



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL DEDICADO A LA PRODUCCIÓN DE MUÑECAS DE TRAPO CON MATERIAL RECICLABLE EN LA PARROQUIA DE SAN ROQUE DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.”

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

AUTORA:

Domínguez Rivera Lucía Alexandra

DIRECTOR:

Econ. Miguel Salgado

IBARRA, DICIEMBRE 2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Lucía Alexandra Domínguez Rivera**, portadora de la cédula de ciudadanía No. 100332818-2, declaro bajo juramento que el presente trabajo **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL DEDICADO A LA PRODUCCIÓN DE MUÑECAS DE TRAPO CON MATERIAL RECICLABLE EN LA PARROQUIA DE SAN ROQUE DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.”** es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.

Firma



Lucía Alexandra Domínguez Rivera

CI. 1003328182

Econ. Miguel Salgado

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

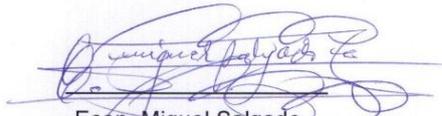
ACEPTACIÓN DE LA DIRECTOR

Luego de haber sido designada por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte, de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como Directora del Trabajo de Grado del siguiente tema: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL DEDICADO A LA PRODUCCIÓN DE MUÑECAS DE TRAPO CON MATERIAL RECICLABLE EN LA PARROQUIA DE SAN ROQUE DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI". Trabajo realizado por la Srta. Lucía Alexandra Domínguez Rivera previa a la obtención del título de Ingeniera en la Contabilidad y Auditoría CPA.

Al ser testigo presencial y corresponsable directa del desarrollo del presente trabajo de investigación, certificó que reúne los requisitos y méritos para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puedo certificar por ser justa y legal.

Atentamente,



Econ. Miguel Salgado

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado dedico a:
Mi Familia a quienes les agradezco el
cariño, la comprensión, la paciencia y el
apoyo incondicional que me brindaron.

A mi hija Paula Mayte por ser mi
inspiración y fuerza para culminar mi
carrera profesional.

Lucía Domínguez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a cada uno de mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a quienes conforman la prestigiosa Universidad Técnica del Norte, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas (FACAE) la cual me abrió sus puertas, me preparó para un futuro competitivo y me formo como persona de bien.

Y a todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización de esta investigación, hago extensivo mi más sincero agradecimiento.

Lucía Domínguez



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Domínguez Rivera Lucía Alexandra con cédula de identidad N° 1003328182, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o Trabajo de grado denominado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL DEDICADO A LA PRODUCCIÓN DE MUÑECAS DE TRAPO CON MATERIAL RECICLABLE EN LA PARROQUIA DE SAN ROQUE DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI", que ha sido desarrollado para optar por el título de: **Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA** en la Universidad técnica del Norte, quedando la Universidad, facultad para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Paulillocab@hotmail.com
06290982

(Firma).....

Nombre: Domínguez Rivera Lucía Alexandra

Cédula: 1003328182

Fecha: 2015
Ibarra, a los días del mes de diciembre del 2015.

TÍTULO POR EL QUE OPTA: Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA.
ASESOR DIRECTOR: ECOM. Miguel Salgado



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003328182
APELLIDOS Y NOMBRES:	Domínguez Rivera Lucía Alexandra
DIRECCIÓN	Atuntaqui, Barrio Santo Domingo
EMAIL:	Paulitogab@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	06290982

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL DEDICADO A LA PRODUCCIÓN DE MUÑECAS DE TRAPO CON MATERIAL RECICLABLE EN LA PARROQUIA DE SAN ROQUE DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI",
FECHA:	2015
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA.
ASESOR/ DIRECTOR:	ECON. Miguel Salgado

INDICE GENERAL

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Domínguez Rivera Lucía Alexandra, con cédula de identidad N° 1003328182, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los días del mes de diciembre del 2015.

LA AUTORA:

(Firma).....

Nombre: Domínguez Rivera Lucía Alexandra

C.I. 1003328182

Facultado por resolución de Consejo Universitario.....

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
ACEPTACIÓN DE LA DIRECTOR.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	vii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE CUADROS	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxiii
RESUMEN EJECUTIVO	xxiv
EXECUTIVE SUMMARY.....	xxv
INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	2
OBJETIVOS	3
CAPÍTULO I.....	5
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	5
1.1 ANTECEDENTES.....	5
1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	7
1.2.1. Objetivo General	7
1.2.2. Objetivos Específicos.....	7
1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS	7
1.3.1. Variables.....	7
1.4 Indicadores	8
1.4.1 Factores legales.....	8
1.4.2 Talento Humano	8

1.4.3 Producción.....	8
1.4.4 Comercialización.....	8
1.4.5 Organismos de apoyo.....	8
1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	9
1.6. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN A INVESTIGAR	10
1.7 CÁLCULO DE LA MUESTRA	10
1.7.1. Fórmula de Cálculo.....	11
1.8. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	12
1.8.1 Información Primaria.....	12
1.8.2 Información Secundaria	12
1.9. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.9.1 Encuesta Aplicada a los habitantes de la Parroquia de San Roque, población rural	13
1.10 ENTREVISTAS	25
1.10.1 Entrevista N° 1	25
1.10.2 Entrevista N° 2.....	28
1.10.3 Entrevista N° 3.....	30
1.10.4 Entrevista N° 4.....	33
1.11 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR.....	37
1.12 DETERMINACIÓN ALIADOS Oponentes, Oportunidades y RIESGOS.....	38
1.13. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.....	39
CAPÍTULO II	40
2. BASES TEÓRICAS	40
2.1 EMPRESA	40
2.1.1 Definición de Empresa.....	40
2.1.2 Objetivo.....	40
2.1.3 Tipos de organizaciones económicas lucrativas	41
2.1.4 Microempresa	43
2.2 CONTABILIDAD.....	45

2.2.1 Definición	45
2.2.2 Activo	46
2.2.3 Pasivo	46
2.2.4 Capital.....	47
2.2.5 Producción.....	48
2.2.6 Producto	49
2.3 COMERCIALIZACIÓN	53
2.3.1 Definición	53
2.3.2 Acceso al Canal.....	54
2.3.3 Cadena de Valor	55
2.4 TRABAJOS MANUALES	56
2.4.1 Concepto	56
2.4.2 Características	57
2.4.3 Las Manualidades en el Mundo Empresarial	57
2.5 RECICLAJE	57
2.5.1 Definición	57
2.5.2 Razones para reciclar	58
2.6. ESTUDIO DE MERCADO	58
2.6.1. Definición	58
2.6.2. Mercado.....	59
2.6.3 Oferta.....	60
2.6.4 Demanda	61
2.6.5 Precio.....	61
2.7 PROYECTO	62
2.7.1 Concepto	62
2.7.2 Tamaño del Proyecto	62
2.7.2.1 Concepto	62
2.7.3 Factores que determinan el tamaño	63
2.7.4 Localización	64
2.7.5 Análisis Financiero.....	65

2.8 ESTUDIO ORGANIZACIONAL	69
2.8.1 Misión	69
2.8.2 Visión	70
2.8.3 Organización Estructural.....	70
2.9 IMPACTOS	70
2.9.1 Impacto Económico	70
2.9.2 Impacto Social	71
2.9.3 Impacto Educativo y Cultural	71
2.9.4 Impacto Ambiental	72
CAPITULO III	73
3. ESTUDIO DE MERCADO	73
3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	73
3.1.1. General	73
3.1.2. Específicos	74
3.2. VARIABLES E INDICADORES	74
3.2.1. Demanda	74
3.2.2. Oferta.....	75
3.2.3. Precios.....	75
3.2.4. Estrategias Comerciales	75
3.4. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	77
3.4.1 Población y muestra	77
3.4.2. Fuentes de información primaria.....	77
3.5 MERCADO POTENCIAL	78
3.7. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO	78
3.7.1. Encuesta dirigida a los almacenes de artesanías de las ciudades de Otavalo, Ibarra, Atuntaqui, Cotacachi.	78
3.7.2. Entrevista dirigida al Sr. Luis Pérez productor de muñecas de trapo	96
3.8. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	97
3.8.1 Productos realizados a base de material reciclable	97

3.9. MERCADO META.....	99
3.10. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	99
3.10.1. Demanda Actual	100
3.10.2. Proyección de la demanda	102
3.11 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	103
3.11.1 Oferta actual del producto.....	103
3.11.2. Proyección de la oferta	105
3.12 Estimación de la demanda insatisfecha	106
3.13. Demanda a captar por el proyecto	129
3.14. Análisis de precios	129
3.14.1. Proyección de precios.....	130
3.15 Análisis de la competencia.....	131
3.16. Estrategias comerciales	132
3.16.1. Producto	132
3.16.2. Precio.....	133
3.16.3. Publicidad y promoción.....	133
3.16.4. Plaza o distribución.....	134
3.17. Conclusión del estudio de mercado	134
CAPITULO IV.....	129
4. ESTUDIO TÉCNICO	129
4.1 Tamaño del proyecto	129
4.1.1 Mercado.....	129
4.1.2 Disponibilidad de recursos financieros.....	129
4.1.3 Disponibilidad de mano de obra	130
4.1.4 Disponibilidad de materia prima.....	130
4.2 Localización del proyecto	130
4.2.1 Macro localización	131
4.2.2 Micro localización.....	132
4.2.2.3 Costos y medios de transporte	134

4.2.2.4 Costos y disponibilidad de mano de obra	134
4.2.2.5 Cercanía de las fuentes de abastecimiento de materias primas..	134
4.2.2.6 Infraestructura.....	134
4.2.2.7 Cercanía al mercado.....	135
4.2.2.8 Ambiente.....	135
4.3 Ingeniería del proyecto.....	136
4.3.1 Procesos.....	136
4.3.2 Diseño de instalaciones y de la planta.....	136
4.4 Presupuesto técnico.....	138
4.4.1 Inversión fija.....	138
4.4.2 Inversiones diferidas	142
4.4.3 Capital de trabajo.....	143
4.4.4 Gastos Administrativos	144
4.4.5 Gastos de Ventas	145
4.4.6 Costo de Producción.....	146
4.5 Estudio de Financiamiento.....	149
4.5.1 Socios	149
CAPÍTULO V.....	150
5. ESTUDIO ECONÓMICO	150
5.1 Presupuesto de Inversión	150
5.2 Proyección de ingresos.....	151
5.2 Egresos	152
5.2.1 Costos	152
5.2.2 Gastos	154
5.3 Estados financieros.....	157
5.3.1 Balance general.....	157
5.4.2 Estado de resultados	158
5.4.3 Cálculo costo de capital	158
5.4.4 Flujo de caja	159

5.4.5 Valor actual neto	159
5.4.6 Tasa interna de retorno	160
5.4.7 Periodo de recuperación del capital.....	161
5.4.8 Relación beneficio costo.....	162
5.4.9 Punto de equilibrio	163
CAPÍTULO VI.....	165
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	165
6.1 NOMBRE DE LA EMPRESA.....	165
6.1.1 Aspectos Filosóficos	165
6.2 FACTORES ORGANIZACIONALES.....	168
6.2.1 Sistemas de Control.....	168
6.2.2 Control Administrativo	169
6.2.3 Control Contable.....	169
6.3 ADMINISTRACIÓN	170
6.3.1 Organigrama Estructural.....	170
6.3.2 Manual de Funciones.....	170
6.3.3 Descripción de Funciones.....	170
6.3.4 Aspectos Legales.....	176
CAPÍTULO VII.....	179
7. IMPACTOS DEL PROYECTO.....	179
7.1 Impacto social	181
7.1.1 Análisis	181
7.2 Impacto económico	182
7.2.1 Análisis	182
7.3 Impacto educativo – cultural	183
7.3.1 Análisis	183
7.4 Impacto ambiental.....	184
7.4.1 Análisis	184

7.5 General	185
7.5.1 Análisis	185
BIBLIOGRAFÍA	189
LINCOGRAFÍA.....	190
Anexo No. 1.....	192
Anexo No. 2.....	196
Anexo No. 3.....	197
Anexo No. 4.....	198
Anexo No. 5.....	200
Anexo No. 6.....	204

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Población del Cantón Antonio Ante	10
Cuadro N° 2: Distribución Muestral	12
Cuadro N° 3: Clasificación de Desechos.....	13
Cuadro N° 4: Utilización de Tachos.....	14
Cuadro N° 5: Conocimiento elaboración de muñecas de trapo.....	15
Cuadro N° 6: Adquisición	16
Cuadro N° 7: Frecuencias de Compra.....	17
Cuadro N° 8: Adquisición de muñecas de trapo.....	18
Cuadro N° 9: Adquisición y variedad.....	19
Cuadro N° 10: Creación del Centro Artesanal.....	20
Cuadro N° 11: Precio.....	21
Cuadro N° 12: Preferencia	22
Cuadro N° 13: Comercialización	23
Cuadro N° 14: Preferencia de Adquisición	24
Cuadro N° 15: Matriz AOOD	37
Cuadro N° 16: Cruce Estratégico de Matriz AOOD	38
Cuadro N° 17: MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO	76
Cuadro N° 18: Número de almacenes de artesanías	77
Cuadro N° 19: Tiempo en la actividad.....	79
Cuadro N° 20: Ventas de Artesanías.....	80
Cuadro N° 21: Tipo de Artesanías.....	81
Cuadro N° 22: Materia Prima	82
Cuadro N° 23: Precio de Artesanías.....	83
Cuadro N° 24: Lugar de Destino	84
Cuadro N° 25: Venta de Muñecas Otavaleñas.....	85
Cuadro N° 26: Venta de Muñecas de Trapo (Zuleta)	86
Cuadro N° 27: Venta de Muñecos Indígenas	87
Cuadro N° 28: Tipo de Mercado.....	88

Cuadro N° 29: Aspectos Importantes	89
Cuadro N° 30: Predisposición de la Comercialización	90
Cuadro N° 31: Cantidad de Muñecas de trapo (Otavaleña)	91
Cuadro N° 32: Cantidad de muñecas Zuleta	92
Cuadro N° 33: Cantidad de muñecos indígenas	93
Cuadro N° 34: Crecimiento en porcentaje de ventas	94
Cuadro N° 35: Medios de comunicación	95
Cuadro N° 36: Demanda actual de muñecas de trapo (Otavaleña)	100
Cuadro N° 37: Demanda actual de muñecas de trapo (Zuleta).....	101
Cuadro N° 38: Demanda actual de muñecas de trapo Indígenas	101
Cuadro N° 39: Resumen de la Demanda	102
Cuadro N° 40: Proyección de la demanda	103
Cuadro N° 41: Oferta actual de muñecas de trapo (Otavaleña).....	104
Cuadro N° 42: Oferta actual muñecas de trapo Zuleta.....	104
Cuadro N° 43: Oferta actual muñeco de trapo indígena.....	105
Cuadro N° 44: Resumen de la oferta de muñecas de trapo	105
Cuadro N° 45: Proyección de la oferta de muñecas de trapo.....	106
Cuadro N° 46: Demanda insatisfecha en unidades.....	107
Cuadro N° 47: Demanda a captar de las muñecas de trapo c	129
Cuadro N° 48: Precios de trabajos artesanales.....	130
Cuadro N° 49: Promedio de Inflación	130
Cuadro N° 50: Proyección de precios.....	131
Cuadro N° 51: Distribución de la planta.....	137
Cuadro N° 52: Terreno	138
Cuadro N° 53: Obra Civil	139
Cuadro N° 54: Muebles de Oficina	140
Cuadro N° 55: Herramientas	140
Cuadro N° 56: Equipos de computación y oficina	141
Cuadro N° 57: Vehículo.....	141
Cuadro N° 58: Resumen de la inversión en Activos Fijos	142

Cuadro N° 59: Gastos de Constitución.....	142
Cuadro N° 60: Capital de trabajo.....	143
Cuadro N° 61: Sueldos administrativos	144
Cuadro N° 62: Suministros De Oficina	144
Cuadro N° 63: Servicios básicos	144
Cuadro N° 64: Sueldo en ventas	145
Cuadro N° 65: Gasto Publicidad.....	145
Cuadro N° 66: Gasto combustible y mantenimiento	145
Cuadro N° 67: Materia prima directa	146
Cuadro N° 68: Materia prima indirecta muñeca de trapo Zuleta.....	146
Cuadro N° 69: Materia prima indirecta muñecas de trapo Zuleta.....	147
Cuadro N° 70: Materia prima indirecta muñeco de trapo indígena.....	147
Cuadro N° 71: Total materiales indirectos	148
Cuadro N° 72: Mano de obra directa	148
Cuadro N° 73: Nómina de Socios.....	149
Cuadro N° 74: Detalle de inversiones.....	150
Cuadro N° 75: Detalle capital de trabajo	151
Cuadro N° 76: Proyección ventas	151
Cuadro N° 77: Inflación de los últimos 6 años en el país	152
Cuadro N° 78: Detalle de costos	152
Cuadro N° 79: Detalle sueldos de operación.....	152
Cuadro N° 80: Salario básico mínimo unificado	153
Cuadro N° 81: Cálculo de la depreciación equipos de operación.....	153
Cuadro N° 82: Detalle de gastos	154
Cuadro N° 83: Proyección sueldos de adm. y gasto en servicios contables ..	154
Cuadro N° 84: Proyección sueldo de personal de ventas	155
Cuadro N° 85: Resumen de sueldos y salarios	155
Cuadro N° 86: Detalle depreciación activos de administración	156
Cuadro N° 87: Detalle de amortización de gastos de puesta en marcha	156
Cuadro N° 88: Saldo activos	156

Cuadro N° 89: Gastos financieros	157
Cuadro N° 90: Balance general	157
Cuadro N° 91: Estados de resultados	158
Cuadro N° 92: Costo de capital	158
Cuadro N° 93: Flujo de caja	159
Cuadro N° 94: Cálculo del VAN a la tasa superior	160
Cuadro N° 95: Periodo de recuperación del capital.....	161
Cuadro N° 96: Cálculo relación beneficio costo	162
Cuadro N° 97: Valoración de impactos.....	180
Cuadro N° 98: Matriz de impacto social	181
Cuadro N° 99: Matriz de impacto económico	182
Cuadro N° 100: Matriz de impacto educativo – cultural.....	183
Cuadro N° 101: Matriz de Impacto Ambiental	184
Cuadro N° 102: Matriz general de impactos.....	185

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Clasificación de Desechos	13
Gráfico N° 2: Utilización de Tachos	14
Gráfico N° 3: Conocimiento elaboración de muñecas de trapo	15
Gráfico N° 4: Adquisición.....	16
Gráfico N° 5: Frecuencias de Compra.....	17
Gráfico N° 6: Adquisición de muñecas de trapo	18
Gráfico N° 7: Adquisición y variedad	19
Gráfico N° 8: Creación del Centro Artesanal	20
Gráfico N° 9: Precio.....	21
Gráfico N° 10: Preferencia.....	22
Gráfico N° 11: Comercialización.....	23
Gráfico N° 12: Preferencia de Adquisición	24
Gráfico N° 13: Tiempo En La Actividad	79
Gráfico N° 14: Ventas de Artesanías.....	80
Gráfico N° 15: Tipo de Artesanías	81
Gráfico N° 16: Materia Prima.....	82
Gráfico N° 17: Precio de Artesanías.....	83
Gráfico N° 18: Lugar de Destino.....	84
Gráfico N° 19: Venta de Muñecas Otavaleñas	85
Gráfico N° 20: Venta de Muñecas de Trapo (Zuleta)	86
Gráfico N° 21: Venta de Muñecos Indígenas	87
Gráfico N° 22: Tipo de Mercado	88
Gráfico N° 23: Aspectos Importantes	89
Gráfico N° 24: Predisposición de la Comercialización.....	90
Gráfico N° 25: Cantidad de Muñecas de trapo (Otavaleña)	91
Gráfico N° 26: Cantidad de muñecas Zuleta	92
Gráfico N° 27: Cantidad de muñecos indígenas.....	93
Gráfico N° 28: Crecimiento en porcentaje de ventas.....	94

Gráfico N° 29: Medios de comunicación.....	95
Gráfico N° 30: Flujograma del proceso.....	136
Gráfico N° 31: Punto de equilibrio	164
Gráfico N° 32: Organigrama Estructural	170

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1: Imagen del Producto	50
Ilustración N° 2: Distintas partes de la cadena de valor	56
Ilustración N° 3: Muñecas de Trapo (Otavaleña).....	98
Ilustración N° 4: Muñecas de trapo (Zuleta)	98
Ilustración N° 5: Muñecos de trapo (Indígenas)	99
Ilustración N° 6: Mapa de localización del proyecto	131
Ilustración N° 7: Mapa de la Provincia de Imbabura.....	131
Ilustración N° 8: Mapa del Cantón Antonio Ante	133
Ilustración N° 9: Croquis de ubicación del proyecto	135
Ilustración N° 10: Vista frontal y lateral del centro artesanal	138

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe final de trabajo de grado, corresponde a un proyecto de factibilidad para la creación de un centro artesanal dedicado a la producción y comercialización de muñecas de trapo con material reciclable en la parroquia de San Roque de la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura, una vez conocida la situación actual del sector y tener una visión clara de la actividad centro artesanal, se procedió a desarrollar el estudio de mercado en el que se analiza las condiciones en las que se encuentra la producción, comercialización, oferta, demanda y precios de los productos mediante la aplicación de encuestas a los habitantes de la Parroquia de San Roque y entrevistas a personas especializadas en el tema, todo esto nos lleva a formarnos un criterio más sostenido de las condiciones del sector. Conocidos los resultados y siendo estos positivos se procedió a la fijación de la macro y micro localización, su tamaño, la ingeniería del proyecto, para lo cual se fijó un presupuesto de la inversión requerida. Después de los respectivos estudios económico-financieros, se llegó a determinar la viabilidad y sustentabilidad económica y financiera del proyecto. Se elaboró el organigrama estructural y se detalló las funciones de cada uno de los colaboradores de la microempresa. Finalmente se analizan los posibles impactos que generará la ejecución de este proyecto entre los cuales tenemos impactos sociales, económicos, educativo-cultural, siendo el más importante el impacto ambiental ya que con la ejecución del proyecto impulsa al cuidado y preservación del medio ambiente a través de la práctica del reciclaje, mejorando la calidad de vida de los habitantes de la ciudad.

EXECUTIVE SUMMARY

This final report of undergraduate work, corresponding to a feasibility project for the creation of a craft center dedicated to the production and marketing of rag dolls with recycled material in the parish of San Roque in the city of Atuntaqui, Imbabura. Once known the current situation of the sector and have a clear vision of the craft center activity, we proceeded to develop the market study the conditions in which the production, marketing, supply, demand and prices is analyzed products by applying surveys inhabitants of the city of San Roque and interviews with people specializing in the subject, all this leads us to form a more sustained approach industry conditions. Being known these positive results and proceeded to the fixation of the macro and micro location, size, project engineering, for which an estimate of the required investment was fixed. After the respective economic and financial studies, it was to determine the feasibility and economic and financial sustainability of the project. The organizational structure was developed and functions of each of the partners of microenterprise outlined above. Finally the potential impacts created by implementation of this project among which are social, economic, educational and cultural impacts are analyzed, the most important environmental impact since the execution of the project promotes the care and preservation of the environment through the practice of recycling, improving the quality of life of city dwellers.

INTRODUCCIÓN

El presente anteproyecto consiste en un “Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro artesanal dedicado a la producción de muñecas de trapo con material reciclable en la Parroquia de San Roque del Cantón Antonio Ante de Atuntaqui”

En consecuencia el **CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL** en este capítulo se realizó una investigación de campo para conocer la situación actual en la que se encuentra el entorno del estudio, se llegó a determinar posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, se estableció estrategias que mejoren las circunstancias que se pueden presentar en el momento de la realización del proyecto.

Para la realización del **CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO** este capítulo recopiló datos teóricos basados en libros, páginas web, de aspectos científicos, contables, administrativos, financieros, entre otros esto permitió conocer conceptualizaciones primordiales del proyecto.

En el **CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO** este estudio abarcó el análisis de resultados arrojados de la investigación preliminar a través de las encuestas a los posibles consumidores, esto permitió determinar la oferta y demanda, e identificar la demanda potencial a satisfacer, se realizó un análisis de los precios, proyecciones y se procedió a ejecutar un plan de comercialización para que se introduzca el producto en el mercado.

El **CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO** describe la localización de la microempresa, ubicación de la planta, diseño de instalaciones, la ingeniería del proyecto que consistió en procesos productivos, flujo gramas, y finalmente se determinó la inversión requerida, valor de financiamiento, capital de trabajo; necesarias para poner en marcha el proyecto.

Para la realización del **CAPÍTULO V ESTUDIO FINANCIERO** permitió conocer si el negocio es rentable o no, mediante la elaboración de los estados financieros como: Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados, y Flujo de Efectivo, adicionalmente se realizó una evaluación financiera como: VAN, TIR, Relación Costo Beneficio y Período de Recuperación de la Inversión, estos indicadores sirvieron para efectuar un análisis y ver la viabilidad del proyecto.

En el **CAPÍTULO VI ESTRUCTURA ORGANIZATIVA** en la propuesta estratégica de la Microempresa se redactó la misión, visión, políticas de calidad, principios y valores institucionales, estrategias empresariales, además se realizó un organigrama que permitieron un orden de funciones de los integrantes de la misma, todo esto con el objetivo de alcanzar la excelencia y brindar un mejor servicio a los consumidores.

Finalmente en el **CAPÍTULO VII IMPACTOS** se realizó el análisis de impactos permitiendo determinar la incidencia del proyecto en el ámbito: Social, Económico, Educativo, Ambiental, Ético, y Comercial, a través de la matriz de valoración de impactos. Finalmente este trabajo concluye con las conclusiones y recomendaciones de la investigación ejecutada.

JUSTIFICACIÓN

La realización de este proyecto es de vital importancia para la Parroquia de San Roque, ya que contribuyó con la creación de un centro artesanal el mismo que permitió mejorar la calidad de vida de las personas que formaron parte de este trabajo; generándoles ingresos monetarios que les permitió satisfacer las necesidades económicas de los mismos. Además se contribuyó con la disminución de la contaminación del ambiente, ya que hoy en día es muy importante para la sociedad, es de trascendental importancia mencionar que los materiales que serán utilizados para la producción de las muñecas de trapo son productos desechados por las empresas del Cantón Antonio Ante, lo cual representó una oportunidad para que nuestro proyecto sea rentable, ya que la materia prima no representa un costo excesivo para la elaboración del producto

que se desea ofrecer. El proyecto está encaminado a mejorar la economía de las personas involucradas en este trabajo, además contribuyó con el crecimiento económico de la Parroquia de San Roque; al mismo tiempo aportando con la conservación del medio ambiente.

Por lo expuesto es necesario mencionar que este proyecto está en condición de ser factible de realizar ya que es diferente; por cuanto es realizado a base de material reciclado. Siendo los beneficiarios directos los consumidores y las personas involucradas en la producción de las muñecas de trapo, además los beneficiarios indirectos son los proveedores de la muñeca y la sociedad que se benefició de un mejor ambiente. También el anhelo de realizar esta investigación será viable de ejecutar pues se cuenta con la predisposición del investigador para ejecutar el proyecto así como con la factibilidad de poder conseguir la información necesaria para sustentar el trabajo que dejo sentado un precedente para futuros estudios sobre el tema.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Realizar un Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro artesanal dedicado a la producción de muñecas de trapo con material reciclable en la Parroquia de San Roque de la ciudad de Atuntaqui.

Objetivos Específicos

- Realizar un Diagnóstico Situacional Externo para identificar la matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades, Riesgos) para analizar aspectos que afecten o beneficien al proyecto.
- Estructurar las bases teóricas y científicas que permitan construir un marco teórico que garantice la realización de la presente investigación.

- Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda que tendría el proyecto identificando la demanda potencial a satisfacer.
- Elaborar el estudio técnico para establecer la localización, tamaño de ingeniería del proyecto.
- Evaluar el proyecto aplicando un estudio financiero para realizar un análisis del costo-beneficio del proyecto y determinar la factibilidad el mismo a través del cálculo del TIR, VAN y PUNTO DE EQUILIBRIO.
- Diseñar la estructura organizacional que tendrá la microempresa para su operación.
- Analizar los posibles impactos que generará dicho proyecto tales como el social, económico, ambiental, educativo, ético y comercial.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

El Ecuador es un país que posee una inmensa variedad de recursos que en la actualidad son indispensables para sobrevivir frente a la presión económica mundial por la que estamos pasando.

Al ser un país en vías de desarrollo, el Ecuador se encuentra en pleno adelanto económico partiendo de un estado de subdesarrollo o de una economía de transición. Si bien aún no alcanza el estatus de los países desarrollados, avanzado más que otros que aún son considerados países subdesarrollados.

El cantón Antonio Ante está localizado en la provincia de Imbabura, a 12 Km. al Sur Oeste de Ibarra, una parte de la población se dedica a la actividad textil. Una de las principales parroquias del cantón es San Roque, cuya población está conformada por población indígena en 62% aproximadamente, que se dedica a la agricultura y ganadería y la población mestiza, en su mayoría, se dedica a elaborar de artesanías de lana además a confeccionar sogas y costalillos a base de cabuya.

El proyecto de la creación de un Centro Artesanal dedicado a la producción de muñecas de trapo con material reciclable, en la parroquia de San Roque del cantón de Atuntaqui; nace por la necesidad de evitar la contaminación del ambiente con materiales que son arrojados como desecho de las empresas de la industria textil, pero que pueden ser reutilizados como materia prima en este

proyecto, y además buscamos incrementar los ingresos de las familias de bajos recursos económicos que formaran parte de este proyecto.

El Cantón Antonio Ante tiene una población de 43.518, cuya cabecera principal es Atuntaqui, más conocida como zona Industrial o Textil, ya que sus habitantes se han dedicado de lleno a lo que es confecciones de ropa, siguiendo el ejemplo de nuestro Patrimonio Cultural como es la Ex Fábrica Imbabura, promotora de que las personas sigan este tipo de producción y emprendimiento.

La población del Cantón Antonio Ante según el Censo del año 2010 representa las actividades principales que son: la manufactura el 27%, la agricultura el 20%, el comercio, hoteles y restaurantes el 15%, los servicios personales y sociales el 15% y el 18% restante están: la construcción, el transporte, lo agropecuario, almacenamiento y comunicaciones, servicios financieros, electricidad gas y agua, minas y canteras, según el plan de desarrollo del Cantón Antonio Ante.

Los potenciales de la parroquia de San Roque es la existencia de pequeñas empresas dedicadas en su mayoría a la producción de medias de variada calidad, además muchas personas se dedican a la producción de artesanías de lana como ponchos, chalinas, tapices, sacos, que se exponen y venden en las ferias para su comercialización. Se producen asimismo artículos manuales de carpintería y de cabuya.

En la actualidad, debido a la falta de concienciación de las personas sobre el proceso de reciclaje, hace que el planeta aumente sus niveles de calentamiento global, debido a este problema, es necesario buscar alternativas productivas no tradicionales que a más de ayudar al planeta, permita generar ingresos, es así que el presente proyecto pretende poner en marcha la creación de un centro artesanal productor y comercializador de muñecas de trapo a base de material reciclado. La creatividad de las personas conlleva a la realización de trabajos manuales constituyéndose en un ingreso económico que satisface objetivos económicos y sociales.

