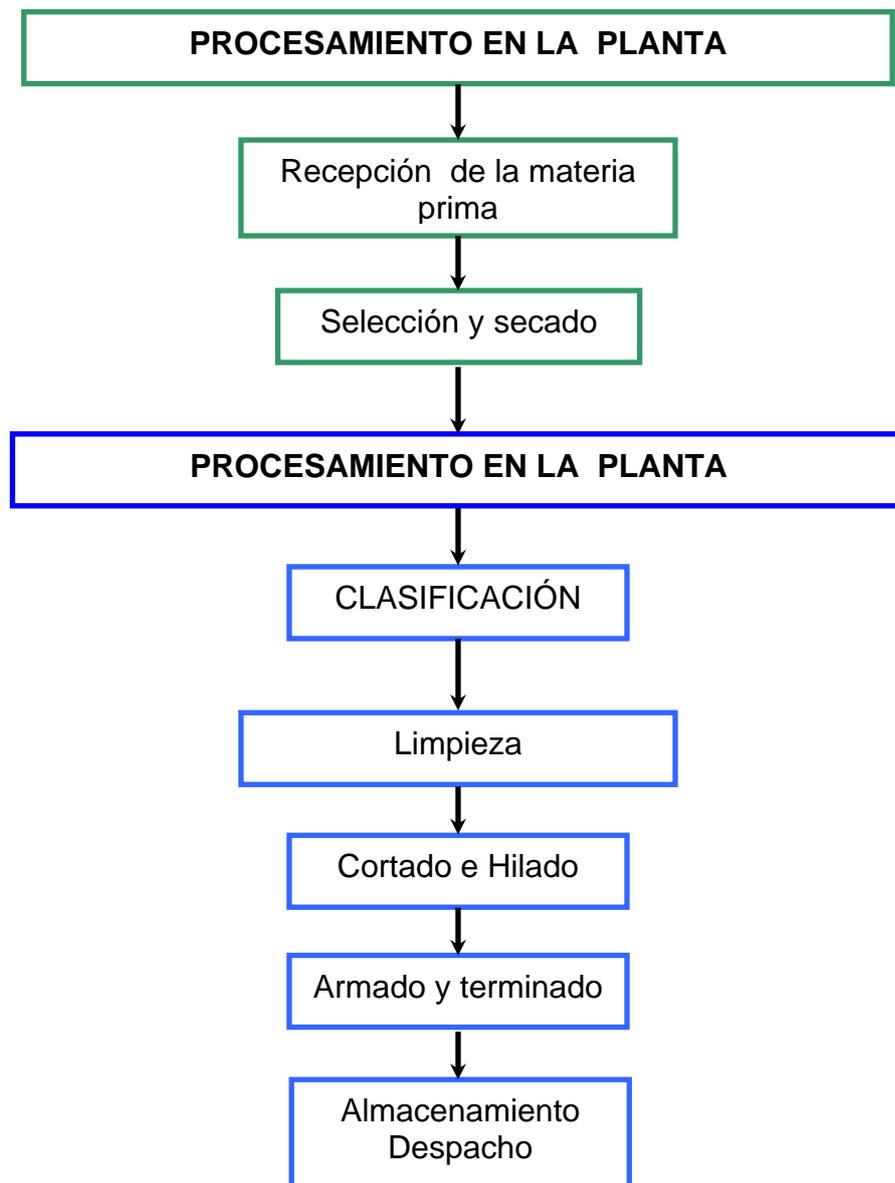
4.10.2.4.1 Clase 1.- 6 tablas de madera de 46 cm de largo, 10 cm de ancho y 6 cm de grueso.

4.10.2.4.2 Clase 2.- 4 tablas de madera de 30 cm de largo, 10 cm de ancho y 1 cm de grueso.

4.10.2.4.3 Clase 3.- 2 tablas de 20 cm de largo, 5 cm de ancho y 1 cm de grueso.

Se recomienda llevar un completo manejo de inventarios que facilite la recepción y despacho de la mercancía así como también el personal deberá efectuar inspecciones físicas del producto para seguridad que se embarca un producto con la calidad exigida en el mercado.

4.11 Diagrama del flujo del proceso productivo



4.11.1.1 Forma de obtener el RUC

4.11.1.1.1 Personas Naturales:

- 4.11.1.1.1.1** Original y copia de la cédula de identidad.
- 4.11.1.1.1.2** Para extranjeros: original y fotocopia de la cédula o del pasaporte.
- 4.11.1.1.1.3** Original y copia del certificado de votación.
- 4.11.1.1.1.4** Extranjeros: original y fotocopia del Censo.
- 4.11.1.1.1.5** Fotocopia de un documento que certifique la dirección del establecimiento donde desarrolla la actividad económica; recibo de luz, agua o teléfono.
- 4.11.1.1.1.6** En caso de artesanos: fotocopia de la calificación artesanal.

