



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

Tema:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
PEQUEÑA EMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE SACOS TEJIDOS A MANO EN LA
CIUDAD DE IBARRA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
COMERCIAL**

Autor:

AURA ELIZA NARVÁEZ CHICAIZA

Director:

ECON. MANUEL CORRALES

Ibarra, Julio, 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene por objeto determinar la factibilidad de crear una pequeña empresa para la producción y comercialización de sacos tejidos a mano en la ciudad de Ibarra. Para ello se efectuó un diagnóstico situacional del sector de comercialización de sacos tejidos a mano de la ciudad de Ibarra con el fin de establecer los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades. Con el estudio de mercado se llegó a estipular que la demanda está abastecida por la oferta, consolidando la necesidad de ofrecer el producto a los consumidores. Del estudio técnico se determinó la mejor ubicación para el proyecto que será el Barrio Huertos Familiares debido a que posee las condiciones adecuadas para su implantación, así como también el proceso productivo de los sacos tejidos a mano. En lo referente al estudio económico financiero, la inversión inicial del proyecto asciende a \$ 12.801, la misma que será financiada mediante recursos propios con el 30% y el 70% financiado. Para el análisis de los evaluadores financieros se trabajó con un costo de capital de 11.57% obteniendo un VAN de 38.604, un TIR del 48%, un periodo de recuperación de la inversión con valores corrientes de 2 años, entre otros; los mismos que sustentan el proyecto desde el punto de vista financiero. Al realizar la estructura organizacional se estableció la constitución administrativa y legal de la organización para que se cumpla con la normativa para sus actividades. Los resultados de los impactos en lo económico, ecológico, cultural y empresarial, son positivos, lo que demuestra la factibilidad para la puesta en marcha del proyecto.

EJECUTIVE RESUME

The present project has the target to determinate the practically to create a company for production and commercialization of artesanal sweaters in Ibarra city, in province of Imbabura. For this reason we did a situational diagnostic of commercial area about industrializing artesanal sweaters in Ibarra city with the purpose to establish associates, opponents, risks and opportunities. With this marketing investigation we can notice the demand is supplied by the offer but it's only with products with artesanal, the need to offer an artesanal sweater according to consumers' nutritive tendency. From this investigation we determined the best place for this project which it going to be "Huertos Familiares" parish, because of it has the right location for its establishment, and also the productive process of cereal. Referring to economic financer investigation, initial investment of the project rise up to \$12,801. The money will be financed by own resources in a 30% and 70% will be supporting. For the analysis of financial assessors we worked with a capital gain cost of 11,57%. Getting a Van of \$38.604, a TIR of 48%, a period of recuperation of investment with values of 2 years. Between others; and these sustain the project from the financing point of view. When we realized the organizational structure the administrative and legal constitution of the organization was establish so that it comply regulation of activities. The results in economical, ecologic, cultural, and managerial way are positives. It shows the practically to begin the establishment of the project.

AUTORÍA

Yo, Aura Eliza Narváez Chicaiza, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100332404-1 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN SACOS TEJIDOS A MANO EN LA CIUDAD DE IBARRA”** y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado, ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.

.....
Eliza Narváez
100332404-1

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Aura Eliza Narváez Chicaiza, para optar por el Título de **INGENIERA COMERCIAL** cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SACOS TEJIDOS A MANO EN LA CIUDAD DE IBARRA”**, considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 30 días del mes de Julio del 2012

Firma

**ECON. MANUEL CORRALES
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**



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

Yo, AURA ELIZA NARVÁEZ CHICAIZA, con cédula de identidad Nro. 1003324041, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SACOS TEJIDOS A MANO EN LA CIUDAD DE IBARRA", que ha sido desarrollado para optar por el título de: INGENIERÍA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Eliza Narváez
C.I. 1003324041