1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional externo en el Cantón Antonio Ante para determinar: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto al momento de su gestión.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Examinar los factores legales que amparan a los trabajos manuales (muñecas de trapo).
- Investigar el talento humano que trabaja en el sector.
- Investigar los sistemas de Producción de los trabajos manuales (muñecas de trapo).
- Analizar los sistemas de comercialización que utilizan los artesanos que elaboran trabajos manuales a base de material reciclado, en la zona investigada.
- Identificar la existencia de organismos que impulsen la elaboración de trabajos manuales con material reciclado parroquia de San Roque.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Con la finalidad de facilitar un mayor entendimiento y análisis, se ha llegado a identificar las principales variables con sus respectivos indicadores, los mismos que se detallan a continuación.

1.3.1. Variables

- Factores Legales

- Talento Humano
- Producción
- Comercialización
- Organismos de apoyo

1.4 INDICADORES

1.4.1 Factores legales

- R.U.C
- Patente Municipal
- Permiso de Bomberos

1.4.2 Talento Humano

- Capacitación
- Experiencia laboral
- Número de empleados

1.4.3 Producción

- Materia Prima
- Mano de Obra
- Materiales

1.4.4 Comercialización

- Canales de Distribución
- Percepción del cliente
- Adquisición
- Calidad del producto

1.4.5 Organismos de apoyo

- Organismos Gubernamentales y no Gubernamental

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Examinar los factores legales que amparan a los trabajos manuales (muñecas de trapo).	Factores Legales	R.U.C Patente Municipal Permiso de bomberos	Secundaria Secundaria Secundaria	Análisis Análisis Análisis	
Investigar el talento humano que trabaja en el sector	Talento Humano	Capacitación Experiencia laboral Número de empleados	Primaria Primaria Primaria	Entrevista Entrevista Entrevista	Artesanos Artesanos Artesanos
Investigar los sistemas de Producción de los trabajos manuales.	Producción	Materia Prima Mano de Obra Materiales	Primaria Primaria Primaria	Entrevista Entrevista Entrevista	Artesanos Artesanos Artesanos
Analizar los sistemas de comercialización que utilizan los artesanos que elaboran trabajos manuales a base de material reciclado, en la zona investigada	Comercialización	Percepción del cliente Calidad del producto Canales de distribución. Adquisición.	Primaria Primaria Primaria Primaria.	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Habitantes de la parroquia. Habitantes de la parroquia. Habitantes de la parroquia. Habitantes de la parroquia.
Identificar la existencia de organismos que impulsen la elaboración de trabajos manuales con material reciclado parroquia de San Roque	Organismos de apoyo	Organismos Gubernamentales y no Gubernamentales	Primaria	Entrevista	Ing. Ambiental

Elaboración: La Autora

1.6. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN A INVESTIGAR

Para el desarrollo del presente proyecto, la población está representada por los habitantes de la parroquia de San Roque, en un número de 10.142.habitantes, que corresponde a la zona rural, datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Cuadro Nº 1: Población del Cantón Antonio Ante



PROVINCIA	NOMBRE DEL CANTÓN	NOMBRE DE LA PARROQUIA	ÁREA		
			URBANO	RURAL	Total
IMBABURA	ANTONIO ANTE				
		ATUNTAQUI- ANDRADE MARÍN	21.286	2.013	23.299
		IMBAYA	-	1.279	1.279
		SAN FRANCISCO DE NATABUE	-	5.651	5.651
		SAN JOSE DE CHALTURA	-	3.147	3.147
		SAN ROQUE	-	10.142	10.142
		Total	21.286	22.232	43.518

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Elaboración: La Autora.

1.7 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Tomando en cuenta que la población a investigar es significativa se obtuvo una muestra representativa utilizando la siguiente fórmula.

Simbología

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño población

Z = Varianza 0,25

d = Nivel de confianza 95%; 1,96

E = Margen de error 5% hasta 1000 pasado 1000 3%

1.7.1. Fórmula de Cálculo

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

Datos:

N= 10.142

d₂= 0.25

Z₂= 1.96

E= 0.25

$$n = \frac{10.142 \times (1,96)^2 \times 0.25}{[(0.25) \times (10.142-1)] + [(1,96)^2 \times 0.25]}$$

$$n = \frac{9740,3768}{(25,3525) + (0,9604)}$$

n= 370 encuestas

Cuadro Nº 2: Distribución Muestral

BARRIOS DE LA PARROQUIA DE SAN ROQUE	% POBLACIÓN	NÚMERO DE ENCUESTAS POR BARRIO
San Miguel de Otorongo	4	15
Corazón de Jesús	5	20
La Merced	22	80
La Cantarilla	14	50
San Agustín	12	45
Santa rosa	21	80
San Alfonso	9	33
El Cerotal	5	15
Pucará	8	32
TOTAL CIUDADANIA	100	370

Fuente: Gobierno Municipal de Antonio Ante.

Elaboración: La Autora.

1.8. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1.8.1 Información Primaria

Para la presente investigación se utilizó:

- Encuestas dirigida a la población de la parroquia de San Roque, Cantón Antonio Ante. (Anexo N.1)
- Entrevista dirigida a la autoridad del Ministerio del Ambiente. (Anexo N.2)
- Entrevista dirigida al Director de Gestión y Ambiente del Gobierno Municipal de Antonio Ante. (Anexo N.3)
- Entrevista dirigida propietarios de centros artesanales de la parroquia. (Anexo N.4).

1.8.2 Información Secundaria

- Documentos informativos del Municipio del cantón Antonio Ante.
- Estadísticas actuales del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).
- Bibliografía.

1.9. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.9.1 Encuesta Aplicada a los habitantes de la Parroquia de San Roque, población rural

Variable: Comercialización.

Indicador: Percepción del cliente.

1.- ¿Cree usted que deberían clasificarse los desechos que salen de su hogar, (En desechos orgánicos, desechos materiales, entre otros)?

Cuadro Nº 3: Clasificación de Desechos

OPCIÓN	RESULTADOS	%
SI	318	85%
NO	52	15%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nº 1: Clasificación de Desechos



Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque.

Elaboración: La Autora.

Análisis

Es esencial clasificar los desechos que salen del hogar, una gran parte de las personas encuestadas están definitivamente de acuerdo en que se debería llevar una correcta separación de los desechos orgánicos y desechos materiales para evitar la contaminación, lo cual indica que en la parroquia de San Roque, existe interés en el cuidado del medio ambiente.

Variable: Comercialización.

Indicador: Percepción del cliente.

2.- ¿Cree usted que se debería contar con tachos de reciclaje?

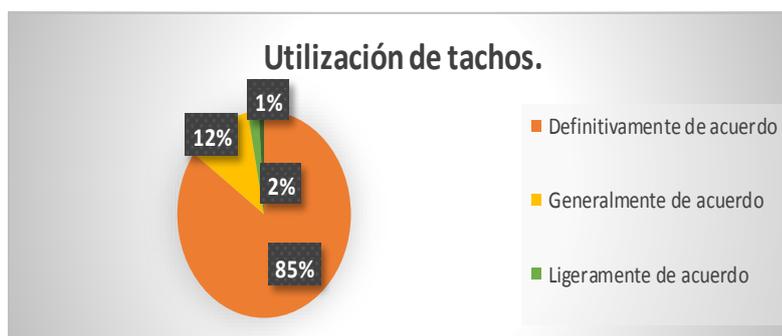
Cuadro Nº 4: Utilización de Tachos

OPCIÓN	RESULTADOS	%
Definitivamente de acuerdo	314	85%
Generalmente de acuerdo	46	12%
Ligeramente de acuerdo	6	2%
Ligeramente en desacuerdo	0	0%
Generalmente en desacuerdo	0	0%
Definitivamente en desacuerdo	4	1%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 2: Utilización de Tachos



Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque

Elaboración: La Autora

Análisis

La mayoría de la población encuestada muestra interés en el reciclaje, lo cual ayuda al cuidado ambiental, se conoce que en la parroquia existen personas que se dedican a la recolección de material reciclado como: papel, cartón, botellas plásticas, entre otros. Lo cual comprende un ingreso extra ya que venden a una empresa recicladora

Variable: Comercialización.

Indicador: Percepción del cliente.

3.- ¿Usted tiene conocimientos sobre la elaboración de muñecas de trapo a base de material reciclado?

Cuadro Nº 5: Conocimiento elaboración de muñecas de trapo

OPCIÓN	RESULTADOS	%
Si	221	60%
No	149	40%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque
Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 3: Conocimiento elaboración de muñecas de trapo



Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque
Elaboración: La Autora

Análisis

Gran parte de la población encuestada tiene conocimientos sobre la elaboración de muñecas de trapo a base de material reciclado, lo cual indica que podrían ser posibles trabajadores de la microempresa.

Para elaborar los trabajos manuales como: muñecas, llaveros entre otros es necesario contar con habilidades y conocimientos para lograr un producto terminado de buena calidad y satisfacer las necesidades de los consumidores.

Variable: Comercialización.

Indicador: Calidad del producto.

4.- ¿Usted ha adquirido muñecas de trapo a base de material reciclado?

Cuadro N° 6: Adquisición

OPCIÓN	RESULTADOS	%
Si	165	40%
No	205	60%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 4: Adquisición



Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque

Elaboración: La Autora

Análisis

Un porcentaje considerable ha adquirido trabajos manuales a base de material reciclado, pero existe una parte de la población la cual ya sea por desconocimiento no ha tenido la oportunidad de comprar estos productos, con la creación de la microempresa se ofertará a la población del Cantón muñecas de trapo, llaveros que satisfagan las necesidades de los consumidores.

Indicador: Variable: Comercialización.

Indicador: Calidad del producto.

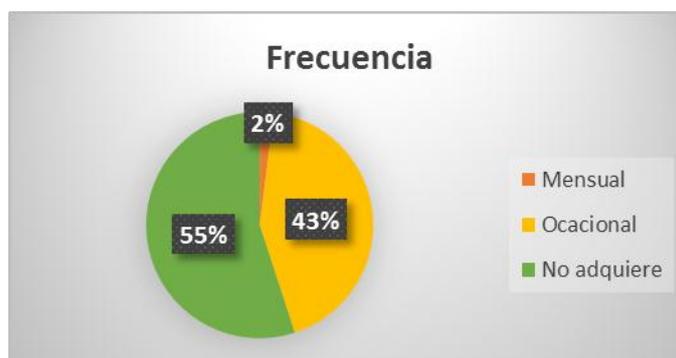
5.- ¿Con qué frecuencia usted adquiere estos productos?

Cuadro Nº 7: Frecuencias de Compra

OPCIÓN	RESULTADOS	%
Mensual	6	2%
Ocasional	159	43%
No adquiere	203	55%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque
Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 5: Frecuencias de Compra



Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque
Elaboración: La Autora

Análisis

A la ciudadanía le atrae las diferentes variedades de trabajos manuales elaborados a base de material reciclado, lo que permite conocer que si existe aceptación ya que estarían dispuestos a comprar artesanías como un adorno para su hogar o en fechas especiales, existen personas que no adquieren este producto porque desconocen los lugares donde se comercializan, con la creación del Centro Artesanal se ofertará variedades de trabajos manuales de buena calidad que satisfagan las necesidades de la población.

Variable: Comercialización.

Indicador: Calidad del producto.

6. ¿Usted adquiriría muñecas de trapo elaborados a base de material reciclado?

Cuadro Nº 8: Adquisición de muñecas de trapo.

OPCIÓN	RESULTADOS	%
Si	346	94%
No	24	6%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 6: Adquisición de muñecas de trapo



Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque

Elaboración: La Autora

Análisis

La mayoría de los habitantes de la parroquia de San Roque está dispuesta a adquirir trabajos manuales elaborados a base de material reciclado, lo cual indica la viabilidad de implantar la microempresa, ya que la población aprecia las artesanías y en este caso además de adquirir un producto novedoso se está cuidando al medio ambiente.

Variable: Comercialización

Indicador: Canales de distribución.

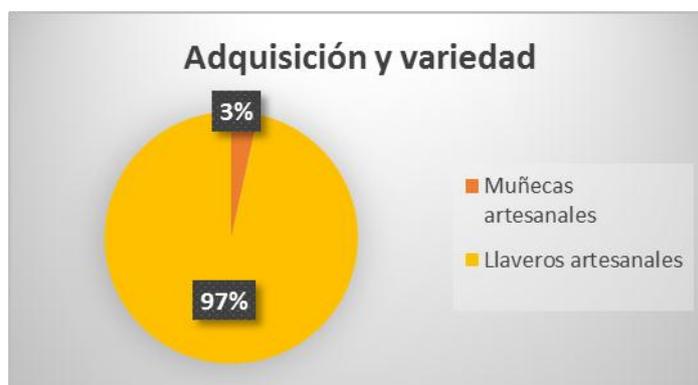
7.- ¿Qué trabajos manuales adquiriría?

Cuadro Nº 9: Adquisición y variedad.

OPCIÓN	RESULTADOS	%
Muñecas artesanales	287	78%
Llaveros artesanales	83	22%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque
Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 7: Adquisición y variedad



Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque
Elaboración: La Autora

Análisis

La mayoría de las personas encuestadas están dispuestos a adquirir muñecas artesanales para el hogar, la microempresa ofrecerá: muñecas en diferentes modelos, llaveros que además de ser productos novedosos ayudan a preservar el cuidado ambiental ya que la materia prima principal es material reciclado los cuales pasando por un proceso de transformación dan un producto terminado innovador y de buena calidad.

Variable: Comercialización

Indicador: Canales de distribución.

8.- ¿Cree usted que debería crearse un Centro Artesanal dedicado a elaborar muñecas de trapo a base de material en la parroquia de San Roque?

Cuadro Nº 10: Creación del Centro Artesanal

OPCIÓN	RESULTADOS	%
SI	267	72%
NO	103	28%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque
Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 8: Creación del Centro Artesanal



Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque
Elaboración: La Autora

Análisis

Existe gran aceptación por parte de los habitantes de la parroquia en la creación de un Centro Artesanal dedicado a la elaboración de muñecas a base de material reciclado, es por ello que el proyecto se considera factible de realizarlo.

Variable: Comercialización.

Indicador: Canales de distribución.

9.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos productos?

Cuadro Nº 11: Precio

OPCIÓN	RESULTADOS	%
De \$4 a \$12	330	89%
De \$13 a \$21	36	10%
De \$22 a \$30	4	1%
TOTAL	370	100

Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque
Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 9: Precio



Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque
Elaboración: La Autora

Análisis

El precio es un factor importante al adquirir un producto, la mayoría de la población encuestada establece que estaría dispuesto a pagar por las muñecas de trapo a base de material reciclable USD 4,00 a USD 12,00, razón por la cual se procedió a analizar los precios de la competencia y se considera aceptable.

Variable: Comercialización.

Indicador: Adquisición.

10.- ¿Califique en orden de preferencia, qué busca usted cuando adquiere estos productos, siendo 4 el más importante y 1 el menos importante?

Cuadro N° 12: Preferencia

OPCIÓN	RESULTADO	%
Calidad	577	31%
Precio	464	25%
Tamaño	345	19%
Diseño	471	25%
TOTAL	1857	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 10: Preferencia



Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque

Elaboración: La Autora

Análisis

La mayoría de la población encuestada afirma que al momento de adquirir un producto lo primero que toma en cuenta es la calidad ya que es esencial que el producto sea durable y satisfaga las necesidades, seguido por el diseño el cual depende de las habilidades de los artesanos que realizan las manualidades, el precio de los trabajos manuales será fijado tomando en cuenta el costo de la materia prima, mano de obra, entre otros, por último se considera que el tamaño también influye al momento de adquirir el producto pero no en gran medida.

Variable: Comercialización.

Indicador: Adquisición.

11.- ¿En cuál de los siguientes lugares usted ha adquirido este tipo de producto?

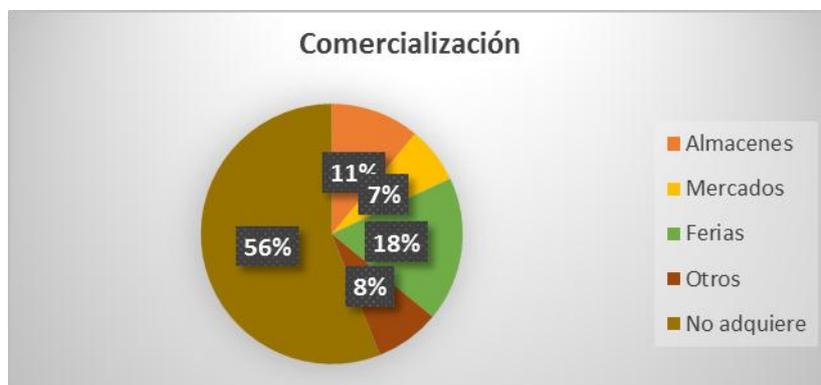
Cuadro Nº 13: Comercialización

Opción	Resultado	%
Almacenes	39	11%
Mercados	25	7%
Ferias	69	18%
Otros	30	8%
No adquiere	207	56%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 11: Comercialización



Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque

Elaboración: La Autora

Análisis

Un porcentaje considerable de la población no posee un lugar específico dentro de la ciudad para adquirir el producto, debido a que no existe un sitio que oferte variedades de trabajos manuales a base de material reciclable, por lo que se hace necesaria la implementación de una microempresa que satisfaga en gran medida la demanda potencial.

Variable: Comercialización.

Indicador: Adquisición.

12.- ¿Califique en orden de preferencia, de adquirir este nuevo producto, siendo 4 el más importante y 1 el menos importante?

Cuadro N° 14: Preferencia de Adquisición

OPCIÓN	RESULTADO	%
A domicilio	422	23%
Almacenes	518	28%
Ferias	467	26%
Mercados	415	23%
TOTAL	1855	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 12: Preferencia de Adquisición



Fuente: Encuesta a los habitantes de la Parroquia de San Roque

Elaboración: La Autora

Análisis

Se establece que a los habitantes de la parroquia le gustaría adquirir las muñecas de trapo a base de material reciclado en los almacenes de la ciudad, por lo tanto el centro artesanal entregará bajo pedido los productos a los almacenes para su venta, se dará conocer los productos asistiendo a las ferias artesanales que se llevan a cabo en el salón de actos de la Tenencia Política de San Roque además en la Fabrica Imbabura, seguidamente le gustaría adquirir este producto en mercados y a domicilio, razón por la cual se contará con un vehículo para el transporte de las artesanías a los domicilios de los clientes.

1.10 ENTREVISTAS

1.10.1 Entrevista N° 1

Preguntas dirigidas a la señora Verónica Poso, Técnica de la Unidad de Calidad Ambiental del Ministerio de Ambiente para obtener información acerca de la existencia de organismos que impulsen el reciclaje en el Cantón Antonio Ante y la Parroquia de San Roque.

1. ¿Cómo una institución pública el ministerio de ambiente ha contribuido para impulsar la práctica del reciclaje de papel y cartón en el Cantón?

Nosotros trabajamos desde el año anterior en base a un acuerdo ministerial, que es el acuerdo ministerial 131 que establece medidas de buenas prácticas ambientales para todas las instituciones públicas en este acuerdo ministerial se dan los lineamientos y ciertas guías de cómo podemos minimizar las cantidades de basura reciclada, incluyendo medidas para ahorrar energía y agua de consumo la idea es que mediante la implementación de estas medidas se minimizan el consumo tanto de papel, agua y energía eléctrica se optimizan los recursos y más adelante se provee un sistema de incentivos para las instituciones que presentan los respectivos medios de verificación de haber cumplido y minimizado las cantidades producidas.

2. ¿El ministerio de ambiente ha trabajado conjuntamente con un organismo que apoye este tipo de actividad?

Nosotros en nuestro rol de ministerio del ambiente tenemos la competencia para poder regularizar todos los proyectos que puedan generar algún impacto al ambiente en este sentido la actividad de reciclaje a gran escala o almacenamientos temporales de materiales de reciclaje implican en ciertas ocasiones si no se manejan bien los desechos pueden generar algunos impactos negativos entonces nosotros trabajamos desde hay regularizamos a los entes que están trabajando con estos materiales, hemos trabajado también con instituciones educativas que están estableciendo pequeños proyectos

piloto apoyándoles mediante charlas dándoles ideas apoyándoles en la creación de pequeños proyectos piloto de elaboración de manualidades con material reciclado a implementarse y la educación ambiental que siempre lo realizamos con los establecimientos educativos.

3. ¿Conoce usted organismos que trabajen independientemente para impulsar el reciclaje?

Hemos tenido conocimiento de algunas entidades que tienen este interés tenemos algunos casos de entidades privadas, grupos de personas que se han organizado privadas que tienen iniciativa y de igual manera lo que es instituciones públicas hemos podido ver que los municipios, planteles educativos y en algunas ocasiones las organizaciones están ejecutando pequeños proyectos.

4. ¿Se está trabajando con algún proyecto que contribuya al desarrollo ambiental?

Nosotros marcados en nuestras competencias somos un ente regulador y no un ente ejecutor sin embargo a través de los gobiernos autónomos descentralizados y a través de algunas instituciones se ha logrado obtener fondos que el ministerio del ambiente ha contribuido a las diferentes instituciones para que ellos sean quienes ejecuten obras en este sentido se ha realizado el proyecto San Pablo que es la implementación de plantas de tratamiento y contribuir así con el saneamiento ambiental y evitar la contaminación que se pueda dar al lago por las descargas directas de aguas residuales de igual manera hemos trabajado con el proyecto del relleno Sanitario en el Cantón Antonio Ante que encierra diferentes programas como son la clasificación domiciliaria de residuos, educación ambiental entre otros.

5. ¿En qué medida considera que la reutilización del papel y cartón influye en la preservación del medio ambiente?

Nosotros hemos manejado algunas campañas en referencia a las R: reducir, rehusar, reciclar, enmarcados en esto nosotros hemos contribuido ya que es beneficioso que nosotros podamos reducir la cantidad de desechos que producimos en la misma fuente así si nosotros reducimos en la fuente no tendríamos que preocuparnos más delante de reciclar o de poder reutilizar si reducimos es bastante adecuado para el proceso si se está trabajando en eso.

6. ¿Considera usted que los habitantes del Cantón Antonio Ante poseen prácticas de reciclaje?

Eso es algo que en realidad nosotros no hemos podido evaluar al momento, depende de la voluntad de cada persona.

En las entidades nosotros regulamos los rellenos sanitarios que son competencia de los municipios lo que se trata es de que ellos implementen estas medidas de minimizar la cantidad, clasificar desde la fuente y llevar a tratar a los rellenos sanitarios, plantas recicladoras, plantas procesadoras los municipios tienen la voluntad de realizar el trabajo son procesos que llevan tiempo y lo importante es que se está trabajando en ello.

1.10.2 Entrevista N° 2

Preguntas dirigidas al Ingeniero Edwin Ortiz, Director de la unidad de Gestión y Control Ambiental del Gobierno Municipal de Antonio Ante para obtener información sobre proyectos de reciclaje llevados a cabo en el Cantón.

1. ¿Cómo una institución publica el GAD Municipio de Antonio Ante ha contribuido para impulsar la práctica del reciclaje?

Si, el municipio hace algunos años atrás ha venido trabajando con los clubes ecológicos vinculado a instituciones educativas como escuelas y colegios donde se organizan estos clubes ecológicos y dentro de las actividades que tienen que cumplir los clubes ecológicos está previsto realizar el reciclaje de lo que es cartón, papel, envases plásticos y otras como pilas que también se han emprendido en esta campaña de reciclaje, con la finalidad de cuidar el medio ambiente, también se cuenta con convenios.

2. ¿El GAD Municipio de Antonio Ante ha trabajado conjuntamente con un organismo que apoye este tipo de actividad?

Actualmente nosotros estamos teniendo el apoyo de la Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME) y queremos fortalecer desde la parte técnica para llevar adelante estos procesos pero también en procura de que se pueda financiar ciertas cosas que implica el funcionamiento la operación de estos clubes ecológicos.

3. ¿Conoce usted organismos que trabajen independientemente para impulsar el reciclaje?

Se conoce con el nombre de Gestores Ambientales o Gestores para materia de reciclaje los cuales deben estar registrados en el Ministerio del Ambiente algunos de estos gestores no están cumpliendo de manera completa, vemos en la Cantón que hay unos triciclos, donde se han adaptado para realizar esta actividad de reciclaje que van haciendo su actividad de manera paralela con los

recolectores pero es una actividad de iniciativa e inversión independiente que no tienen el apoyo institucional. Hay otros que en los barrios y ciudad van recogiendo lo que son neumáticos, chatarras y otros artículos de reciclaje van algunos vehículos que anuncian este reciclaje los cuales son independientes.

4. ¿Se está trabajando con algún proyecto que contribuya al desarrollo ambiental?

Son algunos proyectos que la Municipalidad viene impulsando dentro de estos el más conocido por su dimensión y sus alcances es el proyecto del Relleno Sanitario, además tenemos diferentes programas que son muy importantes como son el manejo de desechos industriales, comerciales hospitalarios entre otros.

5. ¿En qué medida considera que la reutilización influye en la preservación del medio ambiente?

En mucho yo diría, es lamentable que todavía no terminemos de entender esta particularidad de que el mal uso o el abuso de la basura a reciclar, sería de llamar a conciencia cada uno de nosotros en nuestras casas e instituciones a reutilizar eso es lo que estamos queriendo que se impulse que no se tome solamente como conciencia sino como una actividad concreta la reutilización; y se entregue a gestores que estén debidamente regulados o controlados a recicladores informales que de alguna manera es un mecanismo de recursos de ingresos para quienes realizan esta práctica pero también están contribuyendo para que esta materia prima no se descarte y vaya a la basura sino sea reutilizada.

6. ¿Considera usted que los habitantes de la ciudad de Atuntaqui y la Parroquia de San Roque poseen prácticas de reciclaje?

Nos falta mucho todavía por trabajar, hay que reconocer que hay iniciativas aisladas que se las viene realizando entiendo que se debería mejorar esos

sistemas, pero en su mayoría no hay esa conciencia ni practica de realizar el reciclaje en casi ninguno de los hogares ni instituciones lo vienen realizando habría necesidad de que se emprenda una campaña, propuesta, iniciativa institucional o particular para que se apoye y se incremente este proceso de recuperación y reutilización.

1.10.3 Entrevista N° 3

Se entrevistó al Señora Elva Cabascango, artesana de la Parroquia de San Roque, a quien se le formulo las siguientes preguntas para obtener información acerca de la producción y comercialización de trabajos.

1. ¿Cómo adquirió sus conocimientos para elaborar trabajos manuales?

Yo trabaje en una empresa haciendo moldes, ropa, sombreros para muñecas y adquirí experiencia; además la creatividad de la persona se va poniendo en juego la imaginación. Y con el pasar de los años he recopilado experiencia propia en mi negocio propio.

2. ¿Qué tiempo se ha dedicado a la elaboración de trabajos manuales?

En forma exclusiva al trabajo manual unos 20 años.

3. ¿Qué tipo de trabajos manuales realiza?

Muñecas Otavaleñas y de Zuleta, la vestimenta, el embutido de las muñecas, las alpargatas, el cabello, los sombreros y llaveros.

4. ¿Qué materia prima usted necesita para elaborar sus trabajos?

Rechazos de tela, rechazos de lana, cartón, papel, semillas de árboles, boyas de llanas, plumón, hilo, etc.

5. ¿Qué herramientas necesita para elaborar sus trabajos manuales?

Máquina de coser, tijeras, silicón, agujas.

6. ¿Cuántos trabajos manuales usted realiza al día?

Al día realizamos unas 35 artesanías por cada operario, es decir un promedio de 105 aproximadamente.

7. ¿Cuántas personas usted necesita para elaborar sus trabajos manuales?

En este caso realizamos los trabajos manuales los integrantes de mi familia y dos operarios adicionales.

9. ¿Qué dinero usted invierte para elaborar un trabajo manual?

Para la producción de mi artesanía invierto aproximadamente unos \$100 al mes en materiales, resaltando que tengo otros gastos adicionales.

10. ¿De dónde obtiene usted el material para la elaboración de sus trabajos manuales?

Los materiales los obtengo de empresas que elaboran camisetas y sacos ya hay rechazos de tela y lana que venden a un precio módico, además utilizo cartón y papel reciclado. Es importante mencionar que además utilizo otros materiales que compro para adornar, y mejorar la presentación de mis artesanías.

11. ¿Cómo usted determina el precio de su producto?

Bueno para poder sacar el precio del producto se tiene que poner no solamente lo que se ha invertido en la compra de la materia prima, sino también el tiempo que se ha utilizado, los gastos que necesito para la

elaboración de la artesanía; y con la sumatoria de estos rubros obtengo aproximadamente el valor del precio del producto.

12. ¿Cuál es el precio de venta de sus productos?

Los precios de las muñecas se diferencian por modelo en este caso:

Muñeca otavaleña \$6,50 dólares

Muñeca de Zuleta \$ 7,80 dólares

Muñecos indígenas \$ 7,00 dólares.

13. ¿Qué pasos usted sigue para elaborar su manualidad?

Primero elaboro el molde, luego traspaso el modelo a la tela corto y coso las partes relleno la muñeca, realizo el cabello, la vestimenta las alpargatas, preno los sombreros, pego los adornos, adorno a la artesanía, empaco y entrego. Todo esto depende del tipo de artesanía que esté realizando ya que en algunos casos los procedimientos son diferentes.

14. ¿Qué espacio usted necesita para elaborar sus manualidades?

Tengo un taller en mi casa, y el espacio que necesito es alrededor de unos 12 metros cuadrados, tomando en cuenta que necesitaría un espacio adecuado para separar por secciones las diferentes áreas de trabajo.

15. ¿Qué tiempo invierte para elaborar trabajos manuales?

El tiempo es acorde a un pedido o a lo que uno ha pensado hacer, puede dedicarse un día entero, medio tiempo, horas porque para poder uno idear algo muchas veces es cuestión de un instante, puede ser una o dos horas, o si el tiraje es grande puede ser un día dos días en fin varía según lo que uno piensa hacer.

16. ¿Existe algún gasto adicional al elaborar este tipo de trabajos manuales?

Mientras más decorado sea un producto más inversión.

1.10.4 Entrevista N° 4

Se entrevistó a la Sra. Fernanda Guzmán, artesana del barrio de Pucará, a quien se le formulo las siguientes preguntas para obtener información acerca de la producción y comercialización de trabajos manuales.

1. ¿Cómo adquirió sus conocimientos para elaborar trabajos manuales?

Nos reunimos en grupo de amigas y personas de SECAP, dictaban cursos de origami y por curiosidad investigando en el internet aprendimos a hacer el pre-doble y las figuras correspondientes y es cuestión de cada persona y de la imaginación el sacar un nuevo producto elaborado a base de material reciclado.

2. ¿Qué tiempo se ha dedicado a la elaboración de trabajos manuales?