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

Este aspecto es importante para establecer el nivel de factibilidad del proyecto en base a un estudio y análisis de los fondos disponibles para el mismo, contrastando los riesgos

5.1 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL

5.1.1 INVERSIÓN FIJA

La inversión inicial que la microempresa requerirá es la siguiente:

5.1.1.1 MUEBLES Y ENSERES

ACTIVO	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Escritorio	1	100,00	100,00
Mesa de trabajo	1	150,00	150,00
Mesa para cortar	1	80,00	80,00
Sillas sencillas	3	24,55	73,65
Archivador 2 cajones	1	75,00	75,00
Estantería	1	90,00	90,00
Subtotal			568,65

FUENTE: PROFORMAS
ELABORADO POR LA AUTORA

5.1.1.2 EQUIPOS DE CÓMPUTO

ACTIVO	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Computadora	1	500,00	500,00
Impresora matricial	1	70,00	70,00
Regulador	1	35,00	35,00
Subtotal			605,00

FUENTE: PROFORMAS
ELABORADO POR LA AUTORA

5.1.1.3 EQUIPOS DE OFICINA

ACTIVO	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Teléfono	1	85,00	85,00
Sumadora	1	35,00	35,00
Subtotal			120,00

FUENTE: PROFORMAS
ELABORADO POR LA AUTORA

5.1.1.4 MAQUINARIA Y EQUIPOS

ACTIVO	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Máquina Cosedora de fibra	1	980,00	980,00
Máquina cosedora de cabuya	1	914,35	914,35
Herramientas	10	20,00	200,00
Balanza	1	75,00	75,00
Tenazas	5	15,00	75,00
Serrucho	4	12,00	48,00
Taladro	2	50,00	100,00
Subtotal			2.392,35

FUENTE: PROFORMAS
ELABORADO POR LA AUTORA

5.1.1.5 GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y ORGANIZACIÓN

ACTIVO	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Gastos de constitución total	1	250,00	250,00
Subtotal			250,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA			3.936,00

5.1.2 CAPITAL DE TRABAJO

5.1.2.1 COSTO DE LAS LÍNEAS DE PRODUCTO

CONCEPTO	V. MENSUAL	V BIMESTRAL
cajas de madera	1.000,00	500,00
Costales de cabuya	300,00	600,00
costales de fibra	400,00	800,00
	1.700,00	1.900,00

5.1.2.2 GASTOS OPERATIVOS

CONCEPTO	V. MENSUAL	V BIMESTRAL
Servicios básicos	30,00	60,00
Teléfono	60,00	120,00
Sueldos	850,00	1.700,00
Útiles de oficina	30,00	60,00
Arriendo	100,00	200,00
Útiles de aseo	12,00	24,00
Subtotal		2.164,00

5.2. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
INTERNO	5.000,00	63,00%
	3.000,00	37,00%
	8.000,00	100,00%

FUENTE: INVERSIÓN INICIAL, ESTRUCTURA DE LA EMPRESA
ELABORADO POR: LA AUTORA

5.2.1. AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Capital	3.000,00			
Interés	15,00%			
Plazo (años)	3,00			
Cuota	\$104,00			
	Fecha	Cuota	Interés	Capital
1	01/01/2008	\$104,00	\$37,50	\$66,50
2	31/01/2008	\$104,00	\$36,67	\$67,33
3	01/03/2008	\$104,00	\$35,83	\$68,17
4	31/03/2008	\$104,00	\$34,98	\$69,02
5	30/04/2008	\$104,00	\$34,11	\$69,88
6	30/05/2008	\$104,00	\$33,24	\$70,76
7	29/06/2008	\$104,00	\$32,35	\$71,64
8	29/07/2008	\$104,00	\$31,46	\$72,54
9	28/08/2008	\$104,00	\$30,55	\$73,44
10	27/09/2008	\$104,00	\$29,63	\$74,36
11	27/10/2008	\$104,00	\$28,70	\$75,29
12	26/11/2008	\$104,00	\$27,76	\$76,23
13	26/12/2008	\$104,00	\$26,81	\$77,19
14	25/01/2009	\$104,00	\$25,85	\$78,15
15	24/02/2009	\$104,00	\$24,87	\$79,13
16	26/03/2009	\$104,00	\$23,88	\$80,12
17	25/04/2009	\$104,00	\$22,88	\$81,12
18	25/05/2009	\$104,00	\$21,86	\$82,13
19	24/06/2009	\$104,00	\$20,84	\$83,16
20	24/07/2009	\$104,00	\$19,80	\$84,20
21	23/08/2009	\$104,00	\$18,75	\$85,25
22	22/09/2009	\$104,00	\$17,68	\$86,32
23	22/10/2009	\$104,00	\$16,60	\$87,39
24	21/11/2009	\$104,00	\$15,51	\$88,49
25	21/12/2009	\$104,00	\$14,40	\$89,59
26	20/01/2010	\$104,00	\$13,28	\$90,71
27	19/02/2010	\$104,00	\$12,15	\$91,85
28	21/03/2010	\$104,00	\$11,00	\$93,00
29	20/04/2010	\$104,00	\$9,84	\$94,16
30	20/05/2010	\$104,00	\$8,66	\$95,33
31	19/06/2010	\$104,00	\$7,47	\$96,53
32	19/07/2010	\$104,00	\$6,26	\$97,73
33	18/08/2010	\$104,00	\$5,04	\$98,95
34	17/09/2010	\$104,00	\$3,80	\$100,19
35	17/10/2010	\$104,00	\$2,55	\$101,44
36	16/11/2010	\$104,00	\$1,28	\$102,71