En la ciudad de Ibarra 30 de Julio del 2012



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, determino 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: | 1003324041 | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Narvárez Chicaiza Aura Eliza | | |
| DIRECCIÓN: | Huertos Familiares Av. 13 de Abril S/ | | |
| EMAIL: | aury_ely20@yahoo.es | | |
| TELÉFONO FIJO | 2 546-671 | TELÉFONO MÓVIL: | 093955922 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|------------------------------------|---|
| TÍTULO: | "Estudio de Factibilidad para la creación de una pequeña empresa para la producción y comercialización de Sacos Tejidos a Mano en la ciudad de Ibarra". |
| AUTOR (ES): | Narvárez Chicaiza Aura Eliza |
| FECHA: AAAAMMDD | 2012/07/01 |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | |
| PROGRAMA: | <input type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | Ingeniera Comercial |
| ASESOR / DIRECTOR: | Econ. Manuel Corrales |

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Aura Eliza Narvárez Chicaiza, con cedula de identidad Nro. 1003324041, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior artículo 143.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 30 días del mes Julio del 2012

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....
Nombre: Aura Eliza Narvárez Chicaiza.
CI. 100332404-1

(Firma).....
Nombre.....
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario_____

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado de una forma muy especial a mis padres ya que me han apoyado en todo momento, aconsejándome acertadamente con sus sabios consejos, gracias a ellos cumplí mis objetivos educativos y personales.

Eliza

AGRADECIMIENTO

A Dios, porque nunca me ha fallado y siempre ha sido el mejor guía en mi vida académica y personal.

A mis padres y familiares por su apoyo incondicional que siempre me han brindado en todo momento.

Eliza Narvárez

PRESENTACIÓN

Este trabajo va enfocado a desarrollar una pequeña empresa dedicada a la producción y comercialización de sacos tejidos a mano y a fin de lograr el éxito de esta organización, se ha desarrollado un estudio de factibilidad el cual contiene los siguientes capítulos:

Capítulo I Diagnóstico Situacional.- En este capítulo se determina el problema a través de riesgos, oponentes, oportunidades y fortalezas.

Capítulo II Bases Teóricas Científicas.- Recoge los significados y explicaciones teóricas de libros, páginas web, acerca de la producción, comercialización y creación de la pequeña empresa de sacos tejidos a mano.

Capítulo III Estudio de Mercado.- En el que se define y analiza los resultados proyectados de la investigación preliminar a través de encuestas, entrevistas y datos de fuentes secundarias acerca de la oferta, demanda, mercado potencial y precios, para determinar el entorno actual de la comercialización de sacos tejidos a mano.

Capítulo IV Estudio Técnico.- Localiza la situación del proyecto, el diseño y proceso de elaboración del producto que se utilizará para la producción y comercialización de los sacos de lana.

Capítulo V Estudio Económico Financiero.- Está compuesto por costos y gastos que definen la inversión total necesaria para el proyecto, además de los cálculos realizados para proyectar estados financieros que permiten analizar y evaluar monetariamente el proyecto.

Capítulo VI Estructura Organizacional.- El sexto capítulo constituye el análisis interno administrativo y la constitución legal de la nueva unidad productiva, su visión, misión y la estructura organizativa del proyecto.

Capítulo VII Impactos.- En el que se establecen los impactos que generará la creación de la pequeña empresa en los aspectos: económico, ecológico, cultural y empresarial.

OBJETIVOS

GENERAL

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de la pequeña empresa para la producción y comercialización de sacos tejidos a mano en la ciudad de Ibarra

ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico actual del sector productivo y comercial de los sacos tejidos a mano ya que a través de esto se logrará detectar oportunidades y amenazas.
- Establecer el Marco teórico que sustente el proyecto a través de la investigación documental y bibliográfica.
- Realizar un estudio de mercado para establecer el mercado potencial y factibilidad del proyecto.
- Elaborar un estudio técnico el cual determine las capacidades operativas existentes en el proyecto.
- Diseñar un documento económico y financiero, para identificar la rentabilidad que genere la producción y comercialización de los sacos tejidos a mano.
- Plantear la estructura organizacional permitiendo detectar los diferentes niveles que existen en el proceso productivo para el manejo de la pequeña empresa.
- Analizar los impactos económico, ecológico, cultural y empresarial por medio de la investigación de campo.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|-----------------------------------|------|
| PORTADA | i |
| RESUMEN EJECUTIVO | ii |
| EJECUTIVE RESUME | iii |
| AUTORÍA | iv |
| CERTIFICACIÓN | v |
| CESIÓN DE DERECHOS | vi |
| AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN | vii |
| DEDICATORIA | ix |
| AGRADECIMIENTO | x |
| PRESENTACIÓN | xi |
| ÍNDICE | xiii |