Estuvimos prácticamente un año y medio trabajando en un Centro Artesanal de la Parroquia.

3. ¿Qué tipo de trabajos manuales realiza?

Nosotros hemos realizado trabajos muñecas, muñecos, llaveros, cuadros y canastillas.

4. ¿Cuánto papel o cartón usted necesita para elaborar un trabajo manual?

Depende del tamaño del trabajo manual, cuando es una muñeca mediana necesitamos de 80 a 100 pre-dobles de papel, es decir más o menos unos ocho metros de papel para el relleno y los moldes.

5. ¿Qué materia prima usted necesita para elaborar sus trabajos a parte del papel y cartón?

Tela para los moldes, guaipe, el papel o cartón en el único lugar que se pone pegamento es en la base para que tenga sujeción de ahí los otros papeles entran a presión.

6. ¿Qué herramientas necesita para elaborar sus trabajos manuales?

Tijera, agujas y las manos.

7. ¿Cuántos trabajos manuales usted realiza al día?

Realizamos unos 56 trabajos manuales por día.

8. ¿Cuántas personas usted necesita para elaborar el trabajo manual?

Depende necesitamos una o dos personas, aparte los integrantes de mi familia.

9. ¿De dónde obtiene usted los materiales para la elaboración de sus trabajos manuales?

Es del reciclaje de los chicos, les pedíamos en las escuelas que lo que van a botar mejor nos traigan, o a veces de las revistas que uno se compra para leer en el domicilio. Compramos el guape de las fábricas.

10. ¿Cómo usted determina el precio de su producto?

Dependiendo del tiempo que tome la elaboración de las manualidades, porque el precio en realidad no es muy alto ya que es material reciclado.

11. ¿Cuál es el precio de venta de sus productos?

Dependiendo del tamaño por ejemplo:

Llaveros 3,00 USD

Adornos del hogar: 8,200 USD

Juguetes tradicionales 9,50 USD.

12. ¿Qué pasos usted sigue para elaborar su manualidad?

Primero tengo que buscar un espacio donde pueda colocar todo el material que voy a utilizar y estar cómodamente.

Cortar los moldes.

Traspasar el molde a la tela.

Unir las piezas con hilo

Coser la ropa de los juguetes.

Pegar adornos.

Este procedimiento es de un producto que ofrezco ya que hay diferentes pasos para cada artesanía que elaboro.

13. ¿Qué espacio usted necesita para elaborar sus manualidades?

Dependiendo si es en tela y papel lo que voy a trabajar no necesito más de unos dos metros de espacio. Pero si mi espacio necesitaría ampliarlo por comodidad y estética de mi taller.

14. ¿Qué tiempo invierte para elaborar trabajos manuales?

Unas ocho horas diarias. Prácticamente todo depende del tipo de trabajo que esté realizando y la cantidad del pedido.

15. ¿Existe algún gasto adicional al elaborar este tipo de trabajos manuales?

Solo cuando uno quiere darle otra tonalidad al trabajo manual se necesitaría como materia prima los pinceles, pintura, mullos, lana, alambre entre otros.

16. ¿A qué tasa de crecimiento anual ha aumentado la oferta de trabajos manuales?

La oferta de trabajos manuales ha aumentado aproximadamente en un 8%, aproximadamente ya que mi negocio si es rentable para poder sobrevivir.

17. ¿Usted conoce a más personas que se dediquen a elaborar estos trabajos manuales?

Si ya que hay asociaciones de mujeres que emprenden este tipo de negocios en mi parroquia.

18. ¿Conoce algún lugar en el Cantón donde se comercializan este tipo de trabajos manuales?

Muy difícilmente, la gente aprovecha cuando hay ferias o cuando son invitados por alguna institución.

Pero gracias al apoyo del municipio y la Junta parroquial se realizan diferentes ferias de exhibiciones en fechas especiales y cuando hay feriados o festividades.

19. ¿Usted dicta cursos sobre la elaboración de trabajos manuales a base de material reciclado?

Por el momento no.

1.11 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR

Cuadro Nº 15: Matriz AOR

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
<ul style="list-style-type: none">- No requiere de mucha inversión.- Poco tiempo para elaborar un producto terminado.- Creatividad para realizar variedad de trabajos manuales.	<ul style="list-style-type: none">- Fácil acceso a la materia prima.- Mayor demanda del producto.- Ferias de exhibición de trabajos.
OPONENTES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none">- Limitados canales de distribución.- Desconocimiento de este tipo de artesanías.	<ul style="list-style-type: none">- Competencia.- Información en los sectores de productividad.

Elaboración: La Autora

1.12 DETERMINACIÓN ALIADOS OPONENTES, OPORTUNIDADES Y RIESGOS

Cuadro N° 16: Cruce Estratégico de Matriz AORR

<p>FACTORES INTERNOS</p> <p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>ALIADOS</p> <p>No requiere de mucha inversión.</p> <p>Poco tiempo para elaborar un producto terminado.</p> <p>Creatividad para realizar variedad de trabajos manuales.</p>	<p>OPONENTES</p> <p>Limitados canales de distribución.</p> <p>Desconocimiento de este tipo de artesanías.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Fácil acceso a la materia prima.</p> <p>Mayor demanda del producto.</p> <p>Ferias de exhibición de trabajos.</p>	<p>ESTRATEGIAS ALEADOS-OPORTUNIDADES.</p> <p>En las ferias de exhibición se ofrecerán las variedades de trabajos manuales.</p> <p>Se cumplirá con la demanda del producto ya que se requiere de poco tiempo para su elaboración</p> <p>Al ubicarse el centro artesanal en el centro de la parroquia se tiene fácil acceso a la materia prima y no se requiere de mucha inversión.</p>	<p>ESTRATEGIAS_ Oponentes Oportunidades</p> <p>Existen limitados canales de distribución del producto, razón por la cual el centro artesanal optará por realizar ferias de exhibición</p> <p>Mediante las ferias de exhibición, se hará conocer nuestra variedad de productos.</p>
<p>RIESGOS</p>	<p>ESTRATEGIAS_ ALIADOS RIESGOS.</p>	<p>ESTRATEGIAS_ RIESGOS Oponentes</p>
<p>Competencia.</p> <p>Información en los sectores de productividad.</p>	<p>Existe informalidad en los sectores productivos, aunque para la elaboración de los productos no se requiere de mucha inversión.</p> <p>Se reducirá la competencia con variedad de trabajos que el centro artesanal ofrecerá.</p>	<p>El centro artesanal venderá sus productos a diferentes almacenes que distribuyan productos artesanales, lo cual ayudará a contrarrestar la competencia y a su vez se hará conocer los productos que ofrece el centro artesanal al mercado.</p>

Elaboración: La Autora

1.13. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Al ser la materia prima principal de los trabajos manuales material reciclado, permite que el producto tenga un costo bajo, el tiempo para elaborarlo es corto ya que depende de la habilidad, destreza y creatividad así como de las personas que lo realizan.

En el Cantón Antonio Ante y la Parroquia de San Roque existen Instituciones como el GAD del Antonio Ante, el Centro Industrial de la moda Fábrica Imbabura, La Junta Parroquial de San Roque que promueven e incentivan el conocimiento y aprendizaje de este tipo de producción mediante la oferta de cursos gratuitos en los diferentes barrios de la ciudad, con lo cual facilita que el producto se dé a conocer en ferias y exposición localizadas en diferentes sectores.

Estas situaciones constituyen una alternativa eficaz para la creación de un centro artesanal productor y comercializador de trabajos manuales a base de material reciclado ya que la oportunidad de la inversión es viable, debido a que existe apoyo por parte de las autoridades y una demanda positiva del producto, razón por la cual se hace necesario el **“Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de un Centro artesanal de muñecas de trapo con material reciclable en la Parroquia de San Roque de la ciudad de Atuntaqui”** , en donde se demuestre el arte, la cultura de los pobladores y a la vez se promueva la preservación del medio ambiente.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS

2.1 EMPRESA

2.1.1 Definición de Empresa

La empresa es un conjunto organizado de varias personas con el propósito de ofrecer bienes y servicios con el fin de conseguir beneficios monetarios. Es un trabajo en equipo y para ello es necesario fijar metas tomar decisiones acertadas en los momentos oportunos con la intención de realizar inversiones que faciliten o mejoren el funcionamiento de la empresa; para ello es necesario primero plantear la misión y visión de la empresa para que estos guíen su funcionamiento.

Según Greco (2013) define a la empresa como:

A la organización en la cual se coordinan el capital y el trabajo y que, valiéndose del proceso administrativo, produce y comercializa bienes y servicios en un marco de riesgo, en el cual el beneficio es necesario para lograr su supervivencia y su crecimiento. (p. 104)

También la empresa es una unidad productiva, en la cual se combinan los recursos: materiales, financieros, humanos, tecnológicos para conseguir un producto o servicio de buena calidad y que satisfaga las necesidades de los consumidores, con el propósito de obtener utilidades.

2.1.2 Objetivo

La importancia de la empresa es una entidad compuesta por personas naturales o jurídicas, que se dedica al intercambio comercial de bienes y

servicios; con la finalidad de obtener beneficios económicos o sociales, estos bienes y servicios estarán siempre vinculados a las necesidades de la sociedad.

Según Guajardo (2014) el objetivo de la empresa manifiesta que:

Una organización económica tiene como objetivo servir a sus clientes, a segmentos importantes de la sociedad o a la sociedad en su conjunto. En la medida en que se satisfagan las necesidades de la clientela, dicha entidad maximizará su valor. (p. 6)

Por la tanto es muy importante ya que en ella se ofrecen bienes y/o servicios los cuales satisfacen las necesidades de los consumidores y a la vez genera una ganancia a los propietarios

2.1.3 Tipos de organizaciones económicas lucrativas

Cuando se habla de negocios u organizaciones que tienen un fin lucrativo se pueden identificar cuatro diferentes esquemas de operación:

a) Empresas de Servicios

Este tipo de empresa utiliza una habilidad personal, principalmente de carácter intangible (atención, información, despacho), en muchos casos con apoyo de algún equipo.

“Aquella empresa que presta servicios, pero que no se dedica a la producción de bienes” (Greco, 2013, p.104).

Las cuales no venden un bien físico, sino algo que no se puede tocar, podemos nombrar numerosos ejemplos como un lavado de autos, los doctores, asesores financieros, agencias de viajes, etc.

b) Empresas de comercialización de bienes o mercancías

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

“Este tipo de compañías se dedica a la compra de bienes o mercancías para su posterior venta” (Andrade, 2014, p.9).

Estas empresas compran y venden un bien físico, productos ya elaborados, con el requisito de que no los transforman substancialmente, por ejemplo los supermercados, las mueblerías, ferreterías, etc.

c) Empresas manufactureras o de transformación

Las empresas manufactureras realizan actividades de transformación. Es decir, reciben materias primas que incorporan o complementan por medio de procesos y les agregan valor. Los productos que recibe cada consumidor son productos terminados, es decir, listos para usar.

“Este tipo de empresas se dedica a la compra de materias primas para que, mediante la utilización de mano de obra y tecnología, sean transformados en un producto terminado para su posterior venta” (Anzola, 2014, p. 9).

Los productos que fabrican las empresas manufactureras pueden ser bienes de consumo final o de producción. Las empresas de manufactura son las que se dedican a fabricar o construir artículos, quedan excluidas las compañías que ofrecen servicios o se dedican exclusivamente al comercio.

d) Empresas de giros especializados

Este tipo de empresa pueden ser cualquiera de las tres empresas mencionadas anteriormente, o una mezcla de ellas, sin embargo, su principal

objetivo es cubrir las necesidades de un sector específico, como los negocios de “e-business”, minerías, ganaderías, etc.

Su actividad preponderante puede ser la presentación de un servicio, la manufactura y/o comercialización de bienes, o una conjugación de esas tres actividades.

- Las empresas de servicio financiero son aquellas que brindan servicios de inversión, financiamiento ahorro, almacenamiento y resguardo de valores, bienes y patrimonio.
- Las empresas de comercio electrónico (e-business) ofrecen sus servicios a través de la red informática de internet.
- Las empresas del sector primario son aquellas cuya finalidad es proveer de insumos alimentarios a los consumidores.
- Las empresas de construcción, extracción y minería se dedican a la edificación de obras civiles o a la explotación de productos y minerales que se encuentran en el subsuelo, estas cubren necesidades específicas para la sociedad. (Anzola 2014, p. 29)

Como el nombre lo señala estas son empresas que se dedican y especializan a una sola actividad dentro de la intermediación financiera, generalmente esta actividad estará relacionadas con los servicios y el préstamo para poder generar ingresos esencialmente a la empresa. Dentro de estas empresas podemos mencionar: Empresas de Capitalización Inmobiliaria, Empresas de Arrendamiento Financiero, Empresas Industriales, Empresas Afianzadoras y de Garantías, Empresas de Servicio Fiduciario.

2.1.4 Microempresa

2.1.4.1 Definición de microempresa

La microempresa es aquella actividad empresarial, reducida a su mínima expresión en lo relacionado a todos sus componentes (recurso humano;

técnico y económico) generalmente se dirigen por el propietario, bajo su propio riesgo, siendo una fuente generadora de empleo. Se la relaciona como aquella pequeña organización conformada por un grupo de personas con iniciativas propias que desean mejorar sus condiciones de vida, aunando sus propios esfuerzos a fin de lograr rentabilidad, logrando satisfacer las necesidades de los demás, su ámbito es muy competitivo, y su margen de utilidad no es altamente rentable, la mayor parte de las pequeñas empresas se dedican a la prestación de servicios y el resto a la transformación

“Es una organización de personas que realiza una actividad económica debidamente planificada y se orienta hacia la intervención en el mercado de bienes y servicios, con el propósito de obtener utilidades” (Lima, 2010, p. 25)

También las microempresas son organizaciones limitadas que ofrecen sus servicios a cambio de un beneficio, se encuentran en cualquier lugar; cuentan con un pequeño capital, y son propensos a desaparecer, es un negocio conformado por personas que quieren establecer una fuente de trabajo, ofrecen bienes y/o servicios para satisfacer las necesidades de los clientes y a la vez obtener una ganancia.

2.1.4.2 Características

La microempresa contribución de desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo Se puede aprovechar todas las ventajas que brinda tener oferta de Cantidad-Calidad-Continuidad, para bajar los costos y mejorar la participación en los mercados.

Toda pequeña organización requiere el instalar un lugar en donde puedan realizar sus negociaciones a fin de lograr obtener cierto lucro para mejorar su situación personal

Según Rey (2013) opina que las características son :

Actividad económica que reúne predominantemente las siguientes características: informalidad, pequeña escala, carácter familiar, autogeneración de empleo, uso intensivo de mano de obra, escasa organización, y división del trabajo, baja productividad, escasa utilización de tecnología y reducida dotación de activos fijos. (p. 174)

Por lo tanto es necesario que realice un estudio a fondo de su manejo administrativo, financiero, económico y sobre todo comercial, ya que estos serán los pilares con los que con los que se espera que la microempresa se sostenga y pueda crecer productiva, económica y organizacionalmente

2.2 CONTABILIDAD

2.2.1 Definición

La Contabilidad se encarga de estudiar, medir, analizar y registrar el patrimonio de las organizaciones, empresas e individuos, con el fin de servir en la toma de decisiones y control, presentando la información, previamente registrada, de manera sistemática y útil para las distintas partes interesadas. Posee además una técnica que produce sistemáticamente y estructuradamente información cuantitativa y valiosa, expresada en unidades monetarias acerca de las transacciones que efectúan las entidades económicas y de ciertos eventos económicos identificables y cuantificables que la afectan, con la finalidad de facilitarla a los diversos públicos interesados.

“La contabilidad es el arte de registrar, clasificar y resumir de manera significativa y en términos de dinero, transacciones y eventos que son en parte, por lo menos, de carácter financiero e interpretar los resultados de estos.” (Amat, 2013, p. 13)

Es un proceso que analiza e interpreta los datos financieros con lo que cuenta una empresa en un determinado momento, lo cual es útil para los

usuarios ya que facilita la toma de decisiones, tanto para el control de la gestión pasada, como para las estimaciones de los resultados futuros, dotando tales decisiones de racionalidad y eficiencia.

2.2.2 Activo

2.2.2.1 Definición

Un activo es un bien tangible o intangible que posee una empresa o persona natural. Por extensión, se denomina también activo al haber de una empresa, el activo forma parte de las cuentas reales o de balance, es un sistema construido con bienes y servicios, con capacidades funcionales y operativas que se mantienen durante el desarrollo de cada actividad socio-económica específica

“Es el recurso controlado por la entidad como resultado de eventos pasados y del cual se espera que fluyan para la entidad beneficios económicos futuros.”
(Mantilla, 2013, p. 377)

Un activo es un recurso económico de propiedad de la empresa, del cual se espera que en un futuro rinda beneficios.

2.2.3 Pasivo

2.2.3.1 Definición de pasivo

El pasivo de la empresa son todos aquellos elementos que representen deudas u obligaciones pendientes de pago. Es por ello que también es conocida como “fuente de financiación ajena” ya que son recursos que la empresa ha obtenido del exterior y que tiene en un futuro, que devolverlos. Por tanto son pasivos los préstamos, deudas con proveedores, deudas con clientes, etc.

“Es una obligación presente de la entidad, virtualmente ineludible, identificada, cuantificada en términos monetarios y que representa una

disminución futura de beneficios económicos, derivada de operaciones ocurridas en el pasado, que han afectado económicamente a dicha entidad” (Celaya, 2013, p.136)

El pasivo representa lo que la empresa debe a otras personas o entidades a las cuales se les conoce como acreedores, recoge sus obligaciones es el financiamiento provisto por un acreedor y representa lo que la persona o empresa debe a terceros, como el pago a bancos, proveedores, impuestos, salarios a empleados, etc.

2.2.4 Capital

2.2.4.1 Concepto

Es el dinero que puede servir para comprar materias primas y maquinarias más aptas para realizar una mayor producción en un tiempo menor y a la vez comprar mano de obra , es la fuerza de trabajo, es decir contratar obreros. De este modo, con el paso del tiempo y llegando a la instancia de tiempo en el que la maquinaria adquirida esté tan desgastada que sea necesario reemplazarla, los contratos se hayan terminado y que sea necesario comprar más materia prima, se realizará el balance entre lo invertido y podrán notarse ciertas ganancias obtenidas por la producción. De ahí que se entienda que es un valor que se revaloriza, porque genera más ganancia, por ende es como si en sí mismo valiera más.

Según HornGren opina que:

El capital es la aportación de los dueños, conocidos como accionistas; representa la parte de los activos que pertenecen a los dueños del negocio y es la diferencia entre el monto de los activos que posee el negocio y los pasivos que debe. (p. 42)

Según lo expresa en este libro, el concepto de capital hace referencia al valor que se valoriza y explica que el dinero en un proceso productivo es “algo”

que permite que su poseedor (el dueño de los medios de producción) pueda obtener una mayor cantidad de él en futuras producciones. El capital contable es el valor residual de los activos que posee la empresa después de deducir los pasivos de la misma.

2.2.5 Producción

2.2.5.1 Concepto

Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios. La producción de una empresa puede medirse en un determinado volumen. La diferencia entre el volumen de lo producido en términos de dinero en relación a los bienes consumidos da cuenta del valor que se ha añadido a esos recursos. Así, según la diferencia que se haga de la utilización de los factores de producción con respecto a los valores de producción final se tendrá referencia a la rentabilidad.

Según Muñoz (2009) conceptualiza lo siguiente:

Con el termino producción se hace referencia a cualquier proceso (o mecanismo) por medio del cual, el cliente y/o ciertos insumos (materia prima) se convierten o transforman para generar bienes (o productos) para el consumo de los clientes que demandan estos bienes. (p. 2)

La producción es un proceso en el cual se combinan factores productivos como: Tierra, Trabajo, Capital, con la finalidad de obtener un bien y/o servicio que satisfaga las necesidades del cliente.

2.2.5.2 Objetivos

- Lograr que los productos y servicios se entreguen y presten, tanto en cantidad como en las fechas acordadas.

- Lograr que los productos o servicios se fabriquen o presten dentro de los costes previstos y lograr el máximo beneficio.

2.2.6 Producto

2.2.6.1 Concepto

Un producto es una cosa o un objeto producido o fabricado, algo material que es producido de manera natural o de manera artificial, elaborado mediante un trabajo para el consumo. Por ejemplo, las industrias, las empresas y diferentes personas fabrican productos, tanto duraderos (ordenador, móvil, muebles) como no duraderos (comida, bebida, jabones). Un servicio también es un producto pero es un producto no material. Por ejemplo, la conexión a Internet, el acceso a los canales de TV o el servicio de un hotel o de la seguridad social.

“Implica un bien o servicio final o terminal del proceso de producción” (Lasso, 2009, p. 90)

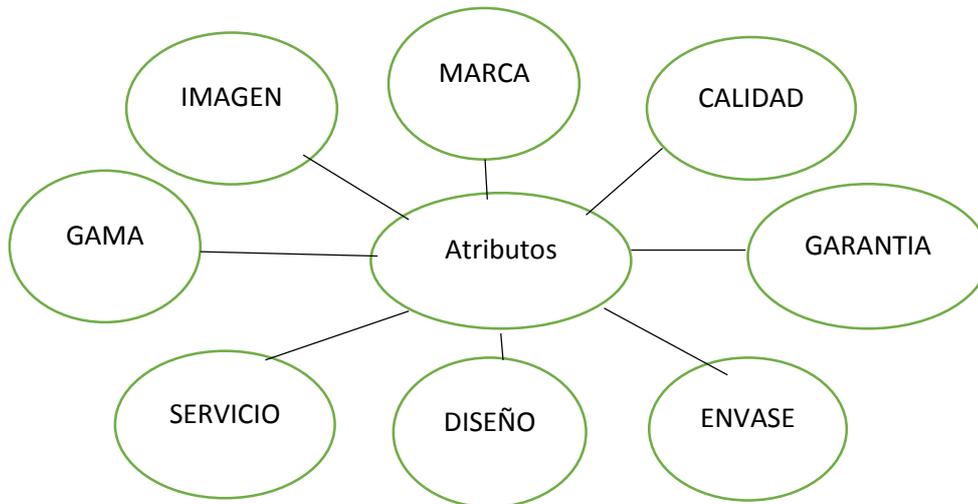
“El producto se define como todo aquello que un profesional o empresario pone a disposición de otras personas, llamadas clientes, que satisface sus necesidades” (Ibid, p.14)

Un producto es un conjunto de atributos como precio, color, empaque, calidad, marca, entre otros, los cuales son percibidos por los compradores para satisfacer sus necesidades.

2.2.6.2 Imagen del producto

“La empresa debe intentar distinguir su producto del de los competidores por la diferenciación en los distintos atributos” (Rincón, 2013, p.25)

Ilustración N° 1: Imagen del Producto



Elaborado por: La Autora

Elementos del Costo

a) Concepto

Son todos los elementos que intervienen en la transformación de la materia prima en productos terminados, son los materiales directos, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

- **Costos**

El costo es el esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo operativo (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, etc.). Cuando no se alcanza el objetivo deseado, se dice que una empresa tiene pérdidas. Es un sacrificio de recursos que se asigna para lograr un objetivo específico.

“El costo es un gasto económico para la empresa el cual se genera por la fabricación de un producto y/o servicio en un periodo de tiempo determinado” (HornGren, 2012, p. 67)

- **Gastos**

Gasto es la acción de gastar (emplear el dinero en algo, deteriorar con el uso). En un sentido económico, se conoce como gasto a la cantidad que se gasta o se ha gastado. El gasto es un concepto de utilidad tanto para las familias como para las empresas o para el gobierno.

Son egresos que la empresa realiza en actividades ya sean administrativas, productivas, financieras y de ventas

“Surgen en el curso de las actividades ordinarias de la entidad: costo de ventas, salarios y depreciación” (Torres, 2013, p. 378)

“Se refiere, básicamente, a aquellos conceptos relacionados con la adquisición de bienes y servicios para su consumo sea en el proceso de producción o para terceros y relacionados con la actividad que la empresa realiza” (Amat, 2010, p. 24)

b) Materia Prima Directa

Son todos aquellos que pueden identificarse en la fabricación de un producto terminado, se asocian con éste y representan el principal costo de materiales en la elaboración de un determinado producto o servicio. La materia prima directa, son los elementos sobre el cual se ejerce una labor con el objeto de transformarlo en el producto terminado analizado. Además que conforman el producto, por ejemplo: el ladrillo y el block en la construcción, las telas en los trajes, el algodón en los tejidos, el petróleo en la gasolina, la madera en los muebles, el cemento en un edificio, etc.

c) Mano de Obra Directa

Es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los

obreros y operarios de la empresa. Se conoce como mano de obra al esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien. El concepto también se aprovecha para apuntar hacia el costo de esta labor (es decir, el dinero que se le abona al trabajador por sus servicios).

d) Costos Indirectos de Fabricación

Son todos aquellos costos que no se relacionan directamente con la producción, pero contribuyen y forman parte importante de los costos de producción como podríamos mencionar: la mano de obra indirecta y materiales indirectos, luz, agua y servicios públicos para la planta de producción, la depreciación equipo de fábrica, el mantenimiento del edificio y equipo, prestaciones sociales, entre otros.

e) Gastos Administrativos

Son todos aquellos gastos incurridos en los procesos de manejo de la empresa en el entorno administrativo. Los gastos de administración son aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción. Los salarios de los altos ejecutivos y los costes de los servicios generales

f) Gastos de ventas

Son aquellos gastos que se incurren en las labores realizadas para la comercialización y venta del producto. Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la venta, la promoción de ventas, los gastos en que se incurre al realizar las ventas y, si no se tiene un departamento de reparto.

g) Gastos financieros

Lo componen los pagos que se realizan a instituciones financieras como bancos, cooperativas. Son todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos. En la cuenta de gastos financieros destacan entre otras las cuentas de intereses de obligaciones y bonos, los intereses de deudas.

Los intereses por descuento de efectos, las diferencias negativas de cambio, y se incluyen también dentro de este apartado los gastos generados por las pérdidas de valor de activos financieros.

2.3 COMERCIALIZACIÓN

2.3.1 Definición

La noción de comercialización tiene distintos usos según el contexto. Es posible asociar la comercialización a la distribución o logística, que se encarga de hacer llegar físicamente el producto o el servicio al consumidor final. El objetivo de la comercialización, en este sentido, es ofrecer el producto en el lugar y momento en que el consumidor desea adquirirlo.

“Es la actividad empresarial que dirige el flujo de mercaderías y servicios desde el productor hasta el consumidor o usuario con la finalidad de satisfacer a los clientes y cumplir los objetivos de la empresa” (Parrado, 2013, p.57)

“Es la función coordinadora entre el producto y/o servicio y el consumidor final, cuidando las necesidades y requerimientos específicos que este demanda” (Gallucci, 2009, p. 452)

Esto en términos generales, pero para aclarar más la definición enumeraremos las cuestiones que entran en juego en el proceso de comercialización de un producto y que claro, ciertamente lo definen, el análisis

de las necesidades que presentan las personas consumidoras del producto que se comercializará, prever que parte del amplio espectro de consumidores se pretenderá satisfacer, estimar cuantas personas adquirirán nuestro producto, cuántas los pueden estar haciendo en los próximos años, para así darnos una idea de la duración y el alcance que el mismo puede tener a largo plazo y cuántos productos pueden llegar a comprar, establecer cuándo querrán adquirirlo, calcular y tratar de hacerlo lo más fielmente posible, el precio que los consumidores de mi producto estarán dispuestos a pagar por él, escoger el mejor tipo de promoción para dar a conocer el producto y la que más alcance tenga y por último, analizar el tipo de competencia a la cual nos enfrentaremos, determinando, por ejemplo, el precio que pedirán por el mismo producto, la cantidad que producirán, el tipo, entre otras cuestiones. La comercialización es esencial para dar a conocer el producto al consumidor final y a la vez satisfacer las necesidades y requerimientos de la demanda.

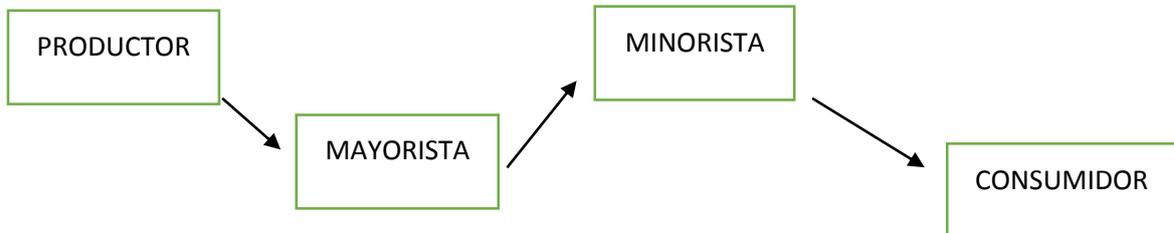
2.3.2 Acceso al Canal

El canal son los distintos caminos por los que pasa el producto desde que es fabricado por el productor en su empresa hasta que llega al consumidor final para ser consumido. Según la cantidad de intermediarios que existen en el camino, también conocidos como los canales indirectos, el canal puede ser corto o largo.

Una empresa utiliza un canal corto cuando existen muy pocos intermediarios. Se utiliza, por ejemplo, en el mercado del automóvil, del mueble, etc. En las empresas que se utilizan este canal el coste es bajo.



“Una empresa utiliza un canal largo cuando existen muchos intermediarios para llegar a una gran cantidad de clientes. Este canal es el que utilizan los productos de consumo” (Vargas, 2013, p. 38)



Por último, existe un último canal en el que la distribución la realiza directamente el productor, también conocido en marketing como canal directo, llegando directamente al consumidor final. Este canal de distribución se utiliza en los servicios y productos industriales, entre otros.



2.3.3 Cadena de Valor

2.3.3.1 Definición

El análisis de la cadena de valor permite optimizar el proceso productivo, ya que puede apreciarse, al detalle y en cada paso, el funcionamiento de la compañía. La reducción de costos y la búsqueda de eficiencia en el aprovechamiento de los recursos suelen ser los principales objetivos del empresario a la hora de revisar la cadena de valor. De esta manera, toda firma consigue ampliar su margen (resultado de la diferencia que se obtiene al comparar el valor total con el costo de las actividades).

“La cadena de valor es la secuencia de funciones empresariales donde se agrega a los productos una utilidad para el cliente” (Baca, 2012, p. 6)

La cadena de valor es un modelo teórico que permite detallar el desarrollo de las actividades de una organización con el fin de generar valor al cliente final.

2.3.3.2 Partes de la cadena de valor

Ilustración Nº 2: Distintas partes de la cadena de valor



Fuente: (HornGren, 2012, p. 87)

2.4 TRABAJOS MANUALES

2.4.1 Concepto

Generalmente se denomina así a aquellas labores en las cuales se busca como objetivo un avance personal, una creatividad casera, una forma de desconectarse del trabajo o bien como entretenimiento para combatir el tedio y el aburrimiento. La capacidad para realizar manualidades ésta asociada al desarrollo motriz de quienes las elaboran, motricidad final o gruesa.