5.3 CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL

RECURSOS	%	TASAS	
PROPIOS	63,00%	5,00%	3,15%
AJENOS	37,00%	15,00%	5,55%
COSTO DE CAPITAL			8,70%

El costo de capital del proyecto es del 9,0%

5.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS

5.4.1 CAJAS DE MADERA

AÑO	CANTIDAD	PRECIO/UNIDAD	TOTAL \$
1	12.000,00	0,50	6.000,00
2	13.200,00	0,53	6.996,00
3	14.520,00	0,56	8.157,34
4	15.972,00	0,60	9.511,45
5	17.569,20	0,63	11.090,36
TOTAL	73.261,20		41.755,14

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO
DETERMINACIÓN DEL PRECIO
ELABORADO POR: LA AUTORA

5.4.2 COSTALES DE CABUYA

AÑO	CANTIDAD	PRECIO/UNIDAD	TOTAL \$
1	8.000,00	0,45	3.600,00
2	8.800,00	0,48	4.213,44
3	9.680,00	0,51	4.931,41
4	10.648,00	0,54	5.771,72
5	11.712,80	0,58	6.755,22
TOTAL	48.840,80		25.271,80

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO
DETERMINACIÓN DEL PRECIO
ELABORADO POR: LA AUTORA

5.4.3 COSTALES DE FIBRA

AÑO	CANTIDAD	PRECIO/UNIDAD	TOTAL \$
1	8.000,00	1,00	8.000,00
2	8.800,00	1,06	9.328,00
3	9.680,00	1,12	10.876,45
4	10.648,00	1,19	12.681,94
5	11.712,80	1,26	14.787,14
TOTAL	48.840,80		55.673,53

FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO
DETERMINACIÓN DEL PRECIO
ELABORADO POR: LA AUTORA

5.5 PRESUPUESTO DE COSTOS

5.5.1 CAJAS DE MADERA

AÑO	CANTIDAD	PRECIO/UNIDAD	TOTAL \$
1	12.000,00	0,25	3.000,00
2	13.200,00	0,26	3.432,00
3	14.520,00	0,27	3.926,21
4	15.972,00	0,28	4.491,58
5	17.569,20	0,29	5.138,37
TOTAL	73.261,20		19.988,16

FUENTE: CAPACIDAD DE COMPRA
ESTUDIO DE MERCADO
DETERMINACIÓN DEL COSTO UNITARIO VER ANEXO 5
ELABORADO POR: LA AUTORA

5.5.2 COSTALES DE CABUYA

AÑO	CANTIDAD	PRECIO/UNIDAD	TOTAL \$
1	8.000,00	0,20	1.600,00
2	8.800,00	0,21	1.830,40
3	9.680,00	0,22	2.093,98
4	10.648,00	0,22	2.395,51
5	11.712,80	0,23	2.740,46
TOTAL	48.840,80		10.660,35

FUENTE: CAPACIDAD DE COMPRA
ESTUDIO DE MERCADO
DETERMINACIÓN DEL COSTO UNITARIO VER ANEXO 5
ELABORADO POR: LA AUTORA

5.5.3 COSTALES DE FIBRA

AÑO	CANTIDAD	PRECIO/UNIDAD	TOTAL \$
1	8.000,00	0,40	3.200,00
2	8.800,00	0,42	3.660,80
3	9.680,00	0,43	4.187,96
4	10.648,00	0,45	4.791,02
5	11.712,80	0,47	5.480,93
TOTAL	48.840,80		21.320,70

FUENTE: CAPACIDAD DE COMPRA
ESTUDIO DE MERCADO
DETERMINACIÓN DEL COSTO UNITARIO VER ANEXO 5
ELABORADO POR: LA AUTORA

5.6 CUADRO DE DEPRECIACIONES

ACTIVO	VALOR	% DEPREC	DEPRECIACIÓN
Muebles y Enseres	568,65	10%	56,87
Equipos	120,00	10%	12,00
Equipo de cómputo	605,00	33%	199,65
Maquinaria	2.392,35	10%	239,24
Gasto Constitución	250,00	10%	25,00
TOTAL	3.936,00		532,75

FUENTE: REGLAMENTO DE SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
ELABORADO POR: LA AUTORA

5.7 ESTADOS FINANCIEROS

5.7.1. ESTADO DE RESULTADOS

CUENTAS	1	2	3	4	5
Ventas					
cajas de madera	6.000,00	6.996,00	8.157,34	9.511,45	11.090,36
Costales de cabuya	3.600,00	4.213,44	4.931,41	5.771,72	6.755,22
Costales de fibra	18.000,00	20.988,00	24.472,01	28.534,36	33.271,07
Total	27.600,00	32.197,44	37.560,76	43.817,54	51.116,65
(-) Costo de Ventas					
cajas de madera	3.000,00	3.432,00	3.926,21	4.491,58	5.138,37
Costales de cabuya	1.600,00	1.830,40	2.093,98	2.395,51	2.740,46
Costales de fibra	6.750,00	7.722,97	8.833,33	10.106,06	11.562,33
Total	11.350,00	12.985,37	14.853,52	16.993,15	19.441,16
(=)Utilidad Bruta	16.250,00	19.212,07	22.707,24	26.824,38	31.675,49
(-) Gastos Operacionales					
GASTOS OPERACIONALES	12.984,00	13.503,36	14.043,49	14.605,23	15.189,44
Depreciación	532,75	532,75	532,75	532,75	532,75
Total	13.516,75	14.036,11	14.576,24	15.137,98	15.722,19
Total Gastos Operacionales	13.516,75	14.036,11	14.576,24	15.137,98	15.722,19