CAPÍTULO I

| | |
|---------------------------------------|---|
| Diagnóstico situacional | 1 |
| Antecedentes | 1 |
| Objetivos del diagnóstico situacional | 2 |
| Objetivo general | 2 |
| Objetivos específicos | 2 |
| VARIABLES | 2 |
| Indicadores | 3 |
| Matriz de relación diagnóstica | 4 |

| | |
|--|----|
| Desarrollo operativo del diagnóstico | 5 |
| Identificación de la población | 5 |
| Cálculo de la muestra | 5 |
| Evaluación de la información | 6 |
| Encuesta aplicada a comercializadores | 17 |
| Evaluación de las encuestas del estudio de mercado | 26 |
| Entrevista | 39 |
| Resumen de las encuestas y entrevista | 40 |
| Determinación de aliados, oponentes, riesgos y oportunidades | 39 |
| Determinación del problema | 40 |
| Resumen del diagnóstico situacional | 41 |

CAPÍTULO II

| | |
|--|----|
| Fundamentación teórica | 42 |
| La empresa | 42 |
| La pequeña empresa | 42 |
| Definición | 42 |
| Ventajas y desventajas de la pequeña empresa | 43 |
| Clasificación | 44 |
| Qué son los sacos de lana | 44 |
| Características de los sacos de lana | 45 |
| La lana | 45 |
| Qué es artesanía | 46 |
| Cultura | 46 |
| Cultura artesanal | 47 |
| Proceso productivo | 47 |
| Producción artesanal | 48 |
| Manualidades | 48 |
| La comercialización | 49 |

| | |
|--|----|
| Importancia de la comercialización | 49 |
| Qué es el marketing | 50 |
| Mercado potencial | 50 |
| Estudio de mercado | 51 |
| Estudio técnico | 51 |
| Estudio financiero | 52 |
| Flujo de caja | 52 |
| Valor actual neto (van); tasa interna de retorno (TIR) | 53 |
| Tasa interna de retorno | 54 |
| Contabilidad | 54 |

CAPÍTULO III

| | |
|---|----|
| Estudio de Mercado | 56 |
| Presentación | 56 |
| Identificación del producto | 56 |
| Características físicas | 56 |
| Características estructurales | 56 |
| Valor agregado o diferenciado | 57 |
| Presentación | 57 |
| Mercado meta | 57 |
| Análisis de la demanda | 57 |
| Demanda potencial | 57 |
| Productos sustitutos | 57 |
| Demanda histórica de sacos tejidos a mano | 58 |
| Proyección de la demanda | 58 |
| Oferta | 59 |
| Competencia | 59 |
| Oferta histórica de sacos tejidos a mano | 59 |
| Proyección de la oferta | 60 |

| | |
|--|----|
| La oferta y demanda histórica | 60 |
| Demanda potencial a satisfacer proyectada para el año 2016 | 61 |
| Pronóstico de ventas | 61 |
| Análisis y determinación de precios | 62 |
| Formas de comercialización, distribución | 62 |
| Promoción y publicidad | 63 |
| Conclusión | 63 |

CAPÍTULO IV

| | |
|---|----|
| Estudio técnico e ingeniería del proyecto | 64 |
| Presentación | 64 |
| Macrolocalización del proyecto | 65 |
| Microlocalización del proyecto | 66 |
| Metodología para la localización del proyecto | 66 |
| Matriz de factores | 66 |
| Capacidad del proyecto | 67 |
| Proceso de elaboración | 67 |
| Materiales para la elaboración del producto | 68 |
| Presupuesto de Inversiones | 69 |
| Conclusión | 71 |