Según Jean (2009) manifiesta que:

Los trabajos manuales o artesanales son aquellos que se realizan con las manos, con o sin ayuda de herramientas, ideales para aquellos que buscan tener

una ocupación, alivianarse de las cargas diarias o simplemente tener una entrada extra de dinero. (p. 15)

Los trabajos manuales son importantes ya que su elaboración es una fuente extra de dinero, se los realiza utilizando creatividad, destreza y en algunos casos no se necesita herramientas para su fabricación.

2.4.2 Características

- Son llamativos y originales.
- Demuestran la creatividad y destreza de quien los realiza.
- Se sigue diferentes pasos para un buen acabado.
- Varían en sus formas y tamaños.

2.4.3 Las Manualidades en el Mundo Empresarial

La creatividad juega un papel importante en el ámbito empresarial ya que gracias a ello las personas que realizan este tipo de productos pueden dar a conocer sus manualidades y tener más posibilidades de éxito. Actualmente existe gran variedad de manualidades, las cuales se debería aprovechar y darles a conocer en el mercado ya que con ideas innovadoras se puede llegar muy lejos.

2.5 RECICLAJE

2.5.1 Definición

El reciclaje es un proceso donde las materias primas que componen los materiales que usamos en la vida diaria como el papel, vidrio, aluminio, plástico, etc., una vez terminados su ciclo de vida útil, se transforman de nuevo en nuevos materiales. El reciclaje no sólo tiene sentido desde el punto de vista ambiental, sino también desde el punto de vista económico. Al reciclar estamos

ahorrando materias primas y energía en su elaboración. Por ejemplo con el reciclado de cuatro botellas de vidrio, lograríamos ahorrar la energía suficiente equivalente al funcionamiento de un frigorífico durante un día o el equivalente a lavar la ropa de cuatro personas.

“La obtención de materias primas a partir de desechos, introduciéndolos de nuevo en el ciclo de vida, se produce ante la perspectiva del agotamiento de recursos naturales, macro económico y para eliminar de forma eficaz los desechos” (Gómez, 2009, p. 3)

El reciclaje permite darle un nuevo uso a estos materiales utilizando habilidad y creatividad para transformándolos en adornos atractivos. Esta es una razón que permite determinar que con ideas innovadoras se puede generar ingresos económicos para quien los realiza.

2.5.2 Razones para reciclar

- Al reciclar una tonelada de papel se salvan 17 árboles.
- Se genera una reducción de la contaminación ambiental.
- Mejora la calidad de vida.

2.6. ESTUDIO DE MERCADO

2.6.1. Definición

El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización.

Con un buen estudio nos debería quedar clara la distribución geográfica y temporal del mercado de demanda, con el perfil más completo, (sexo, edad, ingresos, preferencias, etc.), Cual ha sido históricamente el comportamiento de la demanda y que proyección se espera, máximo si su nuestro producto o servicios viene a aportar valores añadidos y ventajas competitivas. Lo que puede revolucionar el sector, la oferta. Análisis de precios y su evolución de los distintos competidores o demarcaciones geográficas .Con respecto a los competencia, necesitaremos un mínimo de datos, quienes son y por cada uno de ellos volúmenes de facturación, cuota de mercado, evolución, empleados, costos de producción todo lo que podamos recabar.

“Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto, sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos, abarca variables sociales y económicas, recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir para atender una necesidad” (Córdoba, 2011, p. 121)

Según Vargas, (2013) manifiesta que el Estudio de Mercado:

Es un proceso realizado por la empresa para la obtención de información sobre las personas, entidades y relaciones que intervienen en el mercado en el que la empresa ofrece su producto o servicio. Una vez obtenida la información se procede a su interpretación y obtención de conclusiones sobre el mercado objeto de estudio. (p. 43)

Permite determinar el éxito o el fracaso que tendrá un bien o servicio a través de la obtención de información de fuentes primarias y/o secundarias.

2.6.2. Mercado

a) Definición

El mercado es el contexto en donde tienen lugar los intercambios de productos y servicios. Es decir que en ese contexto es en dónde se llevan a

cabo las ofertas, las demandas, las compras y las ventas. El mercado tiene su origen en la antigüedad, incluso antes de la aparición del dinero. En aquellos momentos las transacciones se hacían en base a intercambios. Luego al aparecer el dinero el mercado evolucionó hasta lo que conocemos hoy en día. En un mercado perfecto, los precios de los bienes y servicios son fijados por la oferta y demanda.

“Es el ámbito donde se encuentran demandantes interesados en adquirir lo que los oferentes desean vender” (Méndez, 2013), pág. 168)

El Mercado es el lugar donde los productores llegan a ofrecer sus productos y se realiza la función de compra y venta a un determinado precio.

2.6.3 Oferta

a) Concepto

Es la exposición pública que se hace de las mercancías en solicitud de venta. Siendo la cantidad de producto que una empresa está dispuesta a vender durante un período de tiempo determinado y a un precio dado. La cantidad ofrecida de un determinado producto depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio en el mercado, el precio de los demás bienes (en especial de los factores productivos utilizados) y la tecnología disponible. Al igual que ocurre con la función de demanda, en la función de oferta se suele utilizar como única variable explicativa el precio del producto. La relación funcional entre la cantidad ofrecida y el precio del producto es siempre una relación creciente: a mayor precio, mayor es la cantidad de producto que la empresa está dispuesta a producir y vender. Para un precio dado, la empresa ofrecerá aquella cantidad de producto que le produzca el máximo beneficio.

“Cantidad de bienes y servicios disponibles en un mercado a un determinado precio y en ciertas condiciones” (Morales, 2013, p. 185).

2.6.4 Demanda

a) Definición

La demanda es como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado). La demanda es una función matemática. La demanda puede ser expresada gráficamente por medio de la curva de la demanda. La pendiente de la curva determina cómo aumenta o disminuye la demanda ante una disminución o un aumento del precio.

“La demanda es la materialización de los deseos que tienen las personas adquiriendo bienes o servicios para satisfacer sus necesidades” (Besley, 2013, p. 8)

La oferta y demanda constituyen la Ley del Mercado y son quienes determinan el precio. Cuando la oferta es mayor a la demanda los precios tienden a bajar y cuando la oferta es menor a la demanda los precios suben.

2.6.5 Precio

a) Definición

El precio, expresa el valor del producto o servicio en términos monetarios. Las materias primas, el tiempo de producción, la inversión tecnológica y la competencia en el mercado son algunos de los factores que inciden en la formación del precio.

“Valor de un bien, servicio o derecho, expresado en dinero” (Sapag, 2013, p. 204).

“Es el regulador entre la oferta y demanda, a excepción de cuando existe protección como aranceles e impuestos” (Córdoba, 2011, p. 168)

Es el valor monetario que está dispuesto a pagar el comprador por la adquisición de un producto o servicio, para el vendedor es la recuperación de costos y gastos más una utilidad.

2.7 PROYECTO

2.7.1 Concepto

“Actividad a la cual se le asignan unos recursos, con el propósito de lograr una serie de bienes productos o servicios” (Varela, 2010, p. 4)

Es una actividad llevada a cabo para lograr objetivos o metas específicas, mediante la asignación adecuada de recursos, es esencial que los proyectos se realicen de manera eficaz y se ejecuten con la mayor eficiencia.

2.7.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

2.7.2.1 Concepto

Un proyecto puede ser simplemente un plan o una idea, al menos en la vida cotidiana o en el lenguaje coloquial. Cuando se habla de proyectos en un marco más formal, es habitual que puedan distinguirse diversas etapas en su desarrollo: primero surge una idea que reconoce una oportunidad, luego se diseña el proyecto en sí mismo con la valoración de las estrategias y opciones y finalmente se ejecuta el plan. Tras la concreción del proyecto, llega la hora de evaluar los resultados según el cumplimiento, o no, de los objetivos fijados.

Según Mesa (2010) manifiesta que el tamaño del proyecto:

Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la

capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo y de calidad. (p. 25)

En el tamaño del proyecto se refiere a la capacidad a instalarse y a la capacidad de la maquinaria que se requiere para producir un bien o servicio.

2.7.3 Factores que determinan el tamaño

a) Demanda Potencial Insatisfecha

El primer factor que limita principalmente la capacidad de la instalación de la planta de producción, es la demanda potencial insatisfecha.

b) Personal de Producción

Según Ibid (2008) opina que:

El personal de producción está estrechamente relacionado con el tipo de tecnología y con el tipo de maquinaria a utilizar en el proceso de producción del bien o servicio. Entre más mecanizado sea el proceso de producción menor será el requerimiento de mano de obra. (p. 27)

Para iniciar las operaciones de una unidad productiva, es necesario contar con trabajadores que se encarguen de las diferentes funciones a realizarse en cada una de las áreas de la empresa.

c) Disponibilidad de materia prima

Disponer de materia prima necesaria es esencial para complementar el proceso productivo, se debe llevar inventarios, para de cierto modo saber en qué momento será necesario adquirirla, caso contrario se pararía la producción por falta de materia prima ocasionando pérdidas a la empresa.

d) Tecnología selección de equipos y maquinarias

Según Amat (2010) manifiesta que:

Los equipos y maquinarias comprenden todos aquellos elementos que se necesitan para desarrollar el proceso de producción o prestación del servicio y su selección debe hacerse con base en los siguientes aspectos: características técnicas, costos, vida útil, capacidad instalada y requisitos especiales. (p. 27).

El factor tecnológico es esencial en el proceso productivo, ya que contar con maquinarias y equipos en buen estado, permite que la producción se realice dentro del tiempo requerido.

2.7.4 Localización

Es el lugar geográfico donde se va a efectuar el proyecto. Para localizar de manera óptima el proyecto, se debe analizar los costos y medios de transporte, costos y disponibilidad de mano de obra, cercanía a las fuentes de abastecimiento de materias primas, infraestructura, cercanía al mercado y el medio ambiente.

2.7.4.1 Macro localización

Permite encontrar la ubicación más favorable para el proyecto, cubriendo las exigencias o requerimiento del mismo.

2.7.4.2 Micro localización

Consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la macro zona en donde se situará definitivamente la empresa.

2.7.5 Análisis Financiero

“El análisis financiero consiste en estudiar la información que contienen los estados financieros básicos por medio de indicadores y metodologías plenamente aceptados por la comunidad financiera, para tener una base más sólida y analítica en la toma de decisiones” (Guajardo, 2014, p. 143)

El análisis financiero es el estudio que se hace tomando como base la información contable de la empresa, mediante la utilización de indicadores financieros, gracias a ello es posible estimar el rendimiento de una inversión, estudiar su riesgo y saber si el flujo de fondos de una empresa es suficiente para cubrir los pagos de la misma

2.7.5.1 Índices Financieros

“Sirven para evaluar su desempeño y con fines de comparación, se utilizan para ponderar y evaluar los resultados de las operaciones de la empresa” (Andrade, 2014, p. 143).

Un indicador financiero o índice financiero es una relación entre cifras extractadas de los estados financieros y otros informes contables de una empresa con el propósito de reflejar en forma numérica el comportamiento de la misma, el análisis de estos índices pueden estar señalando alguna desviación sobre la cual se podrán tomar acciones correctivas o preventivas según el caso.

a) Valor actual neto (VAN)

“El Valor Actual Neto (VAN) es un indicador financiero que mide los flujos de ingresos y gastos futuros del proyecto de inversión descontados en un momento inicial” (Vargas, 2013, p. 149)

Es el valor monetario que resulta de restar la suma del total de flujo de caja menos el valor invertido. Este valor permite conocer los beneficios reales que tiene un proyecto frente a su inversión.

Fórmula:

$$VA = \frac{D}{(1+i)} + \frac{D2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{Dn}{(1+i)^n}$$

b) Tasa interna de retorno (TIR)

“La TIR es la tasa de interés que rinden los dineros que aún permanecen invertidos en un proyecto y no sobre la inversión inicial” (Mesa, 2010, p. 165)

“La Tasa Interna de Rentabilidad o de Retorno (TIR) se define como la tasa de descuento que permite que el Valor Actual Neto (VAN) sea igual a cero” (Ibid, p. 150)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la suma de los flujos netos descontados de cada periodo, desde el origen hasta el final. La TIR señala la rentabilidad del proyecto, a mayor TIR mayor rentabilidad. Por esta razón, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

En donde:

Ti = Tasa inferior de redescuento

Ts = Tasa superior de redescuento

VAN (+) = Valor positivo (+)

VAN (-) = Valor Negativo (-)

Fórmula:

$$TIR = \frac{-I + \sum_{i=1}^n F_i}{\sum_{i=1}^n i * F_i}$$

c) Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio (PDE) es aquella cantidad de producción vendida a la cual los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, la cantidad de producción vendida que da como resultado \$0 de utilidad” (HornGren, 2012, p. 68)

El punto de equilibrio es la cantidad de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida.

Fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Contribución unitaria}}$$

$$PE = \frac{C_{fijos}}{CU}$$

d) Tiempo de recuperación de la inversión

Es un instrumento que permite calcular el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

e) Relación costo beneficio

Es la toma de decisiones sobre cual insumo utilizar, que produzca el mejor resultado en el menor tiempo y al mejor costo posible

Empleado para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos. Si el beneficio costo es mayor que uno (1) tenemos un adecuado retorno, si el beneficio costo es menor que uno (1), no hay un adecuado retorno

por lo tanto la inversión no es atractiva, si el beneficio costo es igual a uno (1), significa indiferencia tampoco es aceptable.

Fórmula:

$$R. CB = \frac{\sum \text{Ingresos} / (1+i)^n}{\sum \text{Egresos} / (1+i)^n}$$

2.7.5.2 Estado de Situación Financiera

Según Celaya (2013) manifiesta que:

Es el estado financiero básico de una entidad, porque muestra a una fecha determinada los bienes y derechos representados en sus activos, las deudas y obligaciones representadas por su pasivo, las aportaciones de los socios y accionistas, así como los resultados de sus operaciones representados por el capital contable. (p. 137)

El estado de situación financiera consiste en el análisis de las propiedades de una empresa y la proporción en que intervienen los acreedores y los accionistas o dueños de tal propiedad, expresados en términos monetarios.

2.7.5.3 Estado de Resultados

“Informe en el cual se muestran los ingresos y todos los gastos que se incurrieron en un periodo” (Guajardo, 2014, p. 139)

Es un documento contable que toma como parámetro los ingresos y gastos efectuados, muestra de manera detallada y ordenada la utilidad o pérdida del ejercicio económico.

2.7.5.4 Estado de flujo de efectivo

“Se elabora al término de un ejercicio económico o periodo contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa” (Chanaba, 2009, p. 200)

Todas las empresas independientemente de la actividad a la que se dediquen necesitan de información financiera confiable, una de ellas es la que proporciona el Estado de Flujos de Efectivo ya que muestra el flujo de efectivo del periodo.

2.8 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Según Chiavenato (2010) manifiesta que el Estudio Organizacional es:

Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regulan las actividades durante el periodo de operación. Mediante este estudio se concretan todos los aspectos concernientes a la nómina de personal. (p. 28)

En el estudio organizacional del proyecto, se describe el tipo de organización al que pertenece la empresa, también se incluyen los objetivos, políticas organizacionales, estrategias del negocio, otro elemento fundamental en este apartado es la integración de la fuerza de trabajo que constituirá la empresa, se muestra la estructura organizacional.

2.8.1 Misión

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por la cual existe. Así mismo es la determinación de las funciones básicas que la organización va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

En la misión se define: la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar. La misión responde a la interrogante ¿Para qué existe la institución u organización?

2.8.2 Visión

La visión expresa lo que una organización quiere llegar a ser. Señala el rumbo a seguir para pasar de lo que somos a lo que queremos ser. La visión responde a la pregunta ¿Qué queremos ser en los próximos años?

2.8.3 Organización Estructural

En toda organización es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, un método que sirve para lograr mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de ésta, con el único objetivo de cumplir con las metas planteadas.

El Organigrama Estructural es la orientación gráfica de la estructura orgánica de la organización, muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, canales formales de comunicación, niveles jerárquicos y líneas de autoridad.

2.9 IMPACTOS

Los impactos constituyen un análisis de los aspectos positivos y negativos que generará un proyecto sobre la población beneficiaria del mismo.

2.9.1 Impacto Económico

El impacto económico es el más importante ya que se basa en el interés de la población, lo que se espera es incrementar el ingreso familiar.

Impacto económico, en base a mi experiencia, es el choque, efecto, huella, golpe que nos deja alguna noticia, suceso, disposición o catástrofe en nuestra propia economía ya sea familiar, local, regional nacional, es decir, que nos afecta en nuestros propios bolsillos o en los bolsillos de la sociedad influyendo ya sea de manera negativa, positiva. Por ejemplo un alto nivel de desempleo puede causar un alto impacto económico negativo en el ingreso de sus habitantes al disminuir su poder adquisitivo para el consumo y generarse mayor pobreza, y por el contrario un alto nivel de empleo puede generar un alto impacto económico positivo de mayores ingresos y riqueza para su población. Los desastres como terremotos, inundaciones, ciclones, etc., por lo general generan un alto impacto económico negativo en su población y por el contrario la construcción de una gran presa hidráulica puede generar un alto impacto económico positivo al beneficiarse con agua de riego a mas productores y zonas de sembradío agrícola, lográndose una mejorar la producción y mejoría del ingreso económico de su población.

2.9.2 Impacto Social

Un impacto social de un proyecto se refiere a la solución de posibles problemas que puede dar al desarrollo social dentro de una comunidad en general, con el fin de mejorar la calidad de vida, tales como son; reducción de las necesidades, crecimiento económico y específicamente en lo profesional, cultural, social, entre otros.

2.9.3 Impacto Educativo y Cultural

El impacto Educativo y Cultural se refiere a la creación de nuevos proyectos con ideas innovadoras, enseñando a valorar y apreciar las artesanías con el fin de alcanzar un desarrollo cultural.

2.9.4 Impacto Ambiental

El impacto ambiental es el efecto causado por acciones propias del proyecto sobre el medio ambiente estas pueden ser positivas o negativas. El impacto ambiental, por lo tanto, puede tener consecuencias sobre la salud de la población, la calidad del aire y la belleza paisajística. Además de todo lo expuesto se hace necesario establecer que, de forma habitual, se realiza una clasificación del impacto ambiental en base al tiempo que dura su efecto en un lugar determinado.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

El Estudio de Mercado tiene la finalidad de analizar la demanda y oferta de las artesanías elaboradas con material reciclado; productos como muñecas otavaleñas, muñecas de Zuleta, muñecos indígenas, llaveros etc., mercancías que estarán dirigidas a un mercado competitivo.

Para mejores resultados es conveniente realizar el análisis de las variables más importantes que intervienen en el mercado.

- Mercado meta
- Demanda
- Oferta
- Precios
- Comercialización

El presente estudio de mercado se centró principalmente en conocer cuál es la aceptación del nuevo producto realizado a base de material reciclado.

3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.1.1. General

Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de producción y comercialización de artesanías de muñecas de trapo con material reciclable.

3.1.2. Específicos

- Identificar la demanda actual de artesanías de muñecas de trapo con material reciclable en el sector a investigar.
- Conocer la oferta de artesanías de muñecas de trapo con material reciclable, en el área de influencia del estudio.
- Determinar los precios de las artesanías de muñecas de trapo con material reciclable.
- Diseñar estrategias productivas para la comercialización de artesanías de muñecas de trapo con material reciclable.

3.2. VARIABLES E INDICADORES

3.2.1. Demanda

- Tiempo en la actividad
- Rentabilidad de la actividad
- Tipo de producto
- Materia prima
- Lugar del proveedor
- Tipo de mercado
- Disponibilidad de compra
- Frecuencia de compra
- Volumen de compra
- Expectativas de compra
- Lugar de compra
- Incremento en ventas

3.2.2. Oferta

- Tiempo en la actividad
- Tipo de producto
- Volumen de producción
- Lugar de comercialización
- Rentabilidad de la actividad
- Apoyo gubernamental
- Existencia de materia prima
- Conocimiento de diseños

3.2.3. Precios

- Precios de venta
- Precios de compra
- Asignación del precio

3.2.4. Estrategias Comerciales

- Producto
- Precio
- Publicidad
- Plaza

3.3. MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

Cuadro N° 17: MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS	INFORMANTE
Identificar la demanda actual de artesanías de muñecas de trapo con material reciclable en el sector a investigar.	Demanda	Tiempo en la actividad Rentabilidad de la actividad Tipo de producto Materia prima Lugar del proveedor Tipo de mercado Disponibilidad de compra Frecuencia de compra Volumen de compra Expectativas de compra Lugar de compra Incremento en ventas	Primaria	Encuesta Observación directa.	Almacenes de artesanías.
Conocer la oferta de artesanías de muñecas de trapo con material reciclable, en el área de influencia del estudio	Oferta	Tiempo en la actividad Tipo de producto Volumen de producción Lugar de comercialización Rentabilidad de la actividad Apoyo gubernamental Existencia de materia prima Conocimiento de diseños	Primaria	Encuesta Observación directa	Productores de artesanías. Almacenes de artesanías.
Determinar los precios de las artesanías de muñecas de trapo con material reciclable.	Precios	Precios de venta Precios de compra Asignación del precio	Primaria	Encuesta	Productores de artesanías. Almacenes de artesanías.
Diseñar estrategias comerciales para la comercialización de artesanías de muñecas de trapo con material reciclable.	Estrategias de comercialización	Producto Precio Publicidad Plaza	Primaria	Opinión de expertos.	Ing. Marketing.

Elaborada por: La Autora

3.4. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

3.4.1 Población y muestra

La presente investigación de campo se la realizó a 73 almacenes de las ciudades de Ibarra, Otavalo, Atuntanqui y Cotacachi donde se comercializa artesanías (dato extraído de las patentes municipales de cada cantón), como potenciales demandantes de artesanías de muñecas de trapo con material reciclable. Por ser el número de almacenes menos de 100 se realizó un censo. Por lo tanto se procedió a realizar encuestas a los diferentes almacenes.

Cuadro Nº 18: Número de almacenes de artesanías

CIUDADES	ALMACENES DE ARTESANÍAS
Ibarra	18
Otavalo	35
Atunataqui.	8
Cotacachi	12
TOTAL	73

Fuente: Patentes Municipales.

Elaborada por: La Autora.

Además se realizaron entrevistas a diferentes productores de artesanías de muñecas de trapo con material reciclable ubicado en la Parroquia de San Roque (Es importante mencionar que en el capítulo I también se aplicaron entrevistas, información que fue utilizada para el desarrollo del estudio de mercado).

3.4.2. Fuentes de información primaria

- **Encuesta:** La encuesta se la realizó a los almacenes que comercializan artesanías de las ciudades de Ibarra, Otavalo, Atunataqui y Cotacachi. (Anexo N.5)

- **Entrevista:** se la efectuó a un productor de artesanías de la Parroquia de San Roque. (Anexo N. 6)
- **Observación directa:** esta técnica se la realizo visitando los lugares en estudio.

3.5 MERCADO POTENCIAL

La creación de un Centro artesanal, tendrá una proyección de mercado de los productos dirigida a los propietarios de los diferentes almacenes que se dedican a la venta de artesanías; en este caso tomaremos como referencia las 73 tiendas de la encuesta; población que se constituirán en los potenciales consumidores de las artesanías.

3.6 SEGMENTO DE MERCADO

El Centro Artesanal, tendrá importantes segmentos que le asegurarán sostenibilidad en el mercado a los diferentes tipos de artesanía que se ofertarán. De acuerdo a los requerimientos de los consumidores se tiene el siguiente segmento:

- Los propietarios de tiendas, los mismos que pueden ofertar el producto como complemento a lo que habitualmente comercializan.

3.7. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

3.7.1. Encuesta dirigida a los almacenes de artesanías de las ciudades de Otavalo, Ibarra, Atuntaqui, Cotacachi.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?

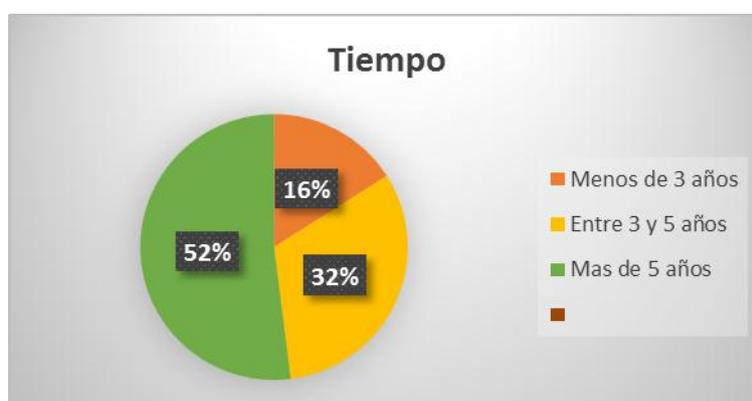
Cuadro N° 19: Tiempo en la actividad

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Menos de 3 años	12	16
Entre 3 y 5 años	23	32
Más de 5 años	38	52
Total	73	100

Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico N° 13: Tiempo En La Actividad



Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora.

ANÁLISIS

Los propietarios de los almacenes donde se aplicó las encuestas manifiestan que llevan realizando esta actividad de venta de artesanías más de 5 años su permanencia en el mercado se debe al crecimiento de la venta constante de las artesanías, al igual otros comerciantes trabajan entre 3 y 5 años manifiestan que las artesanías es un producto muy solicitado tanto por personas nacionales como extranjeras, también hay personas que trabajan en este negocio menos de 3 años son principiantes que están recién conociendo el movimiento del mercado para el producto.

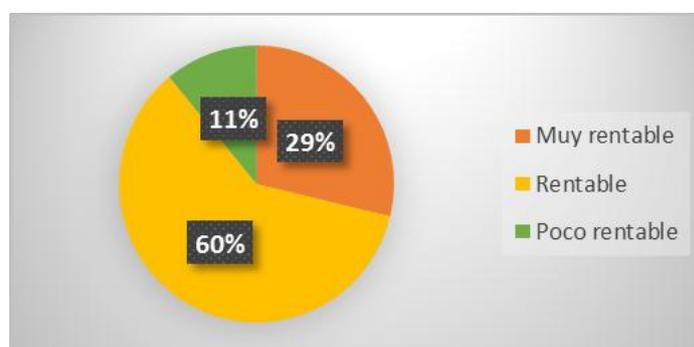
2. ¿Cómo considera la venta de artesanías?

Cuadro N° 20: Ventas de Artesanías

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Muy rentable	21	29
Rentable	44	60
Poco rentable	8	11
Total	73	100

Fuente: Almacenes de artesanías.
Elaborado por: La Autora.

Gráfico N° 14: Ventas de Artesanías



Fuente: Almacenes de artesanías.
Elaborado por: La Autora.

ANÁLISIS

La venta de artesanías se considera que es rentable, porque la provincia de Imbabura es un lugar turístico que constantemente se encuentra visitado por turistas que valoran muchos los productos realizados de manera artesanal, en ocasiones se convierte en los principales consumidores de los productos porque lo obtienen ya sea al por mayor o menor y se encargan de comercializarlo en otros lugares del país.

3. ¿Qué tipo de artesanías comercializa usted?

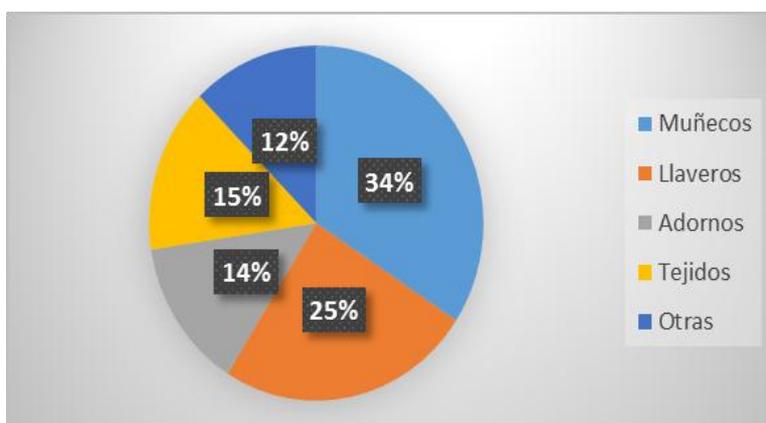
Cuadro Nº 21: Tipo de Artesanías

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Muñecos	25	34
Llaveros	18	25
Adornos	10	14
Tejidos	11	15
Otras	9	12
Total	73	100

Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico Nº 15: Tipo de Artesanías



Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora.

ANÁLISIS

La mayoría de los almacenes de la provincia de Imbabura comercializan muñecos y llaveros consideran que existe mayor mercado para el producto, porque las personas les encanta comprar para poder decorar sus hogares, también comercializan adornos y tejidos que de igual manera tienen su preferencia en el mercado.

4. ¿Cuáles son los productos artesanales que comercializa?

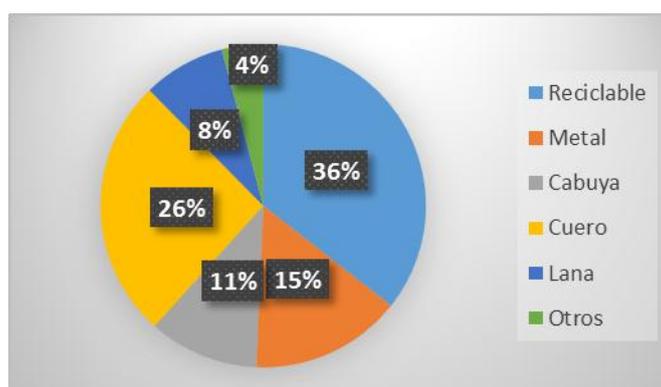
Cuadro Nº 22: Materia Prima

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Reciclable	26	36
Metal	11	15
Cabuya	8	11
Cuero	19	26
Lana	6	8
Otros	3	4
Total	73	100

Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 16: Materia Prima



Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

La mayoría de las artesanías que tienen a la venta en sus locales comerciales están realizadas con material reciclable, cuero, metal, manifiestan que deben presentar al mercado consumidor variedad de productos realizados con las distintas materias primas que existen por que las personas requieren de diferentes gustos al adquirir un producto.

5. ¿Cómo considera los precios de las artesanías que comercializa?

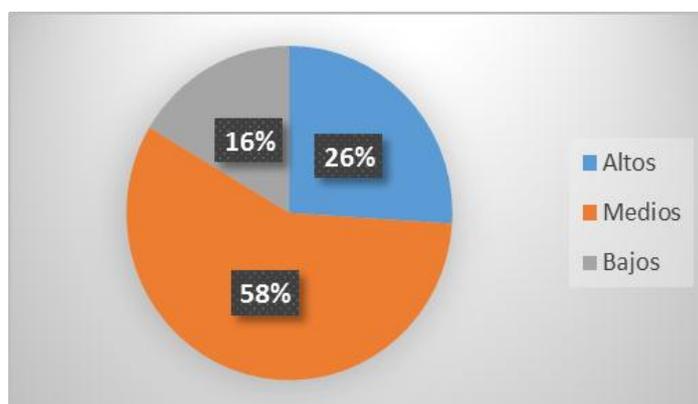
Cuadro Nº 23: Precio de Artesanías

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Altos	19	26
Medios	42	58
Bajos	12	16
Total	73	100

Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 17: Precio de Artesanías



Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Los precios que se aplica a las artesanías que se vende se encuentran en un nivel medio son analizadas mediante la competencia de productos similares, también depende de la calidad y los acabados que el producto presente, porque existe artesanías que son muy costosas debida a la combinación de materiales que está realizado, en cambio otros tienen un costo sumamente bajo.