(=) Utilidad Operaciones	2.733,25	5.175,96	8.131,00	11.686,40	15.953,29
(-) Intereses	392,79	255,32	95,75		
(=) Utilidad antes de participación trabajadores	2.340,46	4.920,64	8.035,25	11.686,40	15.953,29
(-) 15% Participación trabajadores	351,07	738,10	1.205,29	1.752,96	2.392,99
(=) Utilidad antes de impuestos	1.989,39	4.182,54	6.829,96	9.933,44	13.560,30
(-) 25% Impuesto a la renta	497,35	1.045,64	1.707,49	2.483,36	3.390,07
(=) Utilidad Neta	1.492,04	3.136,91	5.122,47	7.450,08	10.170,22

**FUENTE: PRESUPUESTO DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS
ELABORADO POR: LA AUTORA**

5.8. PRESUPUESTO DE CAJA

CUENTAS	1	2	3	4	5
INGRESO DE EFECTIVO					
Ventas	27.600,00	32.197,44	37.560,76	43.817,54	51.116,65
Aporte Interno	5.000,00				
Aporte Externo	3.000,00				
TOTAL INGRESOS	35.600,00	32.197,44	37.560,76	43.817,54	51.116,65
EGRESOS DE EFECTIVO					
Desembolso de la inversión	8.000,00				
Costo de ventas	11.350,00	12.985,37	14.853,52	16.993,15	19.441,16
Gastos Operacionales					
GASTOS TOTALES	12.984,00	13.503,36	14.043,49	14.605,23	15.189,44
Pago de Capital	855,16	992,63	1.152,20		
Intereses	392,79	255,32	95,75		
15% Participación Trabajadores	351,07	738,10	1.205,29	1.752,96	2.392,99
25% Impuesto a la Renta	497,35	1.045,64	1.707,49	2.483,36	3.390,07
TOTAL EGRESOS	34.430,37	29.520,41	33.057,74	35.834,71	40.413,68
FLUJO NETO	1.169,63	2.677,03	4.503,02	7.982,83	10.702,97

FUENTE: ESTADO DE RESULTADOS, PRESUPUESTOS DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS
ELABORADO POR: LA AUTORA

5.9 BALANCE GENERAL

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

CUENTAS

ACTIVOS

ACTIVOS CORRIENTES

Caja - Bancos 4064,00

TOTAL ACTIVOS CORRIENTES 4064,00

ACTIVOS FIJOS

Muebles y Enseres 568,65

Equipos 120,00

Equipo de computo 605,00

Maquinaria 2392,35

GASTOS DE ORGANIZACIÓN 250,00

TOTAL ACTIVOS FIJOS 3936,00

TOTAL ACTIVOS 8000,00

PASIVOS

Pasivos largo plazo 3000,00

TOTAL PASIVOS 3000,00

PATRIMONIO

Capital social 5000,00

TOTAL PATRIMONIO 5000,00

**TOTAL PASIVO +
PATRIMONIO**

8000,00

5.10 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA CON FINANCIAMIENTO

5.10.1 VALOR PRESENTE NETO

AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FE * FREC.
1	1169,63	0,909	1063,30
2	2677,03	0,826	2212,42
3	4503,02	0,751	3383,19
4	7982,83	0,683	5452,38
5	10702,97	0,621	6645,70
		Valor Presente	18756,99
		(-) Inversión Inicial	8000,00
		VPN	10756,99

El valor presente neto del proyecto dio como resultado 10756.99, valor superior a cero, por lo tanto el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

5.10.2 COSTO BENEFICIO

$$\frac{\text{VALOR PRESENTE}}{\text{INVERSION INICIAL}}$$

$$\frac{18756,99}{8000,00} = 2,34$$

El costo beneficio del proyecto dio como resultado 2.34, valor superior a uno, por lo tanto el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente

5.10.3 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
1	1169,63	8000,00
2	2677,03	
3	4503,02	
4	7982,83	
5	10702,97	
	PRI	2,92 años

El período de recuperación de la inversión del proyecto es de 2.92 años.

5.11 TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
1	1169,63	8000,00
2	2677,03	
3	4503,02	
4	7982,83	
5	10702,97	
	TIR	34%

La tasa interna de retorno del proyecto dio como resultado 34%, valor superior al costo de capital del mismo que es de 9% por lo tanto el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

5.12 ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIAMIENTO

CUENTAS	1	2	3	4	5
VENTAS					
cajas de madera	6000,00	6996,00	8157,34	9511,45	11090,36
Costales de cabuya	3600,00	4213,44	4931,41	5771,72	6755,22
Costales de fibra	18.000,00	20.988,00	24.472,01	28.534,36	33.271,07
Total	27600,00	32197,44	37560,76	43817,54	51116,65
(-) Costo de ventas					
cajas de madera	3000,00	3432,00	3926,21	4491,58	5138,37
Costales de cabuya	1600,00	1830,40	2093,98	2395,51	2740,46
Costales de fibra	6.750,00	7.722,97	8.833,33	10.106,06	11.562,33
Total	11350,00	12985,37	14853,52	16993,15	19441,16
(=)Utilidad Bruta	16250,00	19212,07	22707,24	26824,38	31675,49
(-) Gastos Operacionales					
Gastos operacionales	12984,00	13503,36	14043,49	14605,23	15189,44
Total	12984,00	13503,36	14043,49	14605,23	15189,44