CAPÍTULO V

| | |
|--------------------------------|----|
| Estudio económico y financiero | 72 |
| Inversión total | 72 |
| Coste de oportunidad | 72 |
| Activos diferidos | 73 |
| Capital de trabajo | 74 |
| Resumen de la inversión | 74 |
| Ingresos | 75 |

| | |
|---|----|
| Proyección de ingresos | 75 |
| Egresos | 75 |
| Costos de producción | 75 |
| Tasa de crecimiento de la inflación | 75 |
| Materia prima directa | 76 |
| Costos indirectos de producción | 76 |
| Gastos administrativos | 77 |
| Sueldos administrativos | 77 |
| Suministros de oficina | 77 |
| Servicios básicos | 78 |
| Mantenimiento de equipo de computación | 78 |
| Depreciación | 78 |
| Gastos de ventas | 80 |
| Publicidad | 80 |
| Encomiendas | 80 |
| Gastos financieros | 81 |
| Gasto pago alquiler | 82 |
| Financiamiento | 82 |
| Estados proforma | 84 |
| Balance de arranque | 84 |
| Estado de resultados | 85 |
| Flujo de caja con protección | 85 |
| Evaluación de la inversión | 86 |
| Valor actual neto | 86 |
| Tasa interna de retorno | 87 |
| Recuperación de la inversión con valores corrientes | 87 |
| Índice de endeudamiento | 87 |
| Beneficio costo | 88 |
| Punto de equilibrio | 89 |

CAPÍTULO VI

| | |
|--|----|
| Estructura organizacional | 90 |
| Aspectos básicos | 90 |
| Nombre de la pequeña empresa | 90 |
| Logotipo | 90 |
| Misión | 91 |
| Visión | 91 |
| Objetivos empresariales | 91 |
| Políticas empresariales | 91 |
| Principios y valores | 92 |
| Principios | 92 |
| Valores | 92 |
| Estructura organizacional del proyecto | 93 |
| Organigrama estructural | 93 |
| Matriz de la estructura administrativa | 94 |
| Nivel administrativo | 94 |
| Nivel operativo | 95 |
| Análisis Legal | 95 |

CAPÍTULO VII

| | |
|---------------------|-----|
| Impactos | 98 |
| Impacto económico | 98 |
| Impacto ecológico | 99 |
| impacto cultural | 99 |
| Impacto empresarial | 100 |
| Impacto general | 100 |
| Conclusiones | 101 |

| | |
|-----------------|-----|
| Recomendaciones | 102 |
| Bibliografía | 103 |
| Linografía | 105 |
| Anexos | 106 |

INDICE DE CUADROS

| | | |
|----|--|----|
| 1 | Matriz relación diagnostica | 4 |
| 2 | Ramas de actividad | 5 |
| 3 | Distribución de la población del Cantón Ibarra | 25 |
| 4 | Consumo histórico sacos | 58 |
| 5 | Demanda sacos de lana | 59 |
| 6 | Oferta histórica sacos | 60 |
| 7 | Oferta futura | 61 |
| 8 | Demanda vs oferta | 61 |
| 9 | Demanda potencial a satisfacer | 62 |
| 10 | Pronóstico de ventas. | 62 |
| 11 | Precios históricos | 63 |
| 12 | Análisis y determinación de precios | 64 |
| 13 | Método cualitativo por puntos | 68 |
| 14 | Estructura de la inversión | 71 |
| 15 | Origen de la inversión | 71 |
| 16 | Coste de oportunidad | 72 |
| 17 | Herramientas | 73 |
| 18 | Equipos y materiales técnicos | 73 |
| 19 | Muebles y enseres | 73 |
| 20 | Equipo de computación | 74 |
| 21 | Resumen de inversiones en activos fijos | 74 |
| 22 | Gastos de constitución | 75 |
| 23 | Capital de trabajo | 75 |
| 24 | Inversión pre operacional | 76 |
| 25 | Ingresos | 77 |