6. ¿Las artesanías que usted comercializa de dónde provienen?

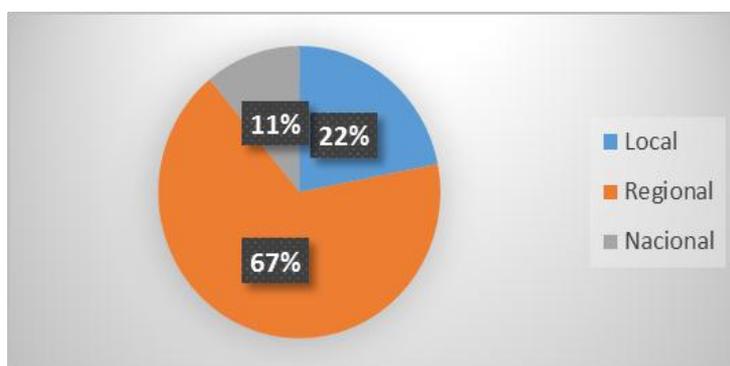
Cuadro N° 24: Lugar de Destino

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Local	16	22
Regional	49	67
Nacional	8	11
Total	73	100

Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 18: Lugar de Destino



Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Las artesanía que comercializan provienen de toda la región, porque a diario cuentan con la visita de los proveedores ofertando sus productos con diferentes facilidades de pago, promociones, cada proveedor aplica una nueva técnica de venta, otros realizan sus pedidos a nivel nacional consideran que existen mejores ofertas de compra, mayores facilidades de pagos, también existe la presencia de productores locales que ofertan productos muy competitivos para el mercado.

7. ¿De las siguientes artesanías qué cantidad de muñecas de trapo otavaleña vende semanalmente?

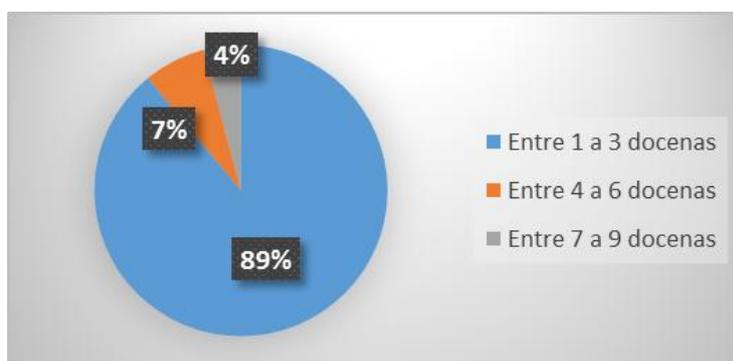
Cuadro N° 25: Venta de Muñecas Otavaleñas

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Entre 1 a 3 docenas	65	89
Entre 4 a 6 docenas	5	7
Entre 7 a 9 docenas	3	4
Total	73	100

Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 19: Venta de Muñecas Otavaleñas



Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Las ventas de los productos artesanales están dados entre 1 a 3 docenas de adornos por semana, las ventas son variables en ocasiones también logran vender entre 4 a 6 docenas, como también alcanzan entre 7 a 9 docenas porque existe comerciantes que llevan el producto al por mayor para distribuirlo en los diferentes mercados del país.

MUÑECAS DE TRAPO (ZULETA)

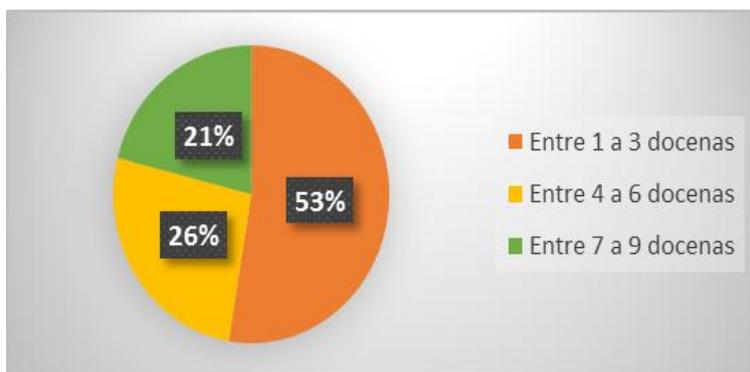
Cuadro Nº 26: Venta de Muñecas de Trapo (Zuleta)

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Entre 1 a 3 docenas	10	53
Entre 4 a 6 docenas	5	26
Entre 7 a 9 docenas	4	21
Total	19	100

Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 20: Venta de Muñecas de Trapo (Zuleta)



Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Las muñecas de trapo con material reciclable artesanales son vendidas por semana entre 1 a 3 docenas sus ventas depende mucho de la temporada porque existen ocasiones donde se manifiestan los comerciantes que requieren abastecerse del producto y las ventas alcanzan un nivel de 4 a 6 docenas.

MUÑECOS DE TRAPO (INDIGENAS)

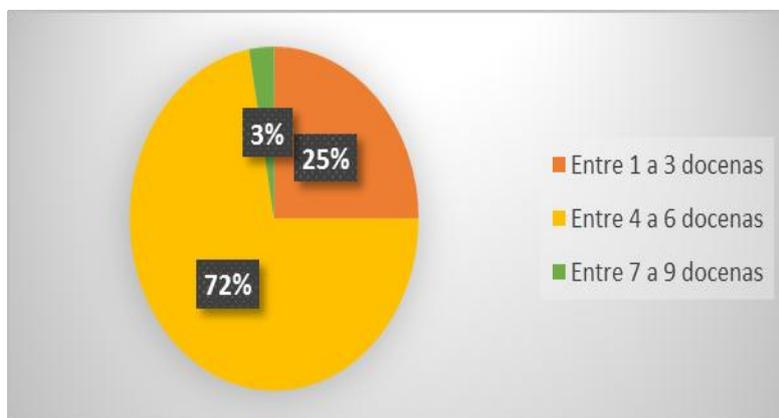
Cuadro Nº 27: Venta de Muñecos Indígenas

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Entre 1 a 3 docenas	9	71
Entre 4 a 6 docenas	26	26
Entre 7 a 9 docenas	1	3
Total	36	100

Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 21: Venta de Muñecos Indígenas



Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Los muñecos de trapo Indígenas alcanzan una venta de 1 a 3 docenas por semana, en un menor porcentaje se ha llegado a vender entre 4 a 6 docenas, en pocas ocasiones las ventas han subido entre 7 a 9 docenas han sido ventas representativas para cada puesto de venta.

8. ¿A qué tipo de mercado está dirigido su producto?

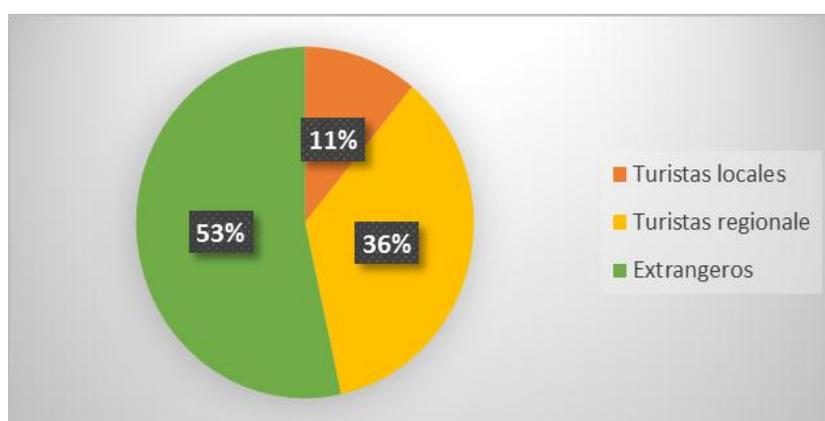
Cuadro N° 28: Tipo de Mercado

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Turistas locales	8	11
Turistas regionales	26	36
Extranjeros	39	53
Total	73	100

Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 22: Tipo de Mercado



Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

El producto está dirigido especialmente a las personas adultas, porque son quienes mejores condiciones económicas tienen para adquirir cualquier tipo de artesanías, también existe una preferencia por los jóvenes por les gusta llevar objetos que están diseñados a base de materiales diferentes a los que comúnmente se encuentra en el mercado, en un pequeño porcentaje se encuentran los niños que por ocasiones especiales adquiere algún objeto.

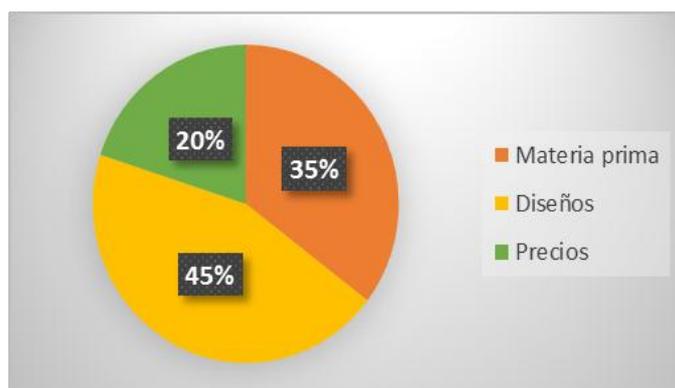
9. ¿Qué aspectos considera que son importantes para que el producto tenga acogida?

Cuadro N° 29: Aspectos Importantes

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Materia prima	23	32
Diseños	29	40
Precios	13	17
Otros	8	11
Total	73	100

Fuente: Almacenes de artesanías.
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 23: Aspectos Importantes



Fuente: Almacenes de artesanías.
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Lo más importante consideran que es los diseños de presentación de las artesanías tiene mayor atracción para las personas que lo adquieren, seguido por la materia prima con la que está realizado, depende del gusto del cliente porque también se fijan de los precios y de otros aspectos que para cada uno de ellos son importantes.

10. ¿Estaría de acuerdo en comercializar muñecas de trapo con material reciclable con diseños diferentes?

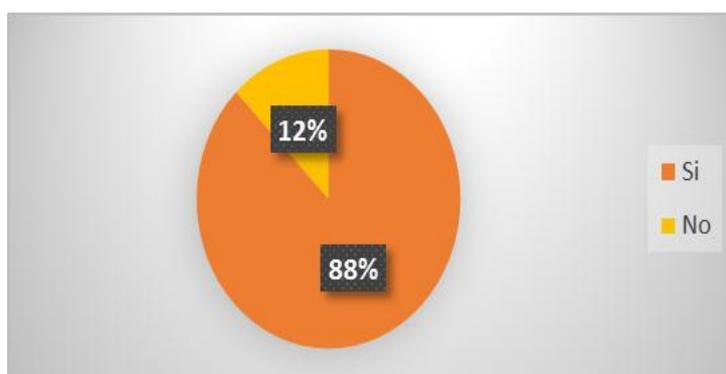
Cuadro Nº 30: Predisposición de la Comercialización

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	64	87
No	9	13
Total	73	100

Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 24: Predisposición de la Comercialización



Fuente: Almacenes de artesanías.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

La mayoría de artesanos están predispuestos a adquirir y comercializar muñecas de trapo con material reciclable, porque creen que el existe de incrementar las ventas y sus utilidades esta en presentar al mercado un producto diferente que atraiga la atención del consumidor, como también existen opiniones diferente de no estar de acuerdo porque es difícil hasta que el consumidor acoja el producto nuevo.

11. ¿Qué cantidad de muñecas de trapo elaborados con material reciclable, mensualmente está dispuesto adquirir?

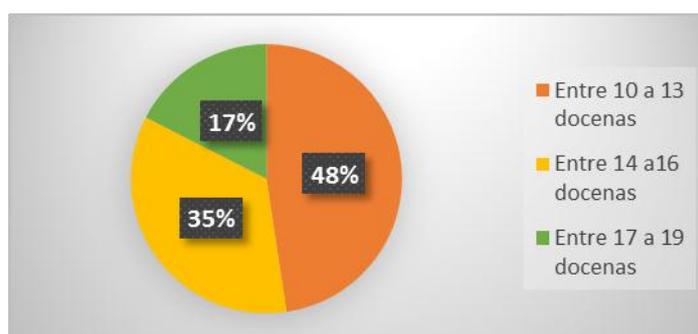
a) MUÑECAS DE TRAPO (OTAVALEÑA)

Cuadro Nº 31: Cantidad de Muñecas de trapo (Otavaleña)

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Entre 10 a 13 docenas	30	47
Entre 14 a 16 docenas	22	35
Entre 17 a 19 docenas	11	18
Total	63	100

Fuente: Almacenes de artesanías.
Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 25: Cantidad de Muñecas de trapo (Otavaleña)



Fuente: Almacenes de artesanías
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La predisposición de compra es de 10 a 13 docenas de muñecas de trapo otavaleña con material reciclable cada mes, dependiendo de cómo se despache el producto seguirán realizando más pedidos, seguido por la adquisición de 14 a 16 docenas estas personas tienen planes diferentes no solo lo comercializarán en su local sino también en otros lugares.

b) MUÑECAS DE TRAPO (ZULETA)

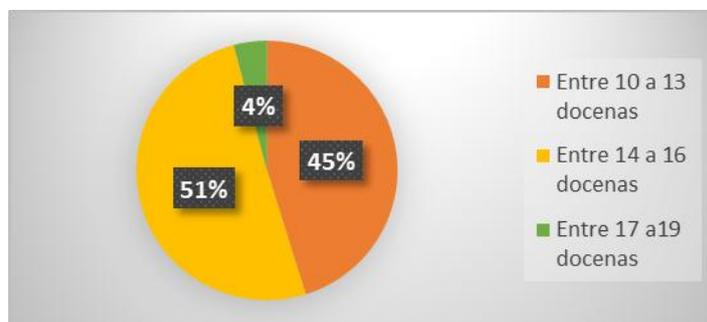
Cuadro Nº 32: Cantidad de muñecas Zuleta

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Entre 10 a 13 docenas	33	52
Entre 14 a 16 docenas	37	43
Entre 17 a 19 docenas	3	5
Total	63	100

Fuente: Almacenes de artesanías

Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 26: Cantidad de muñecas Zuleta



Fuente: Almacenes de artesanías

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Los pedidos que realizarían en muñecas de trapo Zuleta cada mes está entre 10 a 13 docenas, porque este producto es más vendido por la variedad de diseños que presenta, seguido por 14 a 16 docenas quienes tienen mayor confianza en que el producto nuevo tendrá mayor acogida en el mercado, otros están entre 117 a 9 docenas hasta conocer como acepta el cliente el nuevo producto.

d) MUÑECOS INDÍGENAS

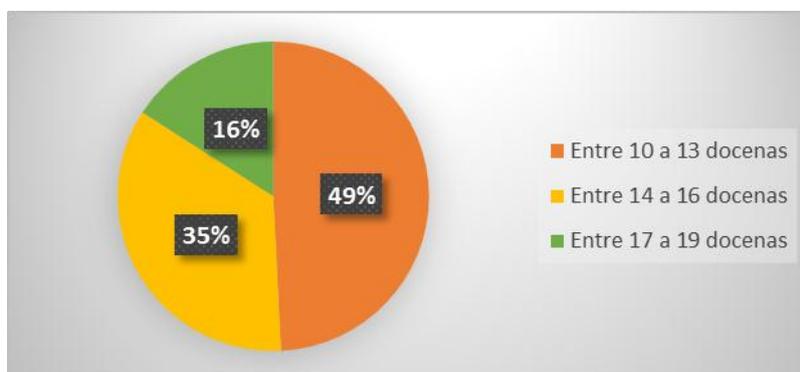
Cuadro Nº 33: Cantidad de muñecos indígenas

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Entre 10 a 13 docenas	31	49
Entre 14 a 16 docenas	22	35
Entre 17 a 19 docenas	10	16
Total	63	100

Fuente: Almacenes de artesanías

Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 27: Cantidad de muñecos indígenas



Fuente: Almacenes de artesanías

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Los muñecos indígenas a base de material reciclable esta dispuestos a comprar entre 10 a 13 docenas por mes consideran que obtendrán buenos resultados, otros consideran que para iniciar y ver la aceptación del producto solicitarían entre 14 a 16 docenas.

12. ¿En qué porcentaje ha aumentado las ventas en los últimos a años?

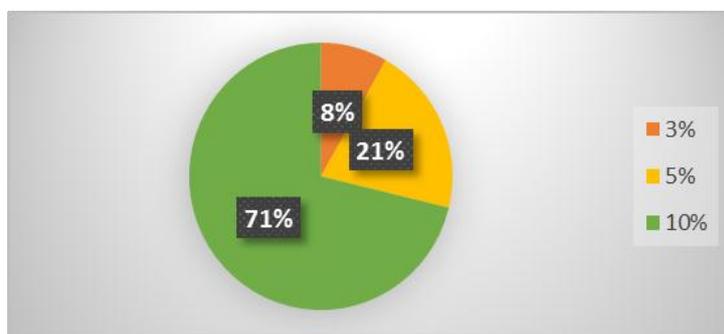
Cuadro N° 34: Crecimiento en porcentaje de ventas

VARIABLE	FRECUENCIA	%
3%	6	8
5%	15	21
10%	52	71
Total	73	100

Fuente: Almacenes de artesanías

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 28: Crecimiento en porcentaje de ventas



Fuente: Almacenes de artesanías

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Según los propietarios manifiestan que en los últimos tiempo el porcentaje de ventas de artesanías ha incrementado en un 5%, debido al crecimiento continuo de los turistas y comerciantes que acuden a los diferentes lugares, otros han tenido mejores oportunidades porque su nivel de ventas han crecido en un 10% que garantiza su permanencia en el mercado competidor.

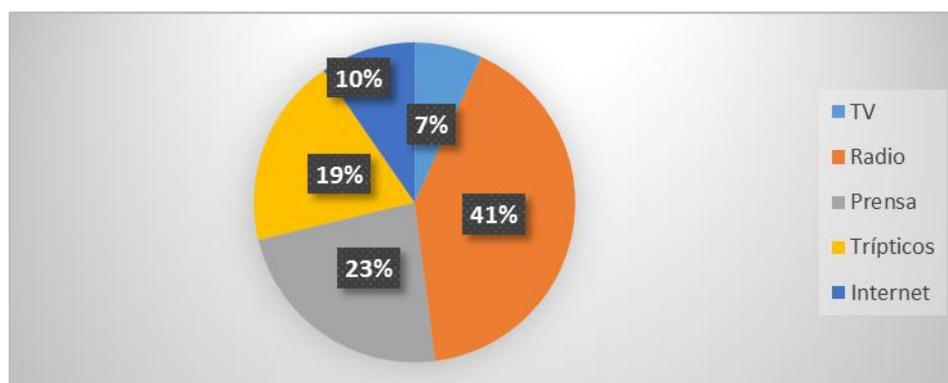
13. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación que prefiere?

Cuadro N° 35: Medios de comunicación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
TV	5	4
Radio	30	22
Prensa	17	12
Trípticos	14	10
Redes Sociales	7	5
Total	73	53

Fuente: Almacenes de artesanías
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 29: Medios de comunicación



Fuente: Almacenes de artesanías
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

El medio de comunicación más utilizado para promocionar el producto es la radio porque consideran que existe mayor cobertura, el mensaje llega en cualquier momento, al igual que la prensa en donde se detalla todas las características del producto, seguido por los trípticos que tienen buenos resultados, algunos de ellos realizan sus promociones vía internet.

3.7.2. Entrevista dirigida al Sr. Luis Pérez productor de muñecas de trapo con material reciclable de la Parroquia de San Roque.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?

En la elaboración de este tipo de artesanías llevo aproximadamente 13 años, siendo esta actividad como sustento para obtener ingresos económicos en mi hogar.

2. ¿Qué tipo de productos elabora?

Los productos que elabora son muñecas de tapo con vestimenta otavaleña, de Zuleta, muñecos indígenas, llaveros y canastillas con material reciclable.

3. ¿Cuál es el volumen de producción?

No existe ya que no lleva ningún registro para contabilizar la producción que realiza, siendo esta la razón por la que no puede establecer un volumen fijo de producción.

4. ¿Qué toma en cuenta para asignar los precios de sus productos?

Lo que más que se toma en cuenta para asignar el precio a los productos que realiza es el tiempo que se tarda para que el producto artesanal y los gastos que realiza para elaborar el producto.

5. ¿Dónde comercializa sus productos?

El lugar donde comercializa sus artesanías es en el mismo lugar de trabajo y son comprados por turistas que frecuentemente visitan la Parroquia, además entrega los productos a diferentes almacenes de la localidad, y finalmente en ferias de explosión que se realizan en el Cantón.

6. ¿Cómo considera la actividad de elaborar muñecas de trapo con material reciclable?

En mi caso considero que es rentable esta actividad ya que me permite sustentar los gastos de mi hogar.

7. ¿Considera que las autoridades deben apoyar esta actividad?

Considera que es una oportunidad para fomentar más fuentes de empleo en el sector porque ha visto en la poca producción que el realiza puede vender a los turistas sin ningún problema muestran mucho interés por el producto, además se cuenta con la materia prima.

8. ¿Existe suficiente materia prima para la elaboración las muñecas de trapo con material reciclable?

Es la ventaja de elaborar el producto con material reciclable y de tal manera considera que la materia prima que se requiere para elaborar el producto es suficiente para su producción.

3.8. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

3.8.1 Productos realizados a base de material reciclable

El centro artesanal realizara muñecas de trapo con material reciclable con distintas presentaciones en diseños tamaños, serán decoradas de acuerdo a gusto del mercado consumidor, estas muñecas estarán realizadas para los diferentes preferencias del consumidor ya exige al momento de comprar el producto, lo importante es satisfacer su necesidad.

Ilustración N° 3: Muñecas de Trapo (Otavaleña)



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora

- Se realizarán adornos decorativos que pueden ser utilizados en distintos lugares como oficinas, en el hogar son adecuados para cualquier tipo de lugar, son adornos decorativos que llaman mucho la atención del consumidor.

Ilustración N° 4: Muñecas de trapo (Zuleta)



Fuente: Internet
Elaboración: La Autora

- Además se producirán muñecas en diferentes modelos en este caso Zuletas que serán elaboradas a base de material reciclable, conservando la naturaleza y preservando el ambiente reutilizando materiales que perjudican al ambiente.

Ilustración N° 5: Muñecos de trapo (Indígenas)



Fuente: Internet
Elaboración: La Autora

El centro artesanal brindara al mercado toda esta variedad de productos que estarán destinados a diversas utilizaciones dependiendo del gusto del mercado consumidor.

3.9. MERCADO META

El mercado meta al cual va dirigido las muñecas de trapo con material reciclable son los almacenes de artesanías de las ciudades de Otavalo, Ibarra, Atuntaqui y Cotacachi.

3.10. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Con el análisis de la demanda se busca cuantificar la cantidad de muñecas de trapo con material reciclable que requiere el mercado. Para esto se realizó una investigación de campo a los almacenes que comercializan artesanías de las ciudades de Otavalo, Ibarra, Atuntaqui y Cotacachi.

3.10.1. Demanda Actual

Para determinar la demanda actual de muñecas de trapo con material reciclable se tomó en cuenta la encuesta realizada a los almacenes de la ciudades antes mencionadas, específicamente en la pregunta No. 10 y 11 donde se indagó la disponibilidad de compra, cantidad y frecuencia de consumo. A continuación los resultados.

MUÑECAS DE TRAPO (OTAVALEÑA)

Cuadro N° 36: Demanda actual de muñecas de trapo (Otavaleña)

A BASE DE MATERIAL RECICLABLE

No.de almacenes	Dispuestos adquirir 87%	Disponibilidad		Cantidad Promedio de compra docenas	Frecuencia de compra	Demanda anual en docenas
		No.de almacenes	%			
73	63	30	47%	12	12	4320
		22	35%	15		3960
		11	18%	18		2376
TOTAL		63	100%			10656

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Es importante mencionar que de los 73 almacenes encuestados solo 63 están dispuestos adquirir el producto; con cantidades promedios entre 12 a 18 docenas por mes y con una frecuencia de compra anual. Esta observación se debe considerarse en los demás cuadros de proyección de la demanda por producto.

MUÑECAS DE TRAPO (ZULETA)

Cuadro Nº 37: Demanda actual de muñecas de trapo (Zuleta)

A BASE DE MATERIAL RECICLABLE

No.de almacenes	Dispuestos adquirir 87%	Disponibilidad		Cantidad Promedio de compra docenas	Frecuencia de compra	Demanda anual en docenas
		No.de almacenes	%			
73	63	33	52%	12	12	4752
		27	43%	15		4860
		3	5%	18		648
TOTAL		63	100%			10260

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

MUÑECOS DE TRAPO INDÍGENAS

Cuadro Nº 38: Demanda actual de muñecas de trapo Indígenas

A BASE DE MATERIAL RECICLABLE

No.de almacenes	Dispuestos adquirir 87%	Disponibilidad		Cantidad Promedio de compra docenas	Frecuencia de compra	Demanda anual
		No.de almacenes	%			
73	63	31	49%	12	12	4464
		22	35%	15		3960
		10	16%	18		2160
TOTAL		63	100%			10584

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 39: Resumen de la Demanda

ARTESANÍAS CON MATERIAL RECICLABLE

PRODUCTO	DEMANDA
Producto 1	10656
Producto 2	10260
Otros	10584

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

3.10.2. Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda de artesanías muñecas de trapo elaboradas con material reciclado en los almacenes encuestados se utilizó el 5% como indicador de la tendencia de crecimiento de las ventas de las artesanías, dato proporcionado por los almacenes en investigados. Para esto se aplicó la fórmula del monto, utilizando como factor de crecimiento (1,05).

Fórmula:

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

Dónde:

C_n= consumo futuro

C_o=demanda determinada en las encuestas.

i = tasa de crecimiento

n = año proyectado.

Cuadro N° 40: Proyección de la demanda

ARTESANIAS DE MUÑECAS DE TRAPO ELABORADAS CON MATERIAL RECICLABLE

PRODUCTO	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Muñecas otavaleñas en docenas	11188	11721	12335	12952	13600
Muñecas zuletas en docenas	10773	11311	11877	12471	13094
Muñecos indígenas en docenas	11113	11668	12252	12864	13508

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

3.11 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Se realizó un previo Estudio de Mercado mediante encuestas a los comercializadores, resultados que permitirán determinar con mayor exactitud el comportamiento de la oferta actual y a futuro, así como también conocer cuál es el posible mercado potencial.

3.11.1 Oferta actual del producto

Para cuantificar la oferta actual de artesanías casi similares a las propuestas por el proyecto, se tomó como base la investigación de campo, específicamente en la pregunta No. 7, donde se determina la cantidad y frecuencia de consumo del producto, cabe resaltar que la interrogación se formuló en semanas .

MUÑECAS DE TRAPO (OTAVALEÑA)

Cuadro Nº 41: Oferta actual de muñecas de trapo (Otavaleña)

A BASE DE MATERIAL RECICLABLE

No.de almacenes	Disponibilidad		Cantidad Promedio de compra docenas en semanas	Frecuencia de compra	Demanda anual en docenas
	No.de almacenes	%			
73	65	89%	8	12	6240
	5	7%	25		1500
	3	4%	32		1152
TOTAL	73	100%			8892

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

MUÑECAS DE TRAPO ZULETA

Cuadro Nº 42: Oferta actual muñecas de trapo Zuleta

A BASE DE MATERIAL RECICLABLE

No.de almacenes	Disponibilidad		Cantidad Promedio de compra docenas en semanas	Frecuencia de compra	Demanda anual en docenas
	No.de almacenes	%			
19	10	53%	8	12	960
	5	26%	25		1500
	4	21%	32		1536
TOTAL	19	100%			3996

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

MUÑECO DE TRAPO INDÍGENA

Cuadro N° 43: Oferta actual muñeco de trapo indígena

A BASE DE MATERIAL RECICLABLE

No.de almacenes	Disponibilidad		Cantidad Promedio de compra docenas en semanas	Frecuencia de compra	Demanda anual en docenas
	No.de almacenes	%			
36	26	71%	8	12	2496
	9	26%	25		2700
	1	3%	32		384
TOTAL	36	100%			5580

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 44: Resumen de la oferta de muñecas de trapo con material reciclable

PRODUCTO	OFERTA DE ARTESANÍAS
Muñecas otavaleñas en docenas	8892
Muñecas Zuleta en docena	3996
Muñecos indígenas en docenas	5580

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

3.11.2. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta de artesanías se aplicó un crecimiento paralelo a la demanda utilizando el 5%, mediante la fórmula del monto.

Cuadro N° 45: Proyección de la oferta de muñecas de trapo con material reciclable.

PRODUCTO	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
Muñecas otavaleñas en docenas	9336	9803	10293	10808	11348
Muñecas zuleta en docenas	4195	4405	4625	4856	5099
Muñecos indígenas en docenas	5859	6152	6460	6783	7122

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

3.12 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha y/o potencial de las muñecas de trapo elaboradas con material reciclable se tomará en cuenta los datos proyectados de la oferta y demanda obtenidos anteriormente.

Es indispensable determinar el balance entre la oferta y demanda proyectada, estableciendo de esta forma la demanda insatisfecha y/o potencial, la cual será la primera condición para establecer la dimensión óptima del centro artesanal, de esta manera la demanda insatisfecha para las muñecas de trapo elaboradas con material reciclable es la siguiente:

DEMANDA INSATISFECHA

Cuadro N° 46: Demanda insatisfecha en unidades

Productos	2015			2016			2017		
	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
Muñeca de trapo otavaleña	11188	9336	1852	11748	9803	1945	12335	10293	2042
Muñeca de trapo zuleta	10773	4195	6578	11311	4405	6906	11877	4625	7252
Muñeco indígena	11113	5859	5254	11668	6152	5516	12252	6460	5792
		2018			2019				
		Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha		
		12952	10808	2144	13600	11348	2252		
		12471	4856	7615	13094	5099	7995		
		12864	6783	6081	13508	7122	6386		

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

3.13. DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO

La demanda a captar por el proyecto está en función de la capacidad de producción que tendrá el emprendimiento, relacionado con el talento humano que colaborara en la elaboración, como también la existencia del mercado para el producto, quedando de la siguiente forma: para el primer año de funcionamiento se captara el 60% de la demanda insatisfecha identificada en el año 2015, con un crecimiento anual, ya que se contara con el apoyo de diferentes socias que integraran el centro artesanal, en base a la tendencia de las ventas de artesanías de los almacenes investigados.

Cuadro N° 47: Demanda a captar de las muñecas de trapo con material reciclable por el proyecto

Productos	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
Producto 1	1111	1167	1225	1285	1351
Producto 2	3947	4144	4515	4569	4797
Producto 3	3152	3310	3475	3648	3832
TOTAL	8210	8621	9215	9502	9980

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

3.14. ANÁLISIS DE PRECIOS

Para establecer el precio de este tipo de adornos ecológicos se tomó en cuenta el precio de la competencia más accesible para el mercado y el precio que los consumidores están dispuestos a pagar por un producto ecológico, considerando un margen de utilidad, que permita al centro artesanal siga produciendo y solventando todas las expectativas planteadas.