Total Gastos Operacionales	12984,00	13503,36	14043,49	14605,23	15189,44
(=) Utilidad Operaciones	3266,00	5708,71	8663,75	12219,15	16486,04
(=) Utilidad antes de participación trabajadores	3.266,00	5.708,71	8.663,75	12.219,15	16.486,04
(-) 15% Participación trabajadores	489,90	856,31	1.299,56	1.832,87	2.472,91
(=) Utilidad antes de impuestos	2.776,10	4.852,40	7.364,18	10.386,28	14.013,14
(-) 25% Impuesto a la renta	694,03	1.213,10	1.841,05	2.596,57	3.503,28
(=) Utilidad Neta	2.082,08	3.639,30	5.523,14	7.789,71	10.509,85

FUENTE: PRESUPUESTO DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS, AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA.

ELABORADO POR: LA AUTORA

5.13 PRESUPUESTO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO

CUENTAS	1	2	3	4	5
INGRESO DE EFECTIVO					
Ventas	27600,00	32197,44	37560,76	43817,54	51116,65
Aporte Propio	8000,00				
TOTAL INGRESOS	35600,00	32197,44	37560,76	43817,54	51116,65
EGRESOS DE EFECTIVO					
Desembolso de la inversión	8000,00				
Costo de ventas	11350,00	12985,37	14853,52	16993,15	19441,16
Gastos Operacionales					
Gastos operacionales	12984,00	13503,36	14043,49	14605,23	15189,44
15% Participación Trabajadores	489,90	856,31	1299,56	1832,87	2472,91
25% Impuesto a la Renta	694,03	1213,10	1841,05	2596,57	3503,28
TOTAL EGRESOS	33517,93	28558,14	32037,62	36027,83	40606,80
FLUJO NETO	2082,08	3639,30	5523,14	7789,71	10509,85

FUENTE: PRESUPUESTO DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS , AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA
 ELABORADO POR: LA AUTORA

5.14 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA SIN FINANCIAMIENTO

5.14.1 VALOR PRESENTE NETO SIN FINANCIAMIENTO

AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	FE * FREC.
1	2082,08	0,952	1982,93
2	3639,30	0,907	3300,95
3	5523,14	0,864	4771,09
4	7789,71	0,823	6408,61
5	10509,85	0,784	8234,74
Valor Presente			24698,33
(-) Inversión Inicial			8000,00
VPN			16698,33

El valor presente neto del proyecto sin financiamiento dio como resultado \$ 16698.33, valor superior a cero; por lo tanto el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

5.14.2 COSTO BENEFICIO SIN FINANCIAMIENTO

$$\frac{\text{VALOR PRESENTE}}{\text{INVERSION INICIAL}}$$

$$\frac{24698,33}{8000,00}$$

CB= 3.09

El costo beneficio del proyecto sin financiamiento dio como resultado 3.09, valor superior a uno; por lo tanto el proyecto es factible de realizarlo económicamente y financieramente.

5.14.3 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
1	2082,08	8000,00
2	3639,30	
3	5523,14	
4	7789,71	
5	10509,85	
	PRI	2,41

Años

El período de recuperación de la inversión del proyecto sin financiamiento dio como resultado 2,41 AÑOS

5.14.4 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) SIN FINANCIAMIENTO

AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
1	2082,08	8000,00
2	3639,30	
3	5523,14	
4	7789,71	
5	10509,85	
	TIR	47%

La tasa interna de retorno del proyecto sin financiamiento dio como resultado 47%, valor superior al costo de capital de la empresa sin financiamiento que es del 5%

5.15 EVALUACIÓN ECONÓMICA AJUSTADA AL RIESGO 10%

5.15.1 VALOR ACTUAL NETO VAN

AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR AJUSTADO	
1	1169,63	0,694	812,25
2	2677,03	0,833	2230,86
3	4503,02	0,579	2605,91
4	7982,83	0,482	3849,74
5	10702,97	0,402	4301,29
		VALOR PRESENTE	13800,05
		INVERSIÓN INICIAL	8000,00
		VALOR PRESENTE NETO	5800,05

El valor actual neto del proyecto ajustado al riesgo dio como resultado \$ 5800.05, valor superior a cero; por lo tanto el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

5.15.2 COSTO BENEFICIO

$$\frac{\text{VALOR PRESENTE}}{\text{INVERSION INICIAL}}$$

$$\frac{13800,05}{8000}$$

$$\text{CB} = 1,73$$

El costo beneficio del proyecto dio como resultado 1.73, valor superior a uno; por lo tanto el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

5.15.3 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑO	FLUJO EFECTIVO	factor ajustado	FE X Fa
1	1169,63	0,833	974,69
2	2677,03	0,694	1859,05
3	4503,02	0,579	2605,91
4	7982,83	0,482	3849,74
5	10702,97	0,402	4301,29
	P.R.I.		3,67

AÑOS

El periodo de recuperación de la inversión ajustado al riesgo dio como resultado 3.67 años.