| | | |
|----|--|----|
| 26 | Inflación promedio | 77 |
| 27 | Materia prima directa | 78 |
| 28 | Mano de obra indirecta | 78 |
| 29 | Resumen de costos de producción | 79 |
| 30 | Rol de pagos | 79 |
| 31 | Sueldo administrativo | 80 |
| 32 | Suministros de oficina | 80 |
| 33 | Servicios básicos | 80 |
| 34 | Mantenimiento de equipo de computación | 81 |
| 35 | Depreciación | 81 |
| 36 | Resumen de gastos administrativos | 82 |
| 37 | Desglose de publicidad | 82 |
| 38 | Publicidad | 83 |
| 39 | Desglose de encomiendas | 83 |
| 40 | Encomiendas | 83 |
| 41 | Resumen de gastos y ventas | 84 |
| 42 | Gastos financieros | 84 |
| 43 | Resumen de costos y gastos | 84 |
| 44 | Resumen de costos y gastos | 85 |
| 45 | Tabla de amortización | 85 |
| 46 | Amortización | 85 |
| 47 | Balance de resultados | 88 |
| 48 | Flujo de caja | 89 |
| 49 | Valor Actual Neto | 90 |
| 50 | Tasa Interna de Retorno | 91 |
| 51 | Recuperación de la Inversión | 91 |
| 52 | Beneficio costo | 92 |

INDICE DE GRÁFICOS

| | Página |
|--|--------|
| 1 Primera pregunta encuesta productores | 6 |
| 2 Segunda pregunta encuesta productores | 7 |
| 3 Tercera pregunta encuesta productores | 8 |
| 4 Cuarta pregunta encuesta productores | 9 |
| 5 Quinta pregunta encuesta productores | 10 |
| 6 Sexta pregunta encuesta productores | 11 |
| 7 Séptima pregunta encuesta productores | 12 |
| 8 Octava pregunta encuesta productores | 13 |
| 9 Novena pregunta encuesta productores | 14 |
| 10 Décima pregunta encuesta productores | 15 |
| 11 Primera pregunta encuesta comercializadores | 16 |
| 12 Segunda pregunta encuesta comercializadores | 17 |
| 13 Tercera pregunta encuesta comercializadores | 18 |
| 14 Cuarta pregunta encuesta comercializadores | 19 |
| 15 Quinta pregunta encuesta comercializadores | 20 |
| 16 Sexta pregunta encuesta comercializadores | 21 |
| 17 Séptima pregunta encuesta comercializadores | 22 |
| 18 Octava pregunta encuesta comercializadores | 23 |
| 19 Novena pregunta encuesta comercializadores | 24 |
| 20 Primera pregunta encuesta consumidores | 26 |
| 21 Segunda pregunta encuesta consumidores | 27 |
| 22 Tercera pregunta encuesta consumidores | 28 |
| 23 Cuarta pregunta encuesta consumidores | 29 |
| 24 Quinta pregunta encuesta consumidores | 30 |
| 25 Sexta pregunta encuesta consumidores | 31 |
| 26 Séptima pregunta encuesta consumidores | 32 |
| 27 Octava pregunta encuesta consumidores | 33 |

| | | |
|----|---|----|
| 28 | Novena pregunta encuesta consumidores | 34 |
| 29 | Décima pregunta encuesta consumidores | 35 |
| 30 | Décima primera pregunta encuesta consumidores | 36 |
| 31 | Décima segunda pregunta encuesta consumidores | 37 |
| 32 | Sistema de Comercialización | 64 |
| 33 | Promoción y Publicidad | 65 |
| 34 | Mapa Provincia de Imbabura | 66 |
| 35 | Flujograma | 69 |

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

El cantón Ibarra, cuya capital es San Miguel de Ibarra, constituye el centro urbano, comercial y turístico, la población total alcanza a 181.175 de los cuáles 131.856 habitan en el sector urbano y en el sector rural es de 49.319, que en porcentaje corresponde al 72,77% y 27,22% respectivamente. El 51,54% a mujeres y 48,45% a hombres según los últimos datos fidedignos procedentes del censo nacional del año 2010. Está constituido por cinco parroquias urbanas y siete rurales como son: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y la Dolorosa de Priorato y siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio.