Cuadro N° 48: Precios de trabajos artesanales

PRODUCTOS	PRECIO PRODUCTORES.	PRECIO ADQUIRIR	PRECIO PROMEDIO AL CONSUMIDOR
Muñecas otavaleña	\$7,80	\$7,50	\$7,65
Muñeca Zuleta	\$8,00	\$8,00	\$8,00
Muñeco indígena	\$8.25	\$7.50	\$7,88

Fuente: Entrevistas y Encuestas.

Elaborado por: La Autora

3.14.1. Proyección de precios

El precio se determinó en base a los precios de los productos que ofertan los artesanos y se han estimado los futuros precios tomando en cuenta la variación de la tasa de inflación de los últimos 5 años y sacando un promedio al año 2015 del 3,98%.

Cuadro N° 49: Promedio de Inflación

PROMEDIO DE INFLACIÓN	
Año	Tasa de inflación anual
2010	4,31
2011	3,33
2012	5,41
2014	4,16
2015	2,7
Total	3,98

Fuente: Ministerio de Finanzas

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nº 50: Proyección de precios

PRODUCTO	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
Muñecas otavaleña	\$ 7,65	\$ 7,95	\$ 8,27	\$ 8,60	\$ 8,94
Muñeca Zuleta	\$ 8,00	\$ 8,32	\$ 8,65	\$ 8,99	\$ 9,35
Muñeco indígena	\$ 7,88	\$ 8,19	\$ 8,52	\$ 8,86	\$ 9,21

Elaborado por: La Autora

3.15 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Después de analizar las entrevistas y encuestas, se llega a la conclusión que los productos por tener la característica de ser diferentes en el mercado y al ser elaborados a base de material reciclable, su principal competencia serían los demás artesanos que se dedican a elaborar trabajos manuales a base de otro material ya que al momento los productores no ofrecen la cantidad suficiente, como consecuencia existe una demanda insatisfecha a la cual cubrir.

La existencia suficiente de proveedores de materia prima, que se encuentran ubicados en la ciudad de Atuntaqui, constituye una ventaja para el centro artesanal, puesto que la distancia y el tiempo, para la adquisición de estos materiales serán mínimos.

Por lo tanto se establece que con una buena presentación del producto y con precios accesibles, las muñecas de trapo a base de material reciclable tendrán gran acogida en el mercado local.

3.16. ESTRATEGIAS COMERCIALES

Las estrategias comerciales estarán diseñadas con el propósito de conseguir cada día incrementar el nivel de ventas en las artesanías de las muñecas de trapo con material reciclable.

El plan comercial diseñado está basado en las cuatro Ps, producto, precio, publicidad y plaza.

3.16.1. Producto

El producto presentado al mercado está realizado en varios diseños como:

- Muñecas de trapo otavaleña con material reciclable
- Muñeca de trapo Zuleta con material reciclable
- Muñeco de trapo indígena con material reciclable.

Es importante mencionar que si fuere necesario se implantarán otros diseños y modelos de estas artesanías.

Cada muñeca llevara impregnado el nombre del centro artesanal para que sirva como referencia en donde fue elabora.

Las muñecas que se ofertará al mercado estarán diseñados en distintos modelos y diseños.

Además se realizará empaques especiales con el slogan impreso al interior de las cajas.

Antes de comercializar el producto se realizara un control de calidad.

La materia prima a utilizarse debe cumplir con todos los estándares de calidad y debe ser reutilizable.

3.16.2. Precio

El precio de las muñecas de trapo realizadas con material reciclable estarán fijadas de acuerdo a:

- El precio de las muñecas de trapo con material reciclable dependerá de la comparación que se realice con los productos similares del mercado.
- Se tomara en cuenta la cantidad de productos que el cliente lleve para realizar un descuento especial.
- Conforme se incremente la cartera de clientes fijos se irá aumentando el volumen de producción y se mantendrá los mismos precios establecidos.
- Los precios estarán establecidos dependiendo el modelo y diseño del producto.

3.16.3. Publicidad y promoción

- Se participará en las ferias que se realizan en el Cantón Antonia Ante, con la finalidad de dar a conocer nuestra gama de productos elaborados a base de material reciclado, donde se repartirá hojas volantes con información elemental de los trabajos manuales que ofrece el centro artesanal, igualmente se dará a conocer sobre nuestros productos por medio de anuncios en radio.
- Se colocará en un mostrador la variedad de trabajos manuales, sugiriendo al consumidor que puede tocar las artesanías sin compromiso alguno, de tal forma que juzgue por sí mismo la calidad de nuestros productos.
- Hoy en día las personas utilizan mucho las redes sociales, el centro artesanal mediante este medio promoverá la marca de productos con el objeto de hacer conocer los beneficios que estos brindan al cuidado ambiental y la variedad de trabajos manuales que se elaboran a base de material reciclado, para incentivar a la adquisición de nuestros productos.

- Se contratara el servicios de publicidad radial donde la información del producto tendrá un espacio en el que el consumidor lograr captar la información.
- Se buscara el apoyo de la municipalidad para promocionar el producto en las ferias que se organizan por diferentes festividades del Cantón.
- Por temporadas especiales se obsequiara adornos pequeños para incentivar la compra el consumidor.

3.16.4. Plaza o distribución

El centro artesanal tendrá un objetivo claro como es incrementar el volumen de clientes que requieran del producto.

Para obtener resultados positivos de la distribución se aplicara el canal directo que consiste en: realizar la venta por teléfono, correo, al igual que las formas de ventas electrónicas.

Además se utilizara la aplicación del canal de distribución indirecto que consiste en utilizar un intermediario que realice la venta final, en este caso serán los diferentes almacenes que nos compraran el adorno.

3.17. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

Actualmente la oferta de trabajos manuales a base de material reciclado en el Cantón es reducida, debido a que no existen empresas, microempresas o talleres artesanales, que oferten este tipo de productos ya que los realizan pequeños grupos de personas que venden sus productos bajo pedido a

personas conocidas o a través de ferias que se realizan en diferentes plazas de zona.

Por lo tanto del estudio realizado tanto de la demanda como de la oferta de muñecas de trapo elaboradas con material reciclable, se puede concluir que existe un mercado potencial que está predispuesto a adquirir el producto, con esta premisa se determina que existe factibilidad de mercado para este tipo de artesanías.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del centro artesanal se tomó en cuenta los siguientes factores, que son de gran valor dentro del desarrollo de este estudio de factibilidad:

4.1.1 Mercado

La demanda de las muñecas de trapo con material reciclable (trabajos manuales) en la ciudad de Atuntaqui presenta un camino viable para la creación del nuevo centro artesanal, puesto que al tener una competencia reducida, es decir que otros artesanos ofertan el mismo producto pero no en grandes cantidades, el proyecto puede cubrir el importe de demanda establecida.

4.1.2 Disponibilidad de recursos financieros

La disponibilidad de recursos financieros se encuentra en parámetros aceptables, puesto que la inversión total se cubrirá con recursos propios y con la aportación de capital por parte de los socios.

4.1.3 Disponibilidad de mano de obra

En lo que se refiere a la mano de obra, éste estudio determina que para el desarrollo efectivo del centro artesanal se requiere de personal, que tenga conocimientos sobre trabajos manuales.

4.1.4 Disponibilidad de materia prima

Es importante adquirir la cantidad necesaria en lo que se refiere a la materia prima e insumos para la producción de trabajos manuales, con la finalidad de ofrecer un producto terminado que satisfaga las expectativas del consumidor.

Los principales proveedores de la microempresa están ubicados en la ciudad de Atuntaqui, lo cual es una gran ventaja para el centro artesanal, debido a que la distancia y el tiempo para la compra de estos materiales será mínimos.

Los proveedores serán los siguientes:

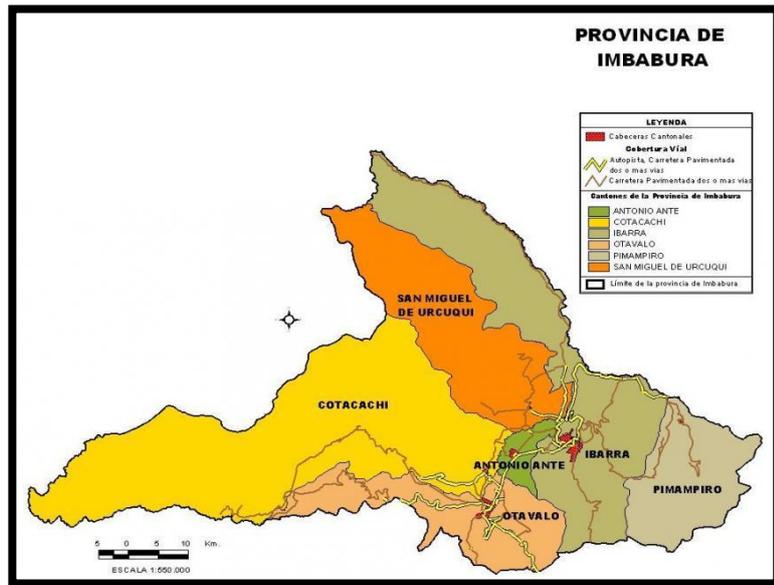
- a) Bazar "MYRIAM".
- b) Comercial "SAUL VALLEJOS"
- c) INDUTEXMA
- d) Fábrica de Calentadores "PANDA"
- e) Entre otros

Además es importante mencionar que la fábrica de calentadores nos facilitara el material reciclado.

4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para establecer la instalación del proyecto, se realizó un análisis de macro y micro localización a través de métodos cuantitativos y cualitativos; con el fin de

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Gobierno Municipal de Antonio Ante.
Elaborado por: La Autora.

Extensión y límites del Cantón Antonio Ante

La investigación se llevó a cabo en la Provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante, cuya área total de estudio es de 63,8 Km² el mismo que cuenta con las siguientes parroquias Rurales: Imbaya, San José de Chaltura, San Francisco de Natabuela y San Roque. Los límites cantonales son: al Norte con Ibarra, al Sur Cotacachi, al Este Otavalo y al Oeste Urcuquí.

Ubicación geográfica:

- Latitud: 0° 21' 32.5'' Norte: 0° 21' 32.2" Norte
- Longitud: 78° 12' 30.5" Este: 78° 12' 12.4" Este

4.2.2 Micro localización

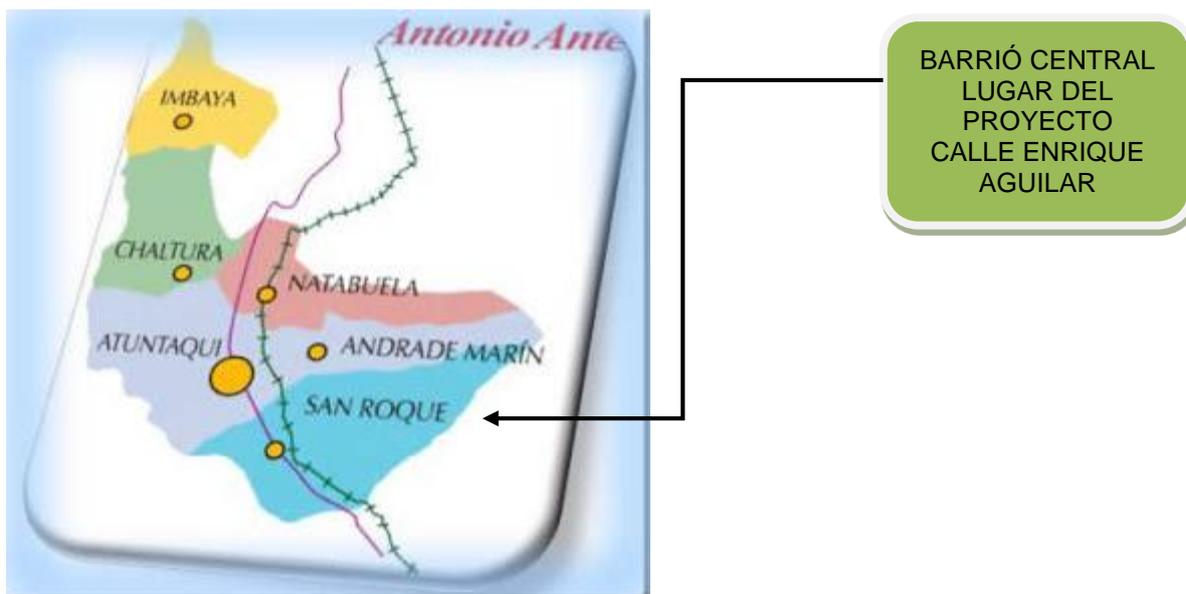
En la parte de la micro localización consiste en definir el lugar exacto de la ejecución del proyecto, es decir el centro artesanal dedicado a la producción y

comercialización de muñecas de trapo con material reciclable estará ubicado en.

Cantón: Antonio Ante

Parroquia: San Roque

Ilustración N° 8: Mapa del Cantón Antonio Ante



Fuente: Gobierno Municipal de Antonio Ante.
Elaborado por: La Autora.

La ubicación del terreno donde se llevara a cabo el proyecto es de propiedad de la autora de la investigación, tiene los siguiente linderos y dimensiones: Norte, Calle Enrique Aguilar, en la extensión de 14.47 metros, Sur, con calle San Francisco en la extensión de 14.42 metros; Este, con propiedad de David Medina, en la extensión de 45.18 metros; y, oeste, Lote No.3 con propiedad de Pepe Terán Áreas, en la extensión de 59.04 metros.

Aspectos para definir la Micro localización

4.2.2.1 Servicios básicos

El lugar donde se ubicara el proyecto posee servicios básicos como: agua, luz, línea telefónica, estos aspectos son muy importantes para el desenvolvimiento de las actividades de la microempresa.

4.2.2.2 Vías de acceso

Las arterias de comunicación se encuentran en buen estado, lo que facilitara el transporte de la fruta para la comercialización en los mercados.

4.2.2.3 Costos y medios de transporte

El transporte en la zona es variado y al encontrarse en la parte central de la ciudad de Ibarra es más económico transportar la materia prima.

4.2.2.4 Costos y disponibilidad de mano de obra

La Mano de Obra con la que se cuenta en el centro artesanal va a ser directa e indirecta y su remuneración será en base a las funciones que este desempeñe y de acuerdo a las leyes establecidas en nuestro país.

4.2.2.5 Cercanía de las fuentes de abastecimiento de materias primas

Al encontrarse en un sector central de la Parroquia de San Roque, se llega más rápidamente a las diferentes fuentes de abastecimiento ahorrando tiempo y dinero en el transporte de las materias primas.

4.2.2.6 Infraestructura

La Infraestructura es nueva, se cuenta con los servicios básicos necesarios para empezar con el proceso de elaboración de trabajos manuales.

4.2.2.7 Cercanía al mercado

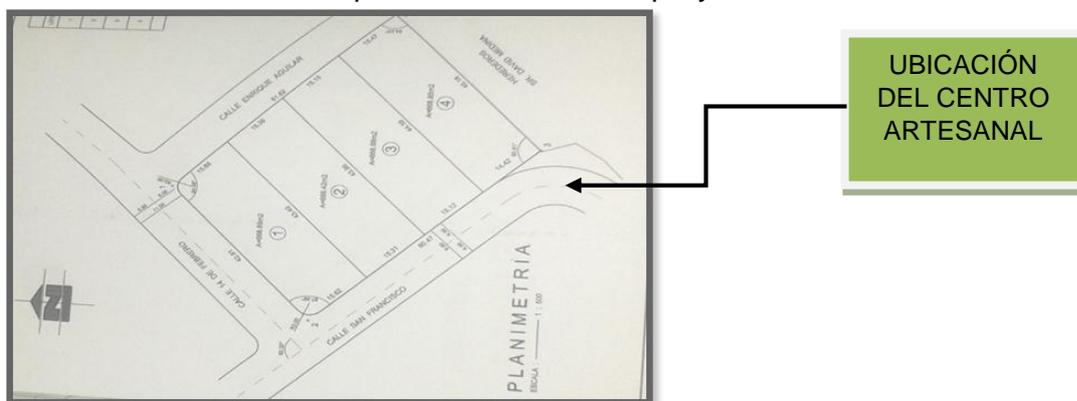
La microempresa estará ubicada muy cerca de los mercados, se encuentra a 5 minutos del mercado de Atuntaqui, a 20 minutos de los mercados de Ibarra y a 15 de los de Otavalo, por tal motivo no existirá ningún impedimento para que el producto llegue a tiempo real.

4.2.2.8 Ambiente

El clima de la zona en donde se piensa instalar la planta productora de trabajos manuales a base de material reciclado, es seco, apropiado para el almacenamiento de materias primas.

4.2.2.9 Planos del micro localización

Ilustración N° 9: Croquis de ubicación del proyecto



Fuente: Escritura de la Propiedad
Elaborado por: La Autora

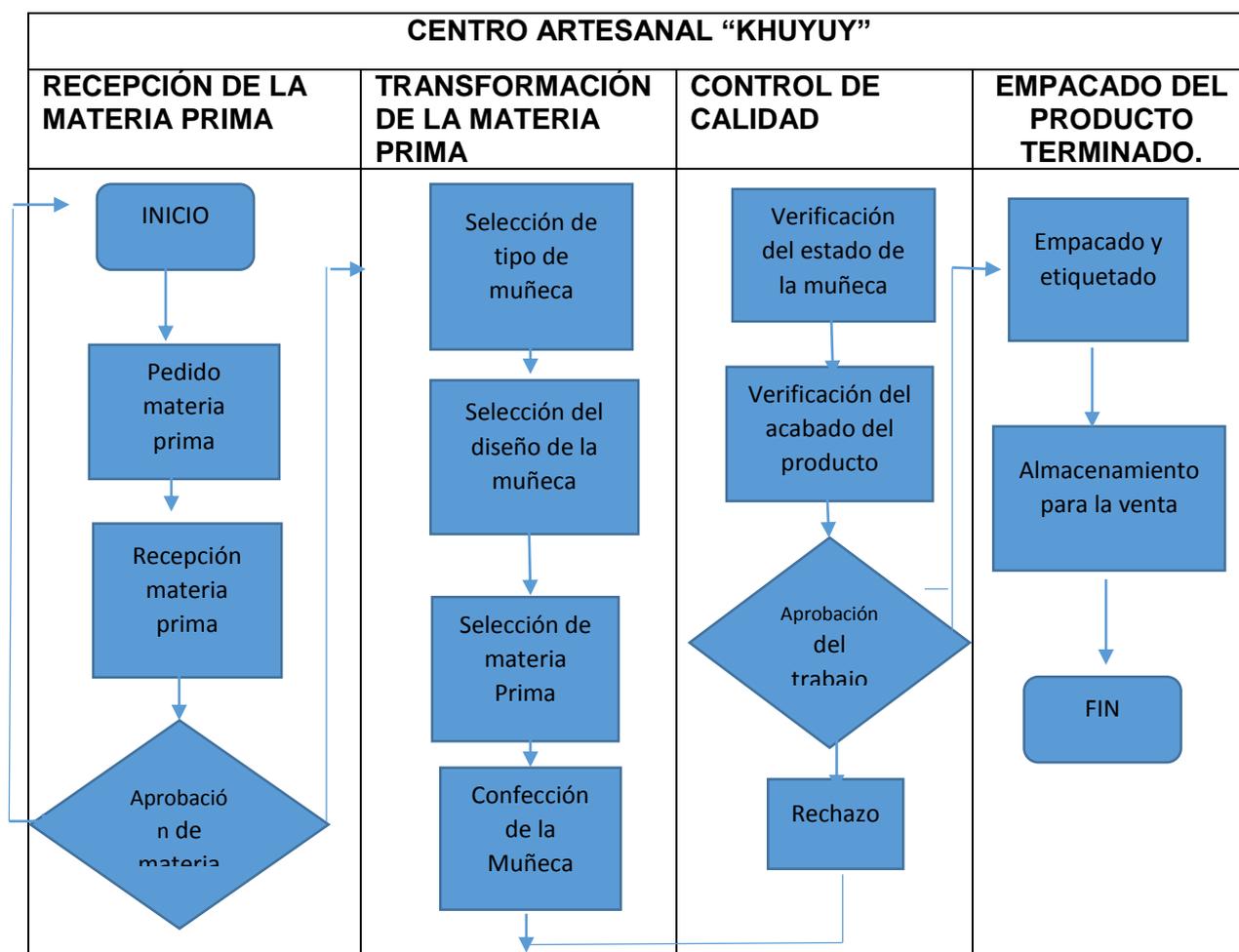
La planta física estará constituida por espacios administrativos, área de producción, bodega, espacios de aseo, sala de reuniones, recepción y ventas, es conveniente la ubicación del centro artesanal por encontrarse en una zona central de la Parroquia de San Roque donde existe afluencia de personas.

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.3.1 Procesos

4.3.1.1 Flujograma del proceso

Gráfico N° 30: Flujograma del proceso



Elaborado por: La Autora

4.3.2 Diseño de instalaciones y de la planta

El diseño de la planta productora va acorde con los procesos para la elaboración y comercialización de trabajos manuales, determinando un espacio para el área de producción y bodega para los productos elaborados.

Para la instalación de la planta y áreas de almacenamiento, administración y ventas, se tomará en cuenta aspectos como:

- a) El área de producción debe estar bien iluminado con el fin de que los operarios tengan suficiente luz para poder realizar a plenitud la producción de trabajos manuales.
- b) La oficina del administrador se colocarán dónde pueden mantener una amplia supervisión de sus departamentos, tenga acceso al cliente y pueda desempeñar un trabajo satisfactorio.
- c) Una planta y oficinas de apariencia ordenada y atractiva inducen respeto y comodidad a los visitantes y motiva la eficiencia de los empleados.
- d) La presentación externa e interna de la planta será la que nos permita establecer una imagen que perdure en los consumidores de la ciudad como de los turistas que nos visitan.

Cuadro Nº 51: Distribución de la planta

Instalaciones	Área	Área Total
Área de Administración		12,56 m ²
Sector Productivo		23,52 m ²
Bodega de M.P	11,48 m ²	
Área de producción	12,04 m ²	
Sector ventas		8,20 m ²
Área general		14,76 m ²
Baños	4,92 m ²	
Ingreso Principal	3,28 m ²	
Total		59,04 m²

Elaborado por: La Autora

Plano de instalaciones y diseño de la planta

Para el funcionamiento de este Centro Artesanal, se tiene que adecuar y construir la infraestructura necesaria para el funcionamiento óptimo de la misma; por lo que se requiere el aporte de los involucrados; dichas instalaciones tendrán un área de 59,04 m² y quedarán de la siguiente manera:

Ilustración N° 10: Vista frontal y lateral del centro artesanal



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.4 PRESUPUESTO TÉCNICO

4.4.1 Inversión fija

4.4.1.1 Espacio físico y construcción

Para la realización del presente proyecto se utilizará un terreno con una superficie de 59,04m², de acuerdo a la escritura base, cuyo valor es de 7.000 dólares.

Cuadro N° 52: Terreno

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR
TERRENO	1	\$7,000

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.4.1.2 Obra civil

Dentro de lo planificado esta la construcción de las diferentes áreas que conformarán la microempresa. Según datos obtenidos del Arq. Jacinto López dentro del ítem de obra civil se tendrá un valor de \$ 15664 dólares.

Cuadro N° 53: Obra Civil

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Obra civil	\$ 15,664

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.4.1.3 Maquinaria de operación

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Máquina de coser	1	\$700,00	\$700,00
TOTAL			\$700,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.4.1.4 Muebles de oficina

Se considera a todos los muebles destinados a las operaciones de cada área para el desarrollo normal de sus actividades.

Cuadro Nº 54: Muebles de Oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS DE ADMINISTRACIÓN			1,180,00
Escritorio	1	\$120,00	\$120,00
Archivador	1	\$60,00	\$60,00
Mueble de oficina	1	\$600,00	\$600,00
Sillones oficina	1	\$500,00	\$500,00
ACTIVOS DE OPERACIÓN			\$299,00
Silla área de producción	6	\$12,00	\$72,00
Mesa de cortado	3	\$30,00	\$90,00
Mesa para producción	3	\$100,00	\$300,00
Carpa de exhibición	2	\$130	\$260
Percha de exhibición	3	\$66,67	\$200,00
Total			\$1579,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.4.1.5 Herramientas**Cuadro Nº 55:** Herramientas

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tijeras	15	\$1,95	\$29,23
Pilas de silicona	9	\$5,95	\$53,52
Recipientes grandes	10	\$4,00	\$40,00
TOTAL			\$122,76

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.4.1.6 Equipo de computación y oficina

Para el buen funcionamiento del proyecto es necesario tomar en cuenta equipos de computación mismo que servirán para el buen manejo de las diferentes actividades que se presenten.

Cuadro N° 56: Equipos de computación y oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRATIVOS			
Computadora e Impresora	1	\$1200,00	\$1200,00
Sumadora	5	25,00	\$125,00
Teléfono	2	\$30,00	\$60,00
TOTAL			\$1385,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.4.1.7 Vehículo

Cuadro N° 57: Vehículo

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVO DE OPERACIÓN			
Vehículo	1	\$6000,00	\$6000,00
TOTAL			\$6000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Cuadro Nº 58: Resumen de la inversión en Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	VALOR
Maquinaria	\$700,00
Espacio y construcción	\$ 22,664
Muebles de oficina	\$ 1,579,00
Herramientas	\$122,76
Equipo de computación y oficina	\$1,385,00
Vehículo	\$6,000,00
TOTAL	\$ 35.153,80

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.4.2 Inversiones diferidas

Dentro de este rubro constan los gastos incurridos para la puesta en marcha del proyecto.

Gastos de Constitución

Cuadro Nº 59: Gastos de Constitución

CONCEPTO	VALOR
Tramites de constitución	\$ 1.400,00
Gastos de instalación	1600,00
TOTAL	\$3000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.4.3 Capital de trabajo

Para el capital de trabajo se tomará en cuenta todos los rubros de costos y gastos que constituye el valor que se requiere para comenzar las actividades productivas para tres meses de producción como se detalla a continuación:

Cuadro N° 60: Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR	VALOR PROYECTADO PARA 3 MESES
MATERIA PRIMA DIRECTA		1,125,00 USD
Materia Prima	375,00	1,125,00 USD
MANO DE OBRA DIRECTA	470,76	1412,28 USD
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		453,87 USD
Materia Prima Indirecta	151,29	453,87 USD
GASTOS ADMINISTRATIVOS		1744,78 USD
Sueldos	480,78	1442,28 USD
Suministros de Oficina	20,83	62,50 USD
Servicios Básicos	100,00	300,00 USD
GASTOS DE VENTAS		1,772,28 USD
Sueldo en Ventas	470,76	1412,28 USD
Publicidad	120,00	360,00 USD
TOTAL		6.453,26USD

Elaborado por: La Autora

4.4.4 Gastos Administrativos

4.4.4.1 Sueldos Administrativos

Cuadro Nº 61: Sueldos administrativos

CARGO	SUELDO	12,15 APORTE PATRONAL	13° MENSUAL	14° MENSUAL	FONDOS DE RESERVA MENSUAL	VACACIONES MENSUAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Administradora	354,00 USD	43,01 USD	29,50 USD	29,50 USD	0,00 USD	14,75 USD	470,76 USD	5649,12 USD
Servicios Contables	20 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	20,00 USD	120,00 USD
TOTAL			480,76USD					5769,12USD

Elaborado por: La Autora

4.4.4.2 Suministros de Oficina

Cuadro Nº 62: Suministros De Oficina

CONCEPTO	VALOR ANUAL
Útiles de oficina	250,00 USD

Elaborado por: La Autora

4.4.4.3 Servicios Básicos

Cuadro Nº 63: Servicios básicos

CONCEPTO	PAGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía eléctrica	Mensual	40,00 USD	480,00 USD
Agua potable	Mensual	15,00 USD	180,00 USD
Teléfono	Mensual	25,00 USD	300,00 USD
TOTAL		80,00 USD	960,00 USD

Elaborado por: La Autora

4.4.5 Gastos de Ventas

4.4.5.1 Sueldo en Ventas

Cuadro Nº 64: Sueldo en ventas

CARGO	SUELDO	12,15 APORTE PATRONA L	13° MENSUA L	14° MENSUA L	FONDOS DE RESERV A MENSUA L	VACACIONE S MENSUAL	TOTAL MENSUA L	TOTAL
Persona l de servicio	354,00 USD	43,01 USD	29,50 USD	29,50 USD	0,00 USD	14,75 USD	470,76 USD	5649,1 2 USD
TOTAL							470,76 USD	5649,12USD

Elaborado por: La Autora

4.4.5.2 Gasto Publicidad

Cuadro Nº 65: Gasto Publicidad

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gasto Publicidad	120	1440

Elaborado por: La Autora

4.4.5.3 Gasto Combustible y Mantenimiento

Cuadro Nº 66: Gasto combustible y mantenimiento

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gasto Combustible y Mantenimiento	50	600

Elaborado por: La Autora

4.4.6 Costo de Producción

4.4.6.1 Materia Prima Directa

La materia prima directa son los residuos de la tela calentador, el Centro Artesanal comprará estos materiales a la Fábrica de Calentadores “PANDA” ,por lo que se pagará una cantidad correspondiente al peso del material que se requiere para la elaboración del producto que a más de ser novedosos contribuye a la preservación del medio ambiente, se tomará en cuenta en el rubro de la materia prima el costo del peso por funda , mencionando que por semana se necesitan 12 fundas de residuos de tela y al mes aproximadamente; por lo que serían 150 fundas a un costo de \$ 2,50.