5.15.4 TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
1	1169,63	8000
2	2677,03	
3	4503,02	
4	7982,83	
5	10702,97	
	T.I.R.	40%

La tasa interna de retorno del proyecto dio como resultado 34%, valor superior al costo de capital ajustado al riesgo que es del 19%; por lo tanto el proyecto es factible de realizarlo económica.

5.16. PUNTO DE EQUILIBRIO

5.16.1 COMPORTAMIENTO DEL COSTO

CUENTAS	FIJOS
COSTO DE VENTAS	
Gastos operación	12984,00
Depreciación	532,75
TOTAL	13516,75

$$\text{MC PONDERADO} = 0,55 - 0,025 + 0,44 + (0,60 - 0,20)0,26 + (1,2 - 0,40)0,30$$

$$\text{MC} = 0,132 + 0,104 + 0,24$$

$$\text{MC} = \mathbf{0,48}$$

$$X = \frac{\text{CF}}{\text{MC}}$$

$$X = \frac{13516,75}{0,48}$$

$$x = \mathbf{28160 \text{ UNIDADES}}$$

CAJAS DE MADERA **12390 UNIDADES**

SACOS DE CABUYA **7322 UNIDADES**

SACOS DE FIBRA **8448 UNIDADES**

CAPITULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.1 Impacto Social

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Calidad de Vida						X	
Generación de Empleo						X	
Satisfacción de Necesidades							X
Vínculos Familiares						X	

FUENTE: INVESTIGACIÓN PERSONAL

AUTORA: ALBA CORAL

6.1.1 PONDERACIÓN DE VALORES

Suma Total = 9

Nivel de Impacto = $\frac{\text{Suma Total}}{\text{Número de Indicadores}}$

Nivel de impacto = $\frac{9}{4}$

Nivel del Impacto = 2.25

6.1.1.1 ANÁLISIS

La creación de una micro empresa vinculada al sector de las Asociaciones de personas, será un apoyo muy importante para la Parroquia de Imbaya y para la Ciudad de Atuntaqui, debido a que se contribuirá a mejorar la calidad de vida de muchas personas. Se generará nuevas fuentes de empleo y el ingreso económico que recibirán les servirá para satisfacer en algo sus múltiples necesidades. Además la micro empresa ayudará a fortalecer los vínculos familiares a través de la actividad de elaboración de empaques de productos agrícolas

6.2 Impacto Económico

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Diversificar otras Actividades						X	
Incentivar la Comercialización						X	
Mejorar los Ingresos						X	
Apertura de Mercados						X	

FUENTE: INVESTIGACIÓN PERSONAL

AUTORA: ALBA CORAL

6.2.1 PONDERACIÓN DE VALORES

Suma Total = 8

Nivel de Impacto = $\frac{\text{Suma Total}}{\text{Número de Indicadores}}$

Número de Indicadores

8

4

Nivel del Impacto =

2

6.2.1.1 ANÁLISIS

La creación de una micro empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos de empaque y embalaje de productos agrícolas,

siempre tiene un impacto positivo no solo en la zona sino también en la provincia en general. Debido a que se encuentra latente la posibilidad de abrirse a nuevos mercados a nivel nacional.

6.3 IMPACTO EDUCATIVO

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Aplicación de Conocimientos							X
Mejorar la Capacitación						X	
Aporte a la Comunidad					X		
Fuente de Investigación						X	

FUENTE: INVESTIGACIÓN PERSONAL
AUTORA: ALBA CORAL

6.3.1 PONDERACIÓN DE VALORES

Suma Total = 8

Nivel de Impacto = $\frac{\text{Suma Total}}{\text{Número de Indicadores}}$

Nivel de impacto = $\frac{8}{4}$

Nivel del Impacto = 2

6.3.1.1 ANÁLISIS

El proyecto servirá de base para todas aquellas personas que deseen iniciarse en la creación de una micro empresa relacionada con la elaboración y comercialización de productos de empaque.

Debido a que les ayudará como fuente de consulta, tomando en cuenta que es la aplicación de todos aquellos conocimientos adquiridos durante el proceso de formación profesional.

6.4 Impacto Ecológico Ambiental

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Manejo de Desechos	x						
Consumo de Agua		x					
Utilización de Químicos-			x				
Uso de INSUMOS Naturales Madera	x						

FUENTE: INVESTIGACIÓN PERSONAL

AUTORA: ALBA CORAL

6.4.1 PONDERACIÓN DE VALORES

Suma Total = 11

Nivel de Impacto = $\frac{\text{Suma Total}}{\text{Número de Indicadores}}$

Nivel de impacto = $\frac{-10}{5}$

Nivel del Impacto = -2

6.4.1.1 ANÁLISIS

Este aspecto que tiene un impacto negativo ya que si influye en deforestación por que se utiliza madera para la elaboración de las cajas, pero se toma en cuenta campañas para forestar en lo sectores afectados para remediar este impacto

En gran parte el consumo de agua, será moderadamente bajo y se debe a la limpieza constante que se realizará tanto de la infraestructura física del local, lo cual garantizará un estricto cumplimiento de las normas sanitarias y de salubridad.