El comercio de Ibarra es bastante activo por lo que se comercializa toda clase de productos con los otros cantones y provincias. La ciudad de Ibarra al tener gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros es conocida internacionalmente, en especial por sus ferias.

En la actualidad su popularidad ha declinado debido a la falta de creatividad de los artesanos para ofrecer productos novedosos.

En el cantón Ibarra 9778 personas se dedican a la manufactura y de ahí se desglosan 3492 mujeres, en las cuales se incluyen aquellas que se dedican a tejer sacos de forma artesanal, las cuales no están estructuradas en empresas formales por lo que su trabajo es de cuenta particular, según el VIII Censo de Población y VII de Vivienda, el año 2010.

Sin lugar a duda las experiencias de las personas que habitan en la ciudad de Ibarra, las cuales se dedican a tejer sacos a mano, servirá de base para la constitución de la pequeña empresa sujeto de esta propuesta.

La empresa no se va a dedicar a producir directamente ya que la elaboración del producto va estar a cargo de las diferentes familias de la ciudad que se dedican a tejer sacos a mano, las cuales se encargaran exclusivamente de prestar sus servicios en Mano de Obra.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.2.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional externo en el sector artesanal y comercial de la Ciudad de Ibarra, que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de la pequeña empresa de producción y comercialización de sacos tejidos a mano.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Conocer la producción de sacos tejidos a mano que se realiza en esta Ciudad.
- Investigar las formas de comercialización de sacos tejidos a mano en la Ciudad de Ibarra.
- Determinar el mercado potencial del producto para llegar a satisfacer las necesidades.
- Establecer el proceso necesario para la elaboración de los sacos tejidos a mano.
- Fortalecer la cultural artesanal en la Ciudad.

1.3. VARIABLES

- Producción
- Comercialización
- Mercado potencial
- Proceso de elaboración

- Cultura Artesanal

1.4. INDICADORES

- **Producción**

- Tipo de productos
- Mano de Obra
- Formas de Producción
- Volúmenes de producción
- Productividad

- **Comercialización**

- Demanda
- Competencia
- Formas de Venta

- **Mercado potencial**

- Tipo de mercado

- **Proceso de elaboración**

- Control de calidad

- **Cultura artesanal**

- Producción Artesanal
- Tipos de culturas.

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

**CUADRO N° 1
MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

| OBJETIVOS | VARIABLES | INDICADORES | FUENTES | TÉCNICAS | PÚBLICO |
|---|--|---|------------------------|--|---|
| 1. Conocer la producción de sacos tejidos a mano que se realiza en esta ciudad | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Producción | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tipo de productos ▪ Mano de Obra ▪ Formas de Producción ▪ Volúmenes de producción ▪ Productividad | Primaria | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encuesta ▪ Encuesta ▪ Encuesta ▪ Encuesta ▪ Encuesta | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Productores ▪ Productores ▪ Productores ▪ Productores ▪ Productores |
| 2. Investigar las formas de comercialización de sacos tejidos a mano en la ciudad de Ibarra | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Comercialización. | <ul style="list-style-type: none"> • Demanda • Competencia • Formas de Venta | Primaria Secundaria | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encuesta ▪ Opinión de expertos ▪ Opinión de experto | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Consumidores ▪ Artesanos ▪ Artesanos |
| • 3. Determinar el mercado potencial del producto para llegar a satisfacer las necesidades. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mercado potencial | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tipo de Mercado | Primaria | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encuesta | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Consumidores |
| 4. Establecer el proceso necesario para la elaboración de los sacos tejidos a mano | <ul style="list-style-type: none"> • Proceso de elaboración | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Control de calidad | Primaria | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encuesta | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Productores |
| 5. Fortalecer la cultura artesanal de la ciudad | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cultura artesanal | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Producción artesanal ▪ Tipos de culturas. | Primaria Secundaria | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encuestas ▪ Documentos | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Productores ▪ Libros |

1.6. DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNÓSTICO

Para realizar el diagnóstico situacional se aplica el siguiente procedimiento.