Cuadro N° 67: Materia prima directa

CONCEPTO	CANTIDAD POR FUNDAS	COSTO POR FUNDA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Residuos Tela	150	\$ 2,50	375,00 USD	4500,00 USD
TOTAL			375,00 USD	4500,00 USD

Elaborado por: La Autora

4.4.6.2 Materiales Indirectos

Muñecas otavaleñas

Cuadro N° 68: Materia prima indirecta muñeca de trapo Zuleta

MUÑECA OTAVALEÑA				
PRODUCCIÓN ANUAL				
MATERIALES	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD TOTAL	VALOR POR UNIDAD	VALOR TOTAL ANUAL
Boya	0,25	25	1,97 USD	49,25 USD
Silicona	1 u	1401	0,15 USD	204,01 USD
Mullos color rojo	10 u	14012	0,01 USD	140,12 USD
MATERIA PRIMA INDIRECTA MUÑECA OTAVALEÑA				393,25 USD

Elaborado por: La Autora

Muñecas Zuleta

Cuadro N° 69: Materia prima indirecta muñecas de trapo Zuleta

MUÑECA DE TRAPO ZULETA				
PRODUCCIÓN ANUAL:				
MATERIALES	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD TOTAL	VALOR POR UNIDAD	VALOR TOTAL ANUAL
Lana	0,25 cc	98	1,97 USD	193,06 USD
Silicona	1 u	156	0,15 USD	23,4 USD
Mullos de colores	10 u	21018	0,01 USD	210,18 USD
Adornos	0,10 cc	210	1,50 USD	315,27 USD
MATERIA PRIMA INDIRECTA MUÑECAS DE TRAPO ZULETA				741,91 USD

Elaborado por: La Autora

Muñeco Indígena

Cuadro N° 70: Materia prima indirecta muñeco de trapo indígena

MUÑECO DE TRAPO INDÍGENA				
PRODUCCIÓN ANUAL:				
MATERIALES	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD TOTAL	VALOR POR UNIDAD	VALOR TOTAL ANUAL
Goma bioplas	0,10 cc	100	1,50 USD	150,00 USD
Escarcha	1 u	45	0,84 USD	37,80 USD
Pintura acrílica (frasco)	0,25 cc	250	1,97 USD	492,5 USD
MATERIA PRIMA INDIRECTA MUÑECOS DE TRAPO INDIGENAS				680,30 USD

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nº 71: Total materiales indirectos

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Goma bioplas	1,50 USD	12,5 USD	150,00 USD
Escarcha	0,84 USD	3,15 USD	37,80 USD
Pintura acrílica (frasco)	1,97 USD	41,04 USD	492,5 USD
Lana	1,97 USD	16,09 USD	193,06 USD
Silicona	0,15 USD	4,54 USD	23,4 USD
Mullos de colores	0,01 USD	17,52 USD	210,18 USD
Adornos	1,50 USD	1,50 USD	315,27 USD
Boya	1,97 USD	26,27 USD	49,25 USD
Silicona	0,15 USD	17,00 USD	204,01 USD
Mullos color rojo	0,01 USD	11,68USD	140,12 USD
TOTAL		151,29	1815,46

Elaborado por: La Autora

4.4.6.3 Mano de Obra Directa

Dentro de este componente se puede identificar el rubro de mano de obra directa, son dos los Operarios que se encargarán de la producción de los trabajos manuales, se ha establecido una remuneración mensual para cada Operario.

Cuadro Nº 72: Mano de obra directa

CARGO	SALARIO	12,15 APOORTE PATRONAL	13° MENSUAL	14° MENSUAL	FONDOS DE RESERVA MENSUAL	VACACIONES MENSUAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
OPERADOR 1	354,00 USD	43,01 USD	29,50 USD	29,50 USD	0,00 USD	14,75 USD	470,76 USD	5649,12 USD
TOTAL			470,76 USD			5649,12 USD		

Elaborado por: La Autora

4.5 ESTUDIO DE FINANCIAMIENTO

4.5.1 Socios

La inversión es de 41.607,06 dólares. Se cubrirá con el aporte de los socios un 70% y el 30% será financiado por una entidad bancaria.

Cuadro N° 73: Nómina de Socios

ACCIONISTA	% PARTICIPACION	VALOR
Jesús Noboa	11.66%	4.854,16 USD
Jairo Guerrero	11.66%	4.854,16 USD
Anita Rodríguez	11.66%	4.854,16 USD
Mariana Taxi	11.66%	4.854,16 USD
José Ibarra	11.66%	4.854,16 USD
Guadalupe Flores	11.66%	4.854,16 USD
TOTAL	70%	29.124,94 USD

Elaborado por: La Autora

RESUMEN	% PARTICIPACION	VALOR
Socios	70%	29.124,94 USD
Institución financiera	30%	12,482,12 USD
TOTAL	70%	41.607,06 USD

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

Este capítulo evalúa la factibilidad financiera del proyecto, el orden desarrollado fue el siguiente:

- Detalle de inversiones
- Detalle de ingresos
- Detalle de egresos
 - ✓ Costos
 - ✓ Gastos financieros
- Balance general
- Estado de resultado
- Cálculo del costo de capital
- Análisis financiero
 - ✓ VAN
 - ✓ TIR
 - ✓ Relación beneficio costo
 - ✓ Periodo de recuperación
 - ✓ Punto de equilibrio

5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

La inversión total del proyecto asciende a \$41.607,06 de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro Nº 74: Detalle de inversiones

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Terreno	59 m	118,64	7000
Infraestructura	59 m	265,49	15664
Total terreno + infraestructura			22664
Maquinaria de operación			
Máquina de coser	1	700	700
Sillas	6	12	72
Mesón cortado	3	30	90
Mesón producción	3	100	300
Tijeras	15	1,95	29,25
Pilas de silicona	9	5,95	53,55
Recipientes grandes	10	4	40
Carpa exhibición	2	130	260
Percha exhibición	3	66,67	200
Vehículos	1	6000	6000
Total activos operación			7744,8
Activos administración			
Escritorio ejecutivo	1	200	200
Silla ejecutiva	1	100	100
Archivador	1	60	60
Muebles de oficina		300	0
Equipos computación	1	1200	1200
Sumadoras	5	25	125
Teléfonos	2	30	60
Gastos constitución			3000
Total gastos administración			4745
Sub total inversiones			\$35.153,80

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 75: Detalle capital de trabajo

CONCEPTO	INVERSIÓN 3 MESES
Servicios básicos	300
Sueldo y salarios	4064,39
Materia prima	1125
Materia prima indirecta	453,87
Publicidad	360
Gastos transporte	150
Total capital de trabajo	6453,26
Total inversiones	\$41.607,06

Elaborado por: La Autora

5.2 PROYECCIÓN DE INGRESOS

Cuadro N° 76: Proyección ventas

Concepto/Periodo	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Muñeca tipo otavaleña					
Demanda Insatisfecha	1852	1945	2042	2144	2252
Demanda a captar (60%)	1111	1167	1225	1286	1351
Precio proyectado	7,65	7,95	8,26	8,59	8,93
Sub total ingresos	8500,68	9278,40	10123,96	11047,40	12059,93
Muñeca tipo Zuleta					
Demanda Insatisfecha	6578	6906	7252	7615	7995
Demanda a captar (60%)	3947	4144	4351	4569	4797
Precio proyectado	8	8,31	8,64	8,98	9,33
Sub total ingresos	31574,4	34451,55	37599,40	41033,06	44773,74
Muñeca tipo indígena					
Demanda Insatisfecha	5254	5516	5792	6081	6386
Demanda a captar (60%)	3152	3310	3475	3649	3832
Precio proyectado	7,88	8,18	8,51	8,84	9,19
Sub total ingresos	24840,91	27104,58	29579,30	32275,67	35226,55
Total ingresos	64915,99	70834,53	77302,65	84356,14	92060,22

Elaborado por: La Autora

Los ingresos se determinaron en base a captar el 60% de la demanda insatisfecha, el precio se proyectó en base al promedio de inflación de los últimos 6 años en el país:

Cuadro N° 77: Inflación de los últimos 6 años en el país

Inflación	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Tasa	4,31%	3,33%	5,41%	4,16%	2,70%	3,67%
Promedio	3,93%					

Fuente: Banco Central

La cantidad se proyectó en base a la proyección de demanda realizada en el Cap. III (Estudio de mercado).

5.2 EGRESOS

5.2.1 Costos

Cuadro N° 78: Detalle de costos

Concepto/Periodo	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Costos					
Sueldos directos	5339,19	6078,00	6630,76	7235,56	7897,41
Materia prima	4500	4676,85	4860,65	5051,67	5250,20
CIF	1815,46	1886,81	1960,96	2038,02	2118,12
Depreciación Operación	818,88	818,88	818,88	818,88	818,88
Total costos	12473,53	13460,54	14271,24	15144,13	16084,61

Elaborado por: La Autora

La proyección de sueldos directos o de operación es el siguiente:

Cuadro N° 79: Detalle sueldos de operación

		Personal operativo	Sueldo base	354	
	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Base Sueldo	4248	4547,48	4997,68	5492,46	6036,21
Aporte Patronal	397,19	425,19	467,28	513,54	564,39
Fondos de Reserva	0	373,36	393,79	415,33	438,05
Décimo Tercero	354	373,36	393,79	415,33	438,05
Décimo Cuarto	340	358,60	378,21	398,90	420,72
Vacaciones		189,48	208,24	228,85	251,51
Total	5339,19	6078,00	6630,76	7235,56	7897,41

Elaborado por: La Autora

Se proyectaron los sueldos en base a la tasa de crecimiento del salario básico mínimo unificado de los últimos 5 años de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro Nº 80: Salario básico mínimo unificado

TASA DE CRECIMIENTO DEL SUELDO BÁSICO		
AÑO	SUELDO BÁSICO	TASA
2011	\$ 264,00	0,00%
2012	\$ 292,00	9,59%
2013	\$ 318,00	8,18%
2014	\$ 340,00	6,47%
2015	\$ 354,00	3,95%
Promedio		7,05%

Fuente: Banco Central

El detalle de consumo de materia prima y costos indirectos de fabricación fue cubierto en el capítulo IV, Estudio Técnico

La depreciación equipos de operación es la siguiente:

Cuadro Nº 81: Cálculo de la depreciación equipos de operación

Activo	Valor inicial	% Depreciación	Valor depreciación
Infraestructura 30%	4699,2	10%	469,92
Máquina de coser	700	20%	140
Sillas	72	20%	14,4
Mesón cortado	90	20%	18
Mesón producción	300	20%	60
Tijeras	29,25	20%	5,85
Pilas de silicona	53,55	20%	10,71
Recipientes grandes	40	20%	8
Carpa exhibición	260	20%	52
Percha exhibición	200	20%	40
Vehículos	6000	0%	0
Total	7744,8		818,88

Elaborado por: La Autora

Se asignó un 30% del valor de la infraestructura al proceso de operación, el vehículo es usado con una vida útil de más de 5 años por lo tanto se encuentra totalmente depreciado.

5.2.2 Gastos

Cuadro N° 82: Detalle de gastos

Concepto/Periodo	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Gastos					
Sueldos administración	10918,38	12405,43	13520,75	14740,53	16074,82
Servicios básicos	960	997,73	1036,94	1077,69	1120,04
Gastos publicidad	1440	1496,59	1555,41	1616,54	1680,07
Gastos transporte	600	623,58	648,09	673,56	700,03
Depreciación administración	1685,53	1685,53	1685,53	1685,53	1685,53
Amortización Gtos. Puesta marcha	-600	-600	-600	-600	-600
Gastos financieros	838,80	838,80	838,80	838,80	838,80
Total gastos	15842,70	17447,66	18685,51	20032,65	21499,29

Elaborado por: La Autora

Los sueldos de administración se proyectaron en base a la tasa de crecimiento del salario básico mínimo unificado (cuadro 80), el detalle es el siguiente:

Cuadro N° 83: Proyección sueldos de administración y gasto en servicios contables

		Administradora	Sueldo base	354	
	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Base Sueldo	4248	4547,48	4997,68	5492,46	6036,21
Aporte Patronal	397,19	425,19	467,28	513,54	564,39
Fondos de Reserva	0	373,36	393,79	415,33	438,05
Décimo Tercero	354	373,36	393,79	415,33	438,05
Décimo Cuarto	340	358,60	378,21	398,90	420,72
Vacaciones		189,48	208,24	228,85	251,51
Total	5339,19	6078,00	6630,76	7235,56	7897,41
Servicios contables	240	249,43	259,23	269,42	280,01

Elaborado por: La Autora

Se considera contratar servicios externos de contabilidad, este gasto se proyectó en base al promedio de crecimiento de la inflación de los últimos 6 años (cuadro 77).

Cuadro N° 84: Proyección sueldo de personal de ventas

		Personal ventas	Sueldo base	354	
	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Base Sueldo	4248	4547,48	4997,68	5492,46	6036,21
Aporte Patronal	397,19	425,19	467,28	513,54	564,39
Fondos de Reserva	0	373,36	393,79	415,33	438,05
Décimo Tercero	354	373,36	393,79	415,33	438,05
Décimo Cuarto	340	358,60	378,21	398,90	420,72
Vacaciones		189,48	208,24	228,85	251,51
Total	5339,19	6078,00	6630,76	7235,56	7897,41

Elaborado por: La Autora

Al igual que los demás sueldos, este se proyectó en base al crecimiento del salario básico mínimo unificado

Cuadro N° 85: Resumen de sueldos y salarios

Total sueldo administrativo	10918,38	12405,43	13520,75	14740,53	16074,82
Total sueldo op.	5339,19	6078,00	6630,76	7235,56	7897,41
Total sueldos	16257,56	18483,43	20151,50	21976,09	23972,23

Los gastos en servicios básicos, publicidad y transporte fueron cubiertos en el capítulo de Estudio Técnico (IV).

Cuadro Nº 86: Detalle depreciación activos de administración

Activo	Valor inicial	% Depreciación	Valor depreciación
Infraestructura 70%	10964,8	10%	1096,48
Escritorio ejecutivo	200	20%	40
Silla ejecutiva	100	20%	20
Archivador	60	20%	12
Muebles de oficina	300	20%	60
Equipos computación	1200	33%	396
Sumadoras	125	33%	41,25
Teléfonos	60	33%	19,8
Total	2045		1685,53

Se consideró asignar el 70% del valor de la infraestructura a administración y ventas

Cuadro Nº 87: Detalle de amortización de gastos de puesta en marcha

Amortización Gastos Constitución y puesta en marcha	Inversión	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Valores	-3000	-600	-600	-600	-600	-600

Elaborado por: La Autora

Detalle de saldo de activos

Cuadro Nº 88: Saldo activos

Concepto/periodo	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Saldo inicial		\$35.153,80	\$32.649,39	\$30.144,98	\$28.097,62	\$25.593,21
Depreciación		2504,41	2504,41	2047,36	2504,41	2504,41
Saldo final	\$35.153,80	\$32.649,39	\$30.144,98	\$28.097,62	\$25.593,21	\$23.088,80
Capital de trabajo						\$6.453,26
Total						\$29.542,06

Elaborado por: La Autora

Los gastos financieros son los siguientes considerando un préstamo bancario equivalente al 30% de la inversión total y a una tasa del 11,20%.

Cuadro N° 89: Gastos financieros

Periodo	Capital	Interés	Monto	Saldo insoluto
0	41.607,06			12.482,12
1	2496,42	1398,00	3894,42	9985,69
2	2496,42	1118,40	3614,82	7489,27
3	2496,42	838,80	3335,22	4992,85
4	2496,42	559,20	3055,62	2496,42
5	2496,42	279,60	2776,02	0,00
Totales	12482,12	4193,99	16676,11	
Alícuota	2496,42	838,80	3335,22	

Elaborado por: La Autora

5.3 ESTADOS FINANCIEROS

5.3.1 Balance general

Cuadro N° 90: Balance general

CONCEPTO	MONTO	CONCEPTO	MONTO
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORTO PLAZO	0
Caja- banco	6453,26	Obligaciones banco	0,00
Total activo corriente	6453,26		
		PASIVO LARGO PLAZO	
ACTIVO NO CORRIENTE		Obligaciones bancarias	12.482,12
Terrenos	7000		
Infraestructura	15664,00	PATRIMONIO	
Equipos operación	782,80	Capital	29124,94
Muebles operación	962,00		
Equipos oficina	1385,00	TOTAL PATRIMONIO	29124,94
Muebles oficina	660,00		
Vehículos	6000,00		
Total activo no corriente	32153,80	Total pasivos	41.607,06
Otros activos			
Gastos Constitución	3000		
TOTAL ACTIVOS	41.607,06		

Elaborado por: La Autora

5.4.2 Estado de resultados

Cuadro N° 91: Estados de resultados

CONCEPTO/PERIODO	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
INGRESOS					
Muñeca tipo otavaleña	8500,68	9278,40272	10123,9567	11047,4043	12059,9298
Muñeca tipo Zuleta	31574,4	34451,5478	37599,3976	41033,062	44773,7443
Muñeca tipo indígena	24840,91	27104,58	29579,30	32275,67	35226,55
Total ingresos	64915,992	70834,5287	77302,65	84356,14	92060,22
COSTOS					
Sueldos operación	5339,19	6078,00	6630,76	7235,56	7897,41
Materia prima	4500,00	4676,85	4860,65	5051,67	5250,20
CIF	1815,46	1886,81	1960,96	2038,02	2118,12
Dep. Operación	818,88	818,88	818,88	818,88	818,88
Total costos	12473,53	13460,54	14271,24	15144,13	16084,61
MARGEN BRUTO	52442,46	57373,99	63031,41	69212,00	75975,61
GASTOS					
Sueldos administración	10918,38	12405,43	13520,75	14740,53	16074,82
Servicios básicos	960,00	997,73	1036,94	1077,69	1120,04
Gastos publicidad	1440,00	1496,59	1555,41	1616,54	1680,07
Gastos transporte	600,00	623,58	648,09	673,56	700,03
Depreciación adm.	1685,53	1685,53	1685,53	1685,53	1685,53
Amortización Gtos. Puesta marcha	-600,00	-600,00	-600,00	-600,00	-600,00
Gastos financieros	844,85	844,85	844,85	844,85	844,85
Total gastos	15848,75	16608,86	17846,71	19193,85	20660,49
MARGEN OPERACIÓN	36593,71	40765,13	45184,70	50018,15	55315,12
15% part. Operaciones	5489,06	6114,77	6777,70	7502,72	8297,27
Beneficio antes impuestos	31104,65	34650,36	38406,99	42515,43	47017,85
22% impuesto renta	6843,02	7623,08	8449,54	9353,39	10343,93
Resultado ejercicio	24261,63	27027,28	29957,46	33162,04	36673,93

5.4.3 Cálculo costo de capital

Cuadro N° 92: Costo de capital

Concepto	Monto	Porcentaje	Costo	Costo capital
Inversión propia	29124,94	70%	7%	4,90%
Deuda	12482,12	30%	11,20%	3,36%
Tasa por riesgo			3,93%	3,93%
TOTAL	41607,06			12,19%

Elaborado por: La Autora

Se consideró un aporte de los socios equivalente al 70% del total de la inversión a un costo de oportunidad del 7% equivalente a la tasa pasiva bancaria anual, la tasa por riesgo es el promedio de inflación del país de los últimos 6 años.

5.4.4 Flujo de caja

Cuadro N° 93: Flujo de caja

Concepto/periodo	Inv. Inicial	2015	2016	2017	2018	2019
INVERSION	-41.607,06					
UTILIDAD OPERACIONAL		36593,71	40765,13	45184,70	50018,15	55315,12
(+) DEPRECIACION		2504,41	2504,41	2504,41	2504,41	2504,41
(-) PARTICIP/ TRAB.		-5489,06	-6114,77	-6777,70	-7502,72	-8297,27
(-) IMPUESTO A LA RENTA		-6843,02	-7623,08	-8449,54	-9353,39	-10343,93
(-) REINVERSIÓN						
(-) Pago capital		-2514,42	-2514,42	-2514,42	-2514,42	-2514,42
(+) VENTA DE ACTIVOS		0	0	0	0	29842,06
FLUJO NETO	-41.607,06	24.251,62	27.017,27	29.947,44	33.152,02	66.505,97

Elaborado por: La Autora

La venta de activos corresponde al saldo de estos al quinto periodo de evaluación (cuadro 88)

5.4.5 Valor actual neto

Para el cálculo del indicador se utilizó la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{\sum \text{flujos actualizados}}{(1 + i)^n}$$

Dónde:

I= tasa de costo de capital (12,19%, cuadro 92)

CONCEPTO/PERIODO	INV. INICIAL	2015	2016	2017	2018	2019
FLUJO NETO	-41.607,06	24.251,62	27.017,27	29.947,44	33.152,02	66.505,97
TASA ACUALIZACIÓN 12,19%		1,12	1,26	1,41	1,58	1,78
FLUJOS ACTUAIZADOS	-41.607,06	21616,56	21465,11	21207,88	20926,35	37418,80
VAN TASA inferior	81.026,64					

Elaborado por: La Autora

El indicador arroja un VAN positivo de \$80.727,64 lo que avala la ejecución del proyecto.

5.4.6 Tasa interna de retorno

La fórmula utilizada para el cálculo fue:

$$TI + (Ts - Ti)x \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

Dónde:

Ti= Tasa inferior

Ts= Tasa superior

VAN Ti= VAN calculado a la tasa inferior

VAN Ts= VAN calculado a la tasa superior

Cuadro Nº 94: Cálculo del VAN a la tasa superior

DESCRIPCIÓN	Inv. Inicial	2015	2016	2017	2018	2019
FLUJO NETO	-41.607,06	21.616,56	21.465,11	21.207,88	20.926,35	37.418,80
TASA ACTUALIZACIÓN		1,3850	1,92	2,66	3,68	5,10
FLUJOS ACTUAIZADOS 38,5%	-41.607,06	9063,55	11190,09	7982,67	5687,15	7342,45
VAN TASA superior	-341,16					

Elaborado por: La Autora

Reemplazando en la fórmula se obtiene una TIR del 37,41%

TI	1,12
TS	1,385
VAN TI	81.026,87
VAN TS	-341,15
TIR	37,41%

La tasa obtenida indica que se avala el proyecto puesto que es muy superior a la tasa de costo de capital y a la de costo de oportunidad de los inversionistas, además de un margen de seguridad amplio.

5.4.7 Periodo de recuperación del capital

La fórmula utilizada fue:

$$P.R.C = \text{año anterior a recuperación} + \frac{(\text{Inversión inicial} - \sum \text{flujo caja años anteriores a recuperación})}{\text{flujo caja año de recuperación}}$$

Cuadro Nº 95: Periodo de recuperación del capital

PERIODO	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO	RECUPERACIÓN CAPITAL
0	-41.607,06		-41.607,06
1		24251,62	-17355,44
2		27017,27	9661,83
3		29947,44	39609,27
4		33152,02	72761,29
5		66505,97	138267,26
SUMA	-41.607,06	180874,32	

Reemplazando en la fórmula se obtiene

$$PRC = 1 + \frac{24.251,62 - 17.355,44}{9.661,83} = 1,71$$

$$PER = 1,71 \text{ años}$$

Meses:

$$PER (\text{meses}) = 0,71 * 12 = 8,52 \text{ meses}$$

Días:

$$PER (\text{días}) = 0,52 * 30 = 16 \text{ días}$$

Por lo tanto, la inversión se recupera en el primer año, 9 meses y 16 días

5.4.8 Relación beneficio costo

La fórmula utilizada fue:

$$\text{Relación } \frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos}}{\sum \frac{1}{(1+i)^n}}$$

Cuadro Nº 96: Cálculo relación beneficio costo

AÑO	FACTOR	INGRESOS	ING. ACTUALIZADOS	EGRESOS	EGRE. ACTUALIZADOS
2015	0,88	64915,99	57.126,07	28322,28	24923,61
2016	0,74	70834,53	52.417,55	30069,40	22251,35
2017	0,59	77302,65	45.608,57	32117,95	18949,59
2018	0,41	84356,14	34.586,02	34337,98	14078,57
2019	0,22	92060,22	20.253,25	36745,10	8083,92
Suma		389469,53	209991,45	161592,71	88287,05

Elaborado por: La Autora

Reemplazando en la fórmula se obtiene:

$$\text{Relación } \frac{B}{C} = \frac{209.991,45}{82.287,05} = 2,55$$

De acuerdo al resultado del indicador, por cada dólar invertido se obtienen 2,55 de retorno

5.4.9 Punto de equilibrio

La fórmula utilizada para calcular el punto de equilibrio fue:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \text{margen de contribución}}$$

Considerando un costo fijo total de= \$12.473,53

Un costo variable unitario de= \$0,52

Un precio promedio de venta= \$7,90

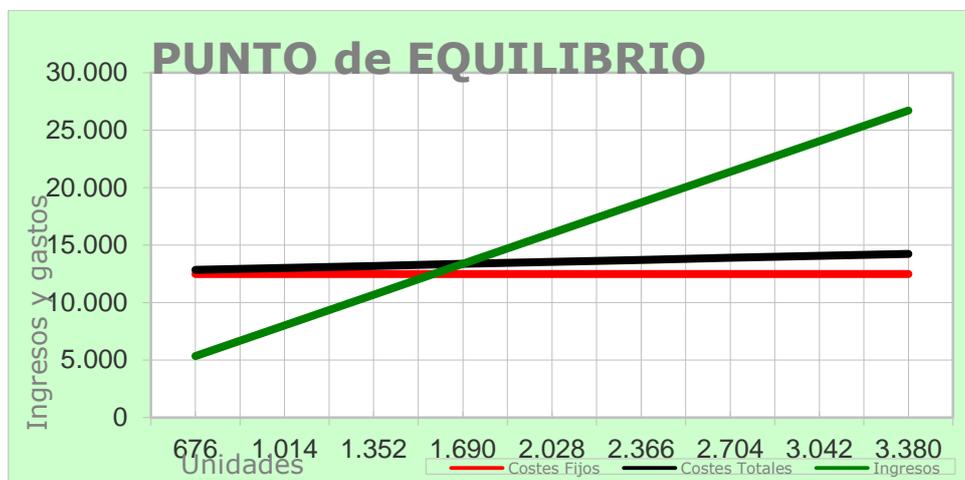
Se obtiene que:

Ventas mínimas en unidades= 1.691

Ventas mínimas en \$= 13.358,90

Gráficamente:

Gráfico Nº 31: Punto de equilibrio



Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Un Centro Artesanal se caracteriza por la sencillez organizativa, debido a que su infraestructura y capacidad de producción no es grande, pero es fundamental que tenga los principales fundamentos administrativos principales como son: la planificación, organización, dirección y control, para mantener un buen manejo de los recursos que disponga la misma.

El Centro Artesanal que se encuentra en proceso de creación tiene la finalidad de producir y comercializar artesanías en la Parroquia de San Roque de la ciudad de Atuntaqui.

6.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

El Centro Artesanal que se creará, tiene el nombre de Centro Artesanal “KHUYUY” y estará ubicada en el Barrio Central de la Parroquia de San Roque.

6.1.1 Aspectos Filosóficos

6.1.1.1 Misión

Producir y comercializar productos artesanales hechos por manos campesinas que radican en las comunidades rurales de San Roque, con el firme propósito de dar a conocer al mundo un poco más de la cultura que hay en el cantón Antonio Ante y fortalecer nuestros valores y costumbres.

6.1.1.2 Visión

Ser una empresa líder nacional en la distribución de artesanías con la calidad, seguridad y confiabilidad que se le brindará a cada persona que se interese en nuestros productos, demostrando que en Ecuador se saben hacer las cosas de excelente manufactura y así dejar un sello en cada persona, ciudad o país al que vendamos.

6.1.1.3 Objetivos

- Poner en funcionamiento un centro artesanal de producción y comercialización de artesanías.
- Impulsar un proceso de mejoramiento continuo en el centro artesanal, mediante sistemas de calidad.
- Demostrar los beneficios que trae el estar organizados
- Desarrollar iniciativas productivas en la colectividad

6.1.1.4 Políticas

- Fortalecer los círculos de calidad y producir con calidad
- Capacitación permanente al talento humano
- Escuchar las sugerencias de nuestros clientes
- Actualizar permanentemente la base de datos de los clientes y proveedores
- Pago oportuno de impuestos.

6.1.1.5 Valores

Confianza: Plena seguridad en los principios morales del centro artesanal.

Comunicación: Intercambio de nuevas ideas, para el crecimiento mutuo y permanente del centro.

Enseñanza-Aprendizaje: Posibilidad de intercambiar experiencias, conocimientos y destrezas que apunten siempre a mejorar calidades de vida.

Honestidad: Sentido crítico y constructivo para hacer observaciones y sugerencias, que permitan mejorar el desempeño del centro. Todo ello enmarcado en el código ético, sugerido por las autoridades competentes.

Innovación: Creación continua de nuevos proyectos y mejoramiento de los diseños tradicionales, de acuerdo con las exigencias de los diferentes clientes y mercados, pero conservando siempre la tradición hecha a mano.

Responsabilidad: Conciencia de cumplir de manera eficaz y eficiente con las tareas asignadas, tanto en la elaboración como en la comercialización y distribución de los productos.

6.1.1.6 Principios

Respeto: Refleja el amor y la pasión que entrega cada uno de los integrantes del centro artesanal, para con los clientes, proveedores y entre la misma organización interna. Es lo que esperamos, recibimos y brindamos a los demás.

Compromiso: Logrando a través de los beneficios que conlleva desempeñarse de la mejor manera por medio de las labores y tareas asignadas en la empresa, permite cumplir los objetivos y generar resultados tangibles.

Orientación al Cliente: Es la cultura organización del centro y su valor más importante, la plena satisfacción de los gustos de los clientes, siempre enfocados en sus necesidades y en la preferencia de estos por la empresa.

Trabajo en equipo: Es necesario para brindar la mejor calidad en los servicios y en la atención para con los clientes internos y externos, todas las personas desarrollan sus labores como eslabones de una cadena, para lograr un objetivo común.

Honestidad y ética: Moderación, decencia, urbanidad, decoro. Importante reflejar este valor ya que para los clientes es indispensable saber que existe honestidad en el centro artesanal.

6.2 FACTORES ORGANIZACIONALES

6.2.1 Sistemas de Control

Mediante el impulso de estos sistemas en un centro artesanal permiten asegurar y constatar que los planes y políticas de la misma se cumplan de la manera que se han planteado.

Este sistema de control interno está conformado por el plan de la organización y todos los métodos coordinados y medidas adoptadas dentro de la misma, con el único objetivo de salvaguardar sus activos y verificar la confiabilidad de los datos contables y promover la eficiencia en las operaciones y estimular la adhesión a las prácticas ordenadas por la gerencia. De igual manera tiene como propósito, el de preservar la existencia de cualquier organización y apoyar su desarrollo, su objetivo es contribuir con los resultados esperados. Se proyecta más allá de aquellas cuestiones que se relacionan directamente con las funciones de los departamentos de contabilidad y financieros.

Por lo que este centro artesanal tendrá los siguientes sistemas de control a nivel interno:

6.2.2 Control Administrativo

Según Morales (2009) define al Control administrativo como:

Comprende el plan de organización y todos los métodos y procedimientos que están relacionados principalmente con la eficiencia de las operaciones, la adhesión a las políticas gerenciales y que por lo común, solo tiene que ver indirectamente con los registros financieros (p. 6)

Este control no está limitado al plan de la organización y procedimientos que se relaciona con el proceso de decisión que lleva a la autorización de intercambios, entonces el control interno administrativo se relaciona con la eficiencia en las operaciones establecidas por el ente.

6.2.3 Control Contable

Según Besley (2009) afirma que:

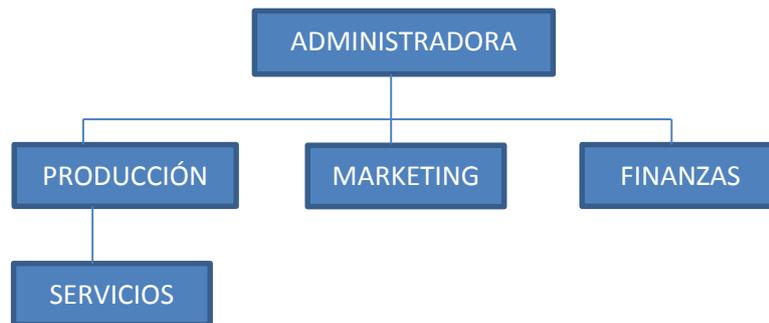
El Control Contable comprende el plan de organización y todos los métodos y procedimientos que tienen que ver principalmente y están relacionados directamente con la protección de los activos y la confiabilidad de los registros financieros, generalmente incluyen controles tales como los sistemas de autorización y aprobación, segregación de tareas relativas a la anotación de registros e informes contables de aquellas concernientes a las operaciones custodia de los activos, los controles físicos sobre los activos y la auditoría interna (p. 16)

Con la aplicación de las NEC (Normas Ecuatorianas de Contabilidad), NIC (Normas Internacionales de Contabilidad), NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera) que garantizan la confiabilidad de la información financiera.