El impacto ambiental en el proyecto es mínimo ya que la micro empresa contará con instalaciones que permitan que la producción de los productos de empaque se la realice sin afectar al medio ambiente

IMPACTO TOTAL DEL PROYECTO

NOMBRE DEL IMPACTO	INDICADOR	-	-	-	0	1	2	3
		3	2	1	0	1	2	3
IMPACTO SOCIAL	Calidad de vida						X	
	Generación del Empleo						X	
	Satisfacción de Necesidades							X
	Vínculos Familiares						X	
IMPACTO ECONÓMICO	Diversificar otras Actividades						X	
	Intensificar la Comercialización						X	
	Mejorar los ingresos						X	
	Apertura de Mercados						X	
IMPACTO EDUCATIVO	Aplicación de Conocimientos							X
	Mejorar a la Comunidad						X	
	Aporte a la Comunidad					X		
	Fuente de Investigación						X	
IMPACTO AMBIENTAL	Manejo de Desechos	X						
	Consumo de Agua		X					
	Utilización de Químicos			X				
	Uso de insumos Naturales Madera	X						
		2	1	1	0	1	9	2

PROMEDIO

$$\frac{2+1+2+0+1+9+2}{16} = 1$$

El impacto total de este proyecto es igual a 1, siendo este el Impacto Total del Proyecto.

CONCLUSIONES

1. De la investigación realizada se determina que es factible la realización de este proyecto con respecto a la demanda de cajas de maderas.
2. Existe disponibilidad de la realización del proyecto, ya que va estar a cargo de la Asociación de Madres Guías de la Parroquia de Imbaya.
3. Es viable la realización del proyecto, técnicamente, financieramente y no influye en el impacto ambiental.
4. La producción de cajas de madera, costales de fibra y costales de cabuya no satisface las necesidades y requerimientos de los agricultores que necesitan el producto para embalar sus productos agrícolas.
5. El precio actual de los costales de fibra se encuentra acorde al bolsillo de los agricultores.
6. El 75% de los productores opinan que la oferta no satisface las expectativas y requerimientos del mercado.
7. Las ventas crecerán en un 10% anual debido a la demanda del mercado.
8. Los centros que expenden estos productos se encuentran en una sola ciudad, (alrededores del mercado mayorista).
9. La base del flujo del efectivo determina la viabilidad del proyecto.
10. Existe oportunidad en la implantación la microempresa en la parroquia de Imbaya, no existe competencia.
11. La localización de la microempresa está en un lugar estratégico de la parroquia, para la construcción de la infraestructura.

12. El impacto ambiental que se genera es de carácter moderado por lo que se tomará medidas de reforestación para contrarrestar el impacto.

RECOMENDACIONES

1. Se debería implementar el presente proyecto y aplicar las propuestas que nosotros planteamos en este trabajo de investigación.
2. Cumplir con los requisitos de ley para su correcto funcionamiento, aprovechando la cadena de valor virtual contando con personal técnico capacitado a base de incentivos.
3. Aprovechar el mercado existente, encontrado en la diversificación una serie de opciones en el servicio de calidad.
4. Valorar el talento humano en base a incentivos.
5. Aprovechar el mercado existente, encontrando en la diversificación una serie de opciones en el servicio
6. Deberá ser competitivo con la oferta existente.
7. Brindar garantías de calidad, logrando captar mayor número de clientes (agricultores) con un control sistemático de inventarios.
8. Deberá planearse reglas claras para la optimización de recursos buscando financiamiento juntamente con el Ilustre Municipio de Antonio Ante.
9. Ampliar financiamiento y aumento de capital de inversión.
10. Seguir con planes de reforestación para contrarrestar el impacto ambiental producido por la implantación de la microempresa de cajas de madera.
11. Por medio de la Asociación de Madres Guías de Imbaya se difundirá a todos los demás cantones que se dedican a la agricultura la producción de cajas de madera.

12.El capital humano de trabajo en la empresa sea para dar mayor calidad de vida a los habitantes propiamente de Imabya.

BIBLIOGRAFÍA

JÁCOME Walter (2005); Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos de inversión Editorial Universitaria Ibarra-Ecuador.

POSSO. Miguel (2002); Diseño y Evaluación de Proyectos Administrativos Loja-Ecuador.

Enciclopedia Omeba de Contabilidad, finanzas, economía y dirección de empresas, Editorial Bibliográfica Argentina, Bs. As. 2001)

GARZA Juan, Interamericana Editores S.A. México, 1999) (Administración Contemporánea.

ADAM Smith Gerencia de Calidad y Productividad de las Organizaciones

CERDA, Hugo (1.999) Como Elaborar proyectos, Tercera Edición, Colombia.

POSSO, Miguel (2006) Metodología para el trabajo de Grado, Tercera Edición, Ibarra, Ecuador.

AYALA, Carlos (2006) Metodología de la Investigación, Ld Kapeluz, Tercera Edición, Quito Ecuador

TAYLOR, F (1969). Materia: Introducción a la Administración de Empresas, Ed. El Ateneo, Buenos Aires Argentina

DÁVALOS, Lorenzo (1994) Cultura y Filantropía Empresarial, Ediciones IESA, Caracas Venezuela.

DESSLER, Gray (1997) Administración de personal, Prentice – Hall, Hispanoamericana, México.

DRUCKER; Peter (1996) La Innovación y el Empresariado Innovador, Norma, Bogotá Colombia

CASTRO, Gregorio (1994) Metodología, Evaluación de Impacto de Proyectos Sociales, Caracas UNESCO

Distrito Metropolitano de Quito, (2006) Plan Bicentenario con Enfoque de Género.

Ángela Demestre, César Castells y Antonio González (2001) Análisis Financiero.

Valdés Galarraga, R. 2002. Diccionario del Pensamiento Martiano. La Habana. Editorial Ciencias Sociales. 784 p.

Revista Municipal Ibarra 2006.

LINCOGRAFÍA:

www.gestiopolis.com.

www.monografías.com.

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA DIRIGIDA A AGRICULTORES Y PRODUCTORES DE LA ZONA

OBJETIVO.- La presente encuesta tiene por objetivo recopiar, datos e información relacionados con la producción y comercialización de productos agrícolas.

1. **¿Que aspecto considera el más importante cuando adquiere un empaque de embalaje para su producto?**

Respuestas	X
Calidad	
Precio	
Garantía	

2. **¿Considera que existen diferencias notables en la calidad de los productos de una productora a otra?**

Respuestas	X
Si	
No	

3. **¿Cómo considera que se encuentra los precios de los productos de empaque para embalaje en el mercado?**

Respuestas	X
Baratos	
Regulares	
Altos	

4. ¿Considera que existen diferencias notables en los precios de los productos de una comercializadora a otra?

Respuestas	X
Si	
No	

5. ¿El stock de variedad de productos de empaque que se expenden en el mercado local cubren sus necesidades?

Respuestas	X
Si	
No	

6. ¿Qué tipo de empaques de embalaje Ud. utiliza para sus productos?

Respuestas	X
Cajas de madera	
Costales de fibra	
Costales de cabuya	
OTROS	

7. ¿Con que frecuencia adquiere este tipo de productos?

Respuestas	X
Cada semana	
Cada quincena	
3 veces al mes	
Una vez al mes	

8. ¿Cuántos costales de fibra compra a la semana?

Respuestas	X
De 0 a 100	
De 101 a 200	
De 301 a 400	
Más de 400	

9. ¿Existe gran cantidad de productores de empaque de embalaje que satisfacen el mercado?

Respuestas	X
Si	
No	

DATOS TÉCNICOS

EDAD -----

SEXO -----

NIVEL DE INSTRUCCIÓN -----

OCUPACIÓN -----

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2

ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE EMPAQUES DE EMBALAJE

1. ¿Considera que existen diferencias notables en la calidad de los productos de una productora a otra?

Respuestas	X
Si	
No	

2. ¿Considera que existen diferencias notables en los precios de los productos de una comercializadora a otra?

Respuestas	X
Si	
No	

3. ¿Qué tipo de empaques de embalaje Ud. Produce y vende?

Respuestas	X
Cajas de madera	
Costales de fibra	
Costales de cabuya	
Otros	

4. ¿Con que frecuencia produce este tipo de productos?

Respuestas	X
Cada semana	
Cada quincena	
3 veces al mes	
diario	

5. ¿Cuántos costales de fibra produce a la semana?

Respuestas	X
De 0 a 500	
De 501 a 1000	
Más de 1000	

6. ¿Existe gran cantidad de productores de empaques de embalaje que satisfagan el mercado?

Respuestas	X
Si	
No	

7. Indique el precio al que Ud. comercializa los productos

Respuestas	PRECIO
Costales de fibra	
Cajas de madera	
Costales de cabuya	

8. Indique a quien vende sus productos

Respuestas	x
Agricultores	
Productores	
Comerciantes	
Otros	

DATOS TÉCNICOS

EDAD

SEXO

NIVEL DE INSTRUCCIÓN

OCUPACIÓN

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3

FORMATO DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS MADRES GUÍAS DE LA ASOCIACIÓN

La entrevista es diseñada para recopilar datos relevantes y necesarios que nos ayuden a determinar el estado actual de la instalación y funcionamiento de la Asociación de madres guías de la parroquia de Imbaya

1. ¿Cree que la Asociación cuenta con el espacio físico (infraestructura) adecuado para la elaboración y comercialización de sus productos?
2. Que nuevas líneas de productos le gustaría elaborar, Confeccionar o producir?
3. ¿El equipamiento con el que la asociación cuenta al momento permite un adecuado orden y visibilidad de los productos?
4. Se Realiza mantenimiento al mobiliario y equipo que posee la asociación?
5. ¿El número de socias con el que la asociación cuenta es el óptimo para la ejecución de las actividades?
6. ¿Han recibido las socias alguna capacitación periódica y actualizada en temas de producción, y atención y servicio al cliente?
7. ¿Las socias reciben algún incentivo adicional por el cumplimiento de actividades extras?
8. ¿Dentro de la asociación se realiza una programación de actividades?
9. ¿Que tipo de productos actualmente está elaborando la Asociación de madres guías?
10. ¿La asociación de madres guías está constituida legalmente?

11. ¿Mediante qué mecanismos la asociación da a conocer la producción y la comercialización de los productos?

12. ¿Cuál cree que es la mayor dificultad que tiene la asociación para elaborar y vender sus productos adecuadamente?

ANEXO 4

FOTOGRAFÍAS DE LAS CAJAS DE MADERA TERMINADAS