6.3 ADMINISTRACIÓN

6.3.1 Organigrama Estructural

Gráfico N° 32: Organigrama Estructural



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

6.3.2 Manual de Funciones

a. Nivel Ejecutivo

La administradora, toma decisiones y establece las directrices para la buena marcha del Centro Artesanal.

b. Nivel Operativo

- Departamento de Producción

6.3.3 Descripción de Funciones

a. ADMINISTRADORA

Identificación del cargo

Departamento: Ejecutivo

Cargo: Gerente General

Objetivo del cargo: Ser el representante legal de la microempresa en todos los actos judiciales y extrajudiciales.

Funciones principales

- Ser el representante legal del centro artesanal.
- Convocar a las reuniones ordinarias y extraordinarias de los trabajadores del centro artesanal.
- Dirigir la elaboración del plan estratégico del centro artesanal.
- Conocer la situación financiera de la microempresa y aprobar el informe anual presentado por el contador.
- Controlar y despedir al personal de las diferentes áreas del centro artesanal.
- Aplicar y supervisar el cumplimiento de leyes, reglamentos, y normas de control interno.
- Supervisar el cumplimiento de los planes y programas definidos por el centro.

Perfil del cargo

Formación: Educación superior

Especialidad: Licenciado en Administración de Empresas o afines

Experiencia: Mínimo 5 años

Competencias o habilidades

- Liderazgo
- Organización
- Planificación
- Trabajo bajo presión
- Coordinación
- Trabajo en equipo.

b. FINANCIERO

Identificación del cargo

Departamento: Operativo

Cargo: Contador

Objetivo del cargo: Manejar económica y financieramente al centro artesanal

Funciones principales

- Planificar la ejecución de las labores contables del centro, y supervisar el adecuado registro de las transacciones económico financieras en forma oportuna.
- Presentar informes oportunos de la situación económicos financiera del centro artesanal.
- Desarrollar la contabilidad de acuerdo al sistema contable del centro artesanal.
- Revisar y legalizar facturas, roles de pago y demás documentos que requieran un registro contable.
- Realizar el pago oportuno de impuestos y tributos.
- Revisar y legalizar los estados financieros.
- Presentar estados financieros anuales al Gerente para su aprobación.
- Realizar toma física de inventarios cada seis meses, y a fin de año para el cierre del ejercicio.

Perfil del cargo

Formación: Educación superior

Especialidad: Licenciado en Contabilidad o Contador Público Autorizado CPA

Experiencia: Mínimo 3 años

Competencias o habilidades

- Capacidad de manejo de software
- Manejo de elementos tributarios y de facturación
- Manejo de presupuestos
- Trabajo en equipo.

c. PRODUCCIÓN

Identificación del cargo

Departamento: Operativo

Cargo: Jefe de producción

Objetivo del cargo: Dirigir, coordinar a la gente para el proceso productivo y elaborar un producto de calidad.

Funciones principales

- Planificar y ejecutar cronogramas de actividades de producción.
- Solucionar problemas de producción.
- Controlar detalladamente el consumo de materia prima, uso de mano de obra, cantidad de producto terminado, pérdidas en tiempo de operación, consumos de energía.
- Manejo de bodega
- Entrenar a los artesanos.

Perfil del cargo

Formación: Educación superior

Especialidad: Técnico artesanal calificado

Experiencia: Mínimo 3 años

Competencias o habilidades

- Capacidad de manejo de diseños artesanales
- Manejo de desperdicios
- Toma de decisiones
- Trabajo en equipo.
- Controlar el trabajo

d. ARTESANOS

Identificación del cargo

Departamento: Operativo

Cargo: Productor artesanal

Objetivo del cargo: Realizar labores artesanales durante la producción de artesanías.

Funciones principales:

- Desarrollar las diferentes labores artesanas.
- Limpiar y preparar el material
- Acomodar los materiales e instrumentos artesanales.
- Demás disposiciones del jefe de producción.
- Estos serán temporales, de acuerdo a las labores que realicen.

Perfil del cargo

Formación: Educación técnica superior

Especialidad: Técnico artesanal calificado

Experiencia: Mínimo 3 años

Competencias o habilidades

- Manejo de diseños artesanales
- Innovación en los productos fabricados
- Toma de decisiones
- Trabajo en equipo.
- Controlar el trabajo

e. MERCADEO

Identificación del cargo

Departamento: Operativo

Cargo: Vendedor

Objetivo del cargo: Tener iniciativa para la venta de los productos que ofrece el centro artesanal.

Funciones principales

- Captación de Clientes.
- Tener un recorrido de clientes.
- Programar las ventas para el cumplimiento de objetivos planteados.
- Asesorar al cliente destacando las características y ventajas del producto.
- Convencer al cliente para que adquiera el producto.
- Establecer estrategias de ventas.

Perfil del cargo

Formación: Educación técnica superior

Especialidad: Tecnólogo o Ingeniero en Marketing

Experiencia: Mínimo 3 años

Competencias o habilidades

- Saber manejar técnicas en ventas
- Negociación de apertura y cierre
- Manejar medios de publicidad y promoción

6.3.4 Aspectos Legales

El Centro artesanal se sujetará a la Ley de Defensa del Artesano, para que goce de los beneficios que ello representa, y la Ley de Fomento Artesanal y de la pequeña Industria, para poder beneficiarse de las leyes creadas a favor de los pequeños artesanos.

6.3.4.1 Constitución Jurídica

La constitución jurídica es el reconocimiento de la empresa ante la sociedad y las leyes ecuatorianas para el desarrollo y cumplimiento de sus objetivos mediante su creación. Para poder realizar sus tareas normales, se debe cumplir con las exigencias de las leyes ecuatorianas que regulan las actividades empresariales. Para legalizar la empresa es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

Domicilio

Toda empresa que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en la Parroquia de San Roque del Cantón Antonio Ante de la Provincia de Imbabura del territorio ecuatoriano.

Objetivo

Toda organización debe indicar en forma clara el objeto al que se va a dedicar y no podrá ejecutar otros actos.

Proceso

Para la constitución de un centro artesanal es necesario seguir los siguientes pasos:

➤ Inscripción

Para comenzar debe tener un RUC Registro Único de Contribuyentes. Y por lo tanto debe realizar la inscripción en el SRI.

6.3.4.2 Normativa Tributaria

- **Registro Único de Contribuyentes**

Es un documento obligatorio para las personas naturales y jurídicas que realicen actividades económicas, con el objetivo de registrar e identificar con fines impositivos para la administración tributaria.

- **Patente Municipal**

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de la actividad económica habitual

- **Pago de Bomberos**

Con el pago de una parte de la patente (10%) se cubre el servicio que da el cuerpo de bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas.

- **Obligaciones Tributarias**

Para los centros artesanales la relación que se crea entre el sujeto activo (estado) y el sujeto pasivo (contribuyente), en virtud de la cual este debe cumplir una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el presupuesto establecido por la ley para configurar cada tributo.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

El presente capítulo constituye un análisis detallado de los aspectos positivos y negativos que el proyecto generará en diferentes áreas.

A continuación se detalla el procedimiento que se ha seguido para realizar los impactos que el proyecto generará, considerando los siguientes para la elaboración de la matriz.

- Impacto Social.
- Impacto Económico.
- Impacto Educativo-Cultural.
- Impacto Ambiental.

En primer lugar se ha creído conveniente establecer un rango de nivel de impacto, que va desde menos 3 hasta 3 positivo con la valoración de la siguiente tabla.

Cuadro de valoración de impactos

Cuadro Nº 97: Valoración de impactos

PONDERACIÓN	EVALUACIÓN
Cuantitativo	Cualitativo
-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No hay impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

En segundo lugar se coloca en cada matriz los rangos de cada impacto en forma horizontal mientras que verticalmente se determina una serie de indicadores que darán información a cada una de las áreas seleccionadas.

A continuación se asigna un nivel de impacto a cada uno de los indicadores utilizando como base de la tabla de valoración de impactos.

Se determina el nivel de impacto de área o ámbito matemáticamente, para lo cual se obtiene la sumatoria de los indicadores establecidos y este resultado se lo divide para el número de indicadores.

Bajo cada matriz se realiza un breve análisis, en el cual se detalla las razones por las que se asignó determinado nivel de impacto de cada indicador.

Una vez realizado las matrices de cada área o ámbito se diseña una matriz general de impactos que utilizando los ítems indicados anteriormente, permiten establecer el impacto general del proyecto, en la primera columna se sustituye los indicadores de la áreas o ámbitos.

7.1 IMPACTO SOCIAL

Cuadro N° 98: Matriz de impacto social

CONTEXTOS	NIVELES DE MEDICIÓN							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Fuentes de trabajo							X	3
Actitud emprendedora							X	3
Percepción del arte						X		2
Contribuir al desarrollo socio-económico de la ciudad						X		2
TOTAL								10
MEDIDA ARITMÉTICA								2,5

Fuente: Información Primaria

Elaborado por: La Autora

Impacto Social = $10 / 4 = 2,5$ —————> 3 Impacto Alto Positivo

7.1.1 Análisis

El puntaje de la matriz de impacto social se encuentra en el nivel alto positivo, ya que el beneficio social más importante encontrado en la elaboración del proyecto es la generación de fuentes de trabajo con lo que muchas familias de la zona serían beneficiadas, se reduciría los índices delincuenciales y otros problemas sociales. Así mismo ejercer una actitud emprendedora por medio de ideas innovadoras permite lograr el éxito empresarial y la percepción del arte es un factor clave que si es manejado correctamente impulsaría a un cambio de actitud frente a la forma en que la empresa se da a conocer a la sociedad como una organización socioeconómica que además de permitirle un ingreso económico le permite ser integrante de nuevas estructuras societarias, de igual forma la elaboración del proyecto contribuye al desarrollo socio-económico de la Parroquia de San Roque, ya que anima a otros centros artesanales a invertir, a mejorar su

negocio, a trabajar mejor para enfrentar a la competencia con productos de calidad, que incentive a la gente a apreciar lo nuestro.

7.2 IMPACTO ECONÓMICO

Cuadro Nº 99: Matriz de impacto económico

CONTEXTOS	NIVELES DE MEDICIÓN							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Rentabilidad del proyecto						X		3
Desarrollo del sector							X	2
Mejora de la productividad artesanal							X	2
Incentivo al consumo						X		3
TOTAL								10
MEDIDA ARITMÉTICA								2,5

Fuente: Información Primaria

Elaborado por: La Autora

Impacto Económico = $10 / 4 = 2,5$ \longrightarrow 3 Impacto Alto Positivo

7.2.1 Análisis

El puntaje de la matriz de impacto económico se encuentra en el nivel alto positivo, la creación del centro artesanal es un negocio rentable ya que existe una demanda insatisfecha por lo que el producto tendrá una aceptación favorable y por ende se convierte en un proyecto rentable como se demuestra el estudio de mercado, lo que mejorara el desarrollo del sector y por ende la productividad artesanal.

A través de la comercialización de los trabajos manuales se va a lograr que los habitantes de ciudad se incentiven adquirir el producto tanto por su precio, su calidad y por los beneficios que aporta en cuanto a la preservación del medio ambiente.

7.3 IMPACTO EDUCATIVO – CULTURAL

Cuadro N° 100: Matriz de impacto educativo – cultural

CONTEXTOS	NIVELES DE MEDICIÓN							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de conocimientos						x		2
Actitud creativa							X	3
Desarrollo cultural					x			1
Apreciación de las artesanías							X	3
TOTAL								9
MEDIDA ARITMÉTICA								2,25

Fuente: Información Primaria

Elaborado por: La Autora

Impacto Educativo Cultural = $9 / 4 = 2,25$ —————> 2 Impacto Medio Positivo

7.3.1 Análisis

El puntaje de la matriz de impacto Educativo-Cultural se encuentra en el nivel de Impacto Medio Positivo, de esta forma se aprecia que el impacto en general es positivo ya que el tener un centro artesanal implica la necesidad de capacitar al personal para una adecuada administración, esto se logra a partir de acciones de capacitación que son fundamentales ya que permitirán a los micros emprendedores a conseguir los objetivos planteados. Es esencial la integración y estimulación de una actitud creativa en los miembros que conforman el equipo de trabajo del centro artesanal, ya que en la elaboración de las artesanías se involucra la creatividad de quienes lo realizan, factor importante para ofrecer productos innovadores.

El presente proyecto puede impulsar a más personas a invertir en estudios similares, ya que este trabajo es la pauta para generar nuevas ideas ya que se

reutilizan materiales y mediante un proceso de transformación se obtienen productos novedosos que son apreciados y valorados, lo que serviría para fomentar el desarrollo cultural del sector.

7.4 IMPACTO AMBIENTAL

Cuadro N° 101: Matriz de Impacto Ambiental

CONTEXTOS	NIVELES DE MEDICIÓN							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Cumplimiento de las Normas Ambientales							X	3
Preservación del medio ambiente							X	3
Reutilización del material reciclado							X	3
Calidad del Medio Ambiente							X	3
Educación ambiental							X	3
TOTAL								15
MEDIDA ARITMÉTICA								3

Fuente: Información Primaria

Elaborado por: La Autora

Impacto Ambiental = $15 / 5 = 3$ —————> 3 Impacto alto Positivo

7.4.1 Análisis

El puntaje de la matriz de impacto ambiental se encuentra en el nivel alto Positivo; lo que determina que la implantación del centro artesanal cumple con las normas ambientales establecidas por las autoridades en el proceso de construcción y producción, ya que con la elaboración de estos productos se contribuye en gran medida al cuidado y preservación del medio ambiente, tomando en cuenta que la materia prima principal para la fabricación de artesanías es el material se considera que la elaboración del presente proyecto ayuda en gran medida al cuidado del medio ambiente.

De igual forma mediante una buena educación ambiental ayudara a que las personas se concienticen y cuiden el medio ambiente utilizando para ello el reciclaje, lo cual dará soluciones a los problemas ambientales actuales, con el fin de formar una cultura conservacionista donde el hombre aplique en todos sus procesos productivos técnicas limpias, permitiendo de esta forma el desarrollo sostenible.

7.5 GENERAL

Cuadro Nº 102: Matriz general de impactos

CONTEXTOS	NIVELES DE MEDICIÓN							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto social						X		2
Impacto económico						X		2
Impacto educativo- educativo					X			1
Impacto ambiental							X	3
TOTAL								11
MEDIDA ARITMÉTICA								2,75

Fuente: Información Primaria

Elaborado por: La Autora

$$\text{Impacto General} = 11 / 4 = 2,75 \longrightarrow 3 \text{ Impacto alto Positivo}$$

7.5.1 Análisis

En la matriz de resumen de los impactos se aprecia que el proyecto está dentro del rango alto Positivo, lo cual crea buenas expectativas de que el proyecto es bueno y que la ejecución tendrá buena acogida ya que no solo beneficiara a los involucrados sino también a la comunidad en general y al medio ambiente.

CONCLUSIONES

Una vez que se ha diseñado el estudio de Factibilidad, se puede afirmar que se han logrado todos los objetivos propuestos. A continuación se exponen los principales logros y hallazgos en las siguientes conclusiones:

1. El diagnóstico situacional elaborado en la Parroquia de San Roque de la ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura, permitió conocer que posee hábiles artesanos que con sus diestras manos han dado forma a lo que la naturaleza les provee. Es por eso que se ve de muy buen agrado la creación del centro artesanal de producción y comercialización de muñecas de trapo a base de material reciclado, ya que no existe este tipo de organizaciones.

2. Las bases teórico-científicas suministraron la información necesaria sobre el estado de la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto planteado.

3. El estudio de mercado permitió definir la existencia de una demanda potencial insatisfecha, que fácilmente puede ser captada por el centro artesanal. Esta parte del estudio realizado aportó valiosa información relacionada a la oferta, demanda, precios y formas de comercialización de este producto para la satisfacción de las necesidades de los posibles clientes.

4. En el estudio técnico, se estableció, como lugar de constitución y funcionamiento del centro artesanal, en la Parroquia de San Roque, en el barrio central, debido a que se encuentra en la parte central de la zona rural de la ciudad de Ibarra, existe cercanía a los lugares donde se adquiere la materia prima y es una zona muy comercial, además se debe tomar en cuenta que establecerán diferentes lugares de exhibición de las artesanías en la ciudad de Atuntaqui.

5. En el estudio financiero y económico se pudo establecer que el proyecto es rentable y factible de llevarse a cabo. La inversión se recupera en el primer año, 9 meses y 16 días; dentro de los cinco años. Se tiene una tasa interna de

retorno del 37,41%, el costo beneficio, por cada dólar invertido se obtienen 2,55 de retorno; lo que garantiza la ejecución del proyecto para la creación del Centro Artesanal “KHUYUY”.

6. La estructura orgánica del centro artesanal está conformada por el personal administrativo y operativo designado para cada área, acorde a su perfil profesional y capacidad; al incursionar el proyecto planteado permitirá la generación de fuentes de trabajo, situación que beneficia a la comunidad en general.

7. Los impactos que genera la nueva unidad productiva son positivos, sobretudo el impacto ambiental, ya que al ser la materia prima principal para la elaboración de trabajos manuales material reciclado se contribuye en gran medida a la preservación del medio ambiente, lo cual determina que la creación del centro artesanal es totalmente viable.

RECOMENDACIONES

1. Gestionar ante las autoridades gubernamentales, se promuevan y mejoren las prácticas artesanales y micro empresariales, mediante el otorgamiento de créditos a corto y mediano plazo con la finalidad de que este tipo de actividad mejore su competitividad. Esto permitirá que el consumidor prefiera lo nuestro.
2. Tomar en cuenta el sustento teórico porque es la base y apoyo para cualquier disposición que puedan tomar más adelante los dueños o directivos de una organización.
3. Se debe ofrecer un producto de buena calidad, a un precio accesible y contar con una variedad de diseños para satisfacer las necesidades de los clientes.
4. Se plantea intensificar las campañas de reciclaje, dirigidas a la población por parte de los Gobiernos locales, para contribuir a la preservación del medio ambiente.
5. Ejecutar el proyecto y poner en marcha este nuevo centro artesanal ya que garantiza el éxito al presentar una demanda positiva a los productos artesanales en la ciudad de Atuntaqui.
6. Será esencial que el centro artesanal posea un recurso humano capacitado, que permita que sus colaboradores tengan los conocimientos técnicos científicos necesarios, especialmente en el caso del gerente, contador, vendedores y operarios cada uno en su área de ocupación.
7. Se deberá mantener los niveles de impactos y en caso de que en la ejecución del proyecto existieran variaciones se deberá solucionar los inconvenientes, tratando siempre de causar impactos positivos para la sociedad en general.

BIBLIOGRAFÍA

- **AMAT, Oriol.** (2010). Contabilidad y Gestión de Costes. (Quinta edición),. Barcelona, PROFIT Editorial.
- **ASUNCION, Josep.** (2009). El papel técnicas y métodos tradicionales de elaboración. (Cuarta edición) China: Parramón Ediciones S.A.
- **ANZOLA, Servulo.** (2010). Administración de pequeñas empresas. (Tercera edición) McGraw-Hill Interamericana S.A.
- **BRAVO, Mercedes.** (2009). Contabilidad general. (Novena Edición) Quito, Ecuador: Editora Nuevo día.
- **CELAYA, Roberto.** (2013). Contabilidad básica un enfoque basado en competencias. (Primera edición) México, Cengage Learning editores S.A. de C.V.
- **GALLUCCI, Lambin.** (2009). Dirección de Marketing. McGraw-Hill Interamericana S.A.
- **GOMEZ, Manuel.** (2009). Diccionario de Uso del Medio Ambiente. EUNSA.
- **GUAJARDO, Gerardo.** (2014). Contabilidad financiera. (Sexta edición) Perú. McGraw-Hill Interamericana S.A.
- **GRECO, Orlando.** (2013). Diccionario preciso de Economía. (Primera edición) Buenos Aires, Valletta ediciones.
- **HORNGREN, Charles.** (2012). Contabilidad de costos un enfoque gerencial. (Décimo cuarta edición) México, Pearson educación.
- **JEAN, Taylor.** (2009). Decoración floral duradera. Barcelona, CEAC.
- **LIMA, Fausto.** (2009). Guía de Contabilidad Gubernamental. Ibarra.
- **MESA, Jhonny.** (2010). Evaluación financiera de proyectos. (Primera edición) Colombia: Ecoe Ediciones.

- **REY, José.** (2009). Contabilidad General. “Segunda Edición” España: Copyright Ediciones.
- **ROJAS, Desmóstenes.** (2013). La Biblia del marketing. España: Lexus Editores.
- **VARELA, Rodrigo.** (2010). Evaluación económica de proyectos de inversión. (Séptima edición) Bogotá, McGraw-Hill Interamericana S.A.
- **ZAPATA, Jorge.** (2012). Análisis práctico y guía de implementación de NIIF: NIIF para las PYMES, (Tercera edición) Ecuador: Silva.

LINCOGRAFÍA

- www.inec.gob.ec
- www.bce.fin.ec
- www.supercias.gob.ec
- www.mrl.gob.ec
- www.superley.ec
- www.ibarra.gob.ec
- www.mies.gob.ec
- www.inec.gob.ec
- www.sri.gob.ec

ANEXOS

Anexo No. 1



OBJETIVO: Recopilar información básica a fin de determinar la factibilidad para la producción y comercialización de trabajos muñecas de trapo con material reciclable en la Parroquia de San Roque de la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura.

INTRODUCCION: Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla, la encuesta es anónima para garantizar la veracidad de las respuestas, marque con una x su respuesta.

Fecha: _____ **Sector:** _____

DATOS TÉCNICOS:

Edad: Menos de 18 años (), 18 – 30 (), 31 – 43 (), Mas de 44 años ()

Sexo: Masculino () Femenino () **Actividad:** _____

1.- ¿Cree usted que deberían clasificarse los desechos que salen de su hogar. (En desechos orgánicos, desechos materiales, entre otros)?

Definitivamente de acuerdo ()

Generalmente de acuerdo ()

Ligeramente de acuerdo ()

Ligeramente en desacuerdo ()

Generalmente en desacuerdo ()

Definitivamente en desacuerdo ()

2.- ¿Cree usted que se debería contar con tachos de reciclaje?

- Definitivamente de acuerdo ()
- Generalmente de acuerdo ()
- Ligeramente de acuerdo ()
- Ligeramente en desacuerdo ()
- Generalmente en desacuerdo ()
- Definitivamente en desacuerdo ()

3.- ¿Usted tiene conocimientos sobre la elaboración de manualidades a base de material reciclado?

- SI ()
- NO ()

4.- ¿Usted ha adquirido muñecas de trapo a base de material reciclable?

- SI ()
- NO ()

5.- ¿Con qué frecuencia usted adquiere estos productos?

- Mensual ()
- Ocasional ()
- No adquiere ()

¿Usted adquiriría muñecas de trapo a base de material reciclado?

- SI ()
- NO ()

7.- ¿Qué trabajos manuales adquiriría?

Muñecas artesanales ()

Llaveros artesanales ()

8.- ¿Cree usted que debería crearse una microempresa productora y comercializadora de muñecas de trapo a base de material reciclado en la Parroquia de San Roque?

Definitivamente de acuerdo ()

Generalmente de acuerdo ()

Ligeramente de acuerdo ()

Ligeramente en desacuerdo ()

Generalmente en desacuerdo ()

Definitivamente en desacuerdo ()

9.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos productos?

De \$4 a \$12 ()

De \$13 a \$21 ()

De \$22 a \$30 ()

10.- ¿Califique en orden de preferencia, qué busca usted cuando adquiere estos productos, siendo 4 el más importante y 1 el menos importante?

Calidad ()

Precio ()

Tamaño ()

Diseño ()

11.- ¿En cuál de los siguientes lugares usted ha adquirido este tipo de producto?

Almacenes ()

Mercados ()

Ferias ()

Otros ()

No adquiere ()

12.- ¿Califique en orden de preferencia, como le gustaría adquirir este nuevo producto, siendo 4 el más importante y 1 el menos importante?

A domicilio ()

Almacenes ()

Ferias ()

Mercados ()

Anexo No. 2

FORMATO DE ENTREVISTA Nº 1

Preguntas dirigidas a la señora Verónica Poso, Técnica de la Unidad de Calidad Ambiental del Ministerio de Ambiente para obtener información acerca de la existencia de organismos que impulsen el reciclaje en el Cantón Antonio Ante y la Parroquia de San Roque.

1. ¿Cómo una institución pública el ministerio de ambiente ha contribuido para impulsar la práctica del reciclaje de papel y cartón en el Cantón?
2. ¿El ministerio de ambiente ha trabajado conjuntamente con un organismo que apoye este tipo de actividad?
3. ¿Conoce usted organismos que trabajen independientemente para impulsar el reciclaje?
4. ¿Se está trabajando con algún proyecto que contribuya al desarrollo ambiental?
5. ¿En qué medida considera que la reutilización del papel y cartón influye en la preservación del medio ambiente?
6. ¿Considera usted que los habitantes del Cantón Antonio Ante poseen prácticas de reciclaje?

Anexo No. 3

FORMATO DE ENTREVISTA N° 2

Preguntas dirigidas al Ingeniero Edwin Ortiz, Director de la unidad de Gestión y Control Ambiental del Gobierno Municipal de Antonio Ante para obtener información sobre proyectos de reciclaje llevados a cabo en el Cantón.

1. ¿Cómo una institución publica el GAD Municipio de Antonio Ante ha contribuido para impulsar la práctica del reciclaje?
2. ¿El GAD Municipio de Antonio Ante ha trabajado conjuntamente con un organismo que apoye este tipo de actividad?
3. ¿Conoce usted organismos que trabajen independientemente para impulsar el reciclaje?
4. ¿Se está trabajando con algún proyecto que contribuya al desarrollo ambiental?
5. ¿En qué medida considera que la reutilización influye en la preservación del medio ambiente?
6. ¿Considera usted que los habitantes de la ciudad de Atuntaqui y la Parroquia de San Roque poseen prácticas de reciclaje?

Anexo No. 4

FORMATO DE ENTREVISTA N° 3

- Se entrevistó al Señora Elva Cabascango, artesana de la Parroquia de San Roque, a quien se le formulo las siguientes preguntas para obtener información acerca de la producción y comercialización de trabajos.
- Se entrevistó a la Sra. Fernanda Guzmán, artesana del barrio de Pucará, a quien se le formulo las siguientes preguntas para obtener información acerca de la producción y comercialización de trabajos manuales.

1 ¿Cómo adquirió sus conocimientos para elaborar trabajos manuales?

2 ¿Qué tiempo se ha dedicado a la elaboración de trabajos manuales?

3 ¿Qué tipo de trabajos manuales realiza?

4 ¿Qué materia prima usted necesita para elaborar sus trabajos?

5 ¿Qué herramientas necesita para elaborar sus trabajos manuales?

6 ¿A qué tasa de crecimiento anual ha aumentado la oferta de trabajos manuales?

7 ¿Cuántos trabajos manuales usted realiza al día?

8 ¿Cuántas personas usted necesita para elaborar sus trabajos manuales?

9 ¿Qué dinero usted invierte para elaborar un trabajo manual?

10 ¿De dónde obtiene usted el material para la elaboración de sus trabajos manuales?

11 ¿Cómo usted determina el precio de su producto?

12 ¿Cuál es el precio de venta de sus productos?

13 ¿Qué pasos usted sigue para elaborar su manualidad?

14 ¿Qué espacio usted necesita para elaborar sus manualidades?

15 ¿Qué tiempo invierte para elaborar trabajos manuales?

16 ¿Existe algún gasto adicional al elaborar este tipo de trabajos manuales?

Anexo No. 5

Encuesta aplicada a los artesanos de la Provincia para la elaboración del estudio de mercado.



OBJETIVO: Recopilar información básica a fin de determinar la factibilidad para la producción y comercialización de trabajos muñecas de trapo con material reciclable en la Parroquia de San Roque de la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura.

INTRODUCCION: Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla, la encuesta es anónima para garantizar la veracidad de las respuestas, marque con una x su respuesta.

Fecha: _____ **Sector:** _____

DATOS TÉCNICOS:

Edad: Menos de 18 años (), 18 – 30 (), 31 – 43 (), Mas de 44 años ()

Sexo: Masculino () Femenino () **Actividad:** _____

1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?

Menos de 3 años

Entre 3 y 5 años

Más de 5 años

2. ¿Cómo considera la venta de artesanías?

Muy rentable

Rentable

Poco rentable

3. ¿Qué tipo de artesanías comercializa usted?

Muñecos
Llaveros
Adornos
Tejidos
Otras

4. ¿Cuál es la materia prima de los productos artesanales que comercializa?

Reciclable
Metal
Cabuya
Cuero
Lana
Otros

5. ¿Cómo considera los precios de las artesanías que comercializa?

Altos
Medios
Bajos

6. ¿Las artesanías que usted comercializa de dónde provienen?

Local
Regional
Nacional

7. ¿De las siguientes artesanías qué cantidad vende semanalmente?

Entre 1 a 3 docenas
Entre 4 a 6 docenas
Entre 7 a 9 docenas

8. ¿A qué tipo de mercado está dirigido su producto?

Niños

Jóvenes

Adultos

9. ¿Qué aspectos considera que son importantes para que el producto tenga gran acogida?

Materia prima

Diseños

Precios

Otros

10. ¿Estaría de acuerdo en comercializar muñecas de trapo con material reciclable con diseños diferentes?

Si

No

11. ¿Qué cantidad de muñecas de trapo elaborados con material reciclable, mensualmente está dispuesto en adquirir para su comercialización?

Entre 1 a 3 docenas

Entre 4 a 6 docenas

Entre 7 a 9 docenas

12. ¿En qué porcentaje ha aumentado las ventas en los últimos a años?

3%

5%

10%

13. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación que prefiere?

TV

Radio

Prensa

Trípticos

Internet

Anexo No. 6

FORMATO DE ENTREVISTA N° 4

Información requerida para realizar el Estudio de mercado.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?
2. ¿Qué tipo de productos elabora?
3. ¿Cuál es el volumen de producción?
4. ¿Qué toma en cuenta para asignar los precios de sus productos?
5. ¿Dónde comercializa sus productos?
6. ¿Cómo considera la actividad de elaborar muñecas de trapo con material reciclable?
7. ¿Considera que las autoridades deben apoyar esta actividad?
8. ¿Existe suficiente materia prima para la elaboración las muñecas de trapo con material reciclable?