1.6.1. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población económicamente activa según el VIII Censo de Población y VII de Vivienda; realizado en el año 2010; para lo cual se realizó un cuadro donde se detalla claramente la rama de actividad que tiene una estrecha relación con la labor artesanal.

CUADRO N° 2
RAMAS DE ACTIVIDAD
CANTÓN IBARRA

| POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO | | | |
|--|--------------|----------------|----------------|
| RAMAS DE ACTIVIDAD | TOTAL | HOMBRES | MUJERES |
| TOTAL | 67.988 | 44.205 | 23.624 |
| MANUFACTURA | 11065 | 7201 | 3952 |

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (2010)
ELABORADO POR: LA AUTORA

1.5.2. CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para realizar el cálculo de la muestra en el proyecto se toma como referencia la rama de actividad de manufactura del sector mujeres.

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

$$n = \frac{3952 * (1.96)^2 * (0.25)}{(3952-1) (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.25)}$$

$$n = \frac{3795.5008}{10.8379}$$

$$n = 350.21 \approx 350$$

De esta muestra obtenida se desglosó tanto para productores como para comerciantes es decir 278 encuestas y 72 respectivamente, se explica a continuación.

1.7. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

1.7.1. ENCUESTA APLICADA A PRODUCTORES

La siguiente información se obtuvo de la encuesta realizada a las personas que se dedican a prestar su mano de obra para tejer sacos de forma artesanal.

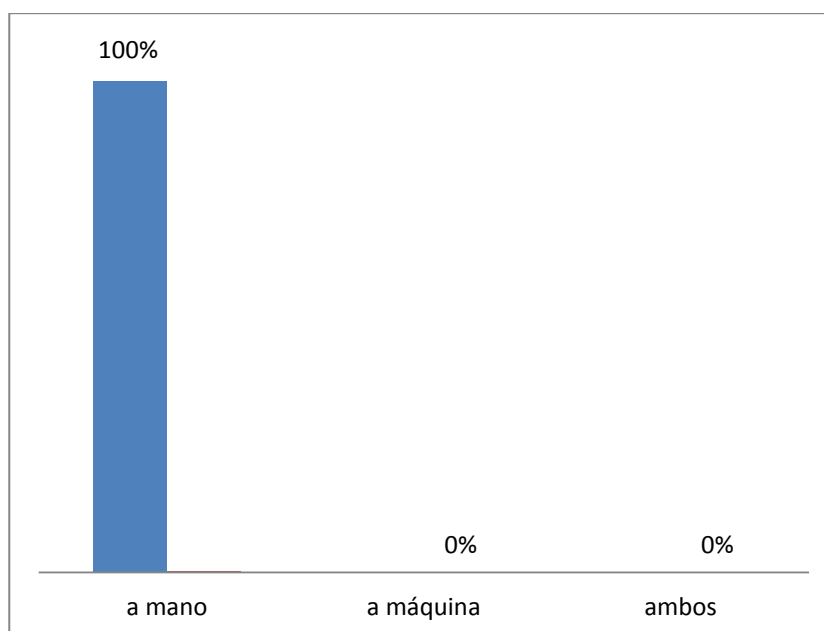
1. ¿De qué manera usted confecciona los sacos?

CUADRO N° 3 CONFECCIÓN DE SACOS

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| a mano | 278 | 100% |
| a máquina | 0 | 0% |
| ambos | 0 | 0% |
| Total | 278 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 1 CONFECCIÓN DE SACOS



**FUENTE: ENCUESTA PRODUCTORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

En su totalidad las personas se dedican a confeccionar sacos de manera artesanal, el resultado de esta forma de confección es la obtención de una calidad superior en cuanto a la durabilidad del producto.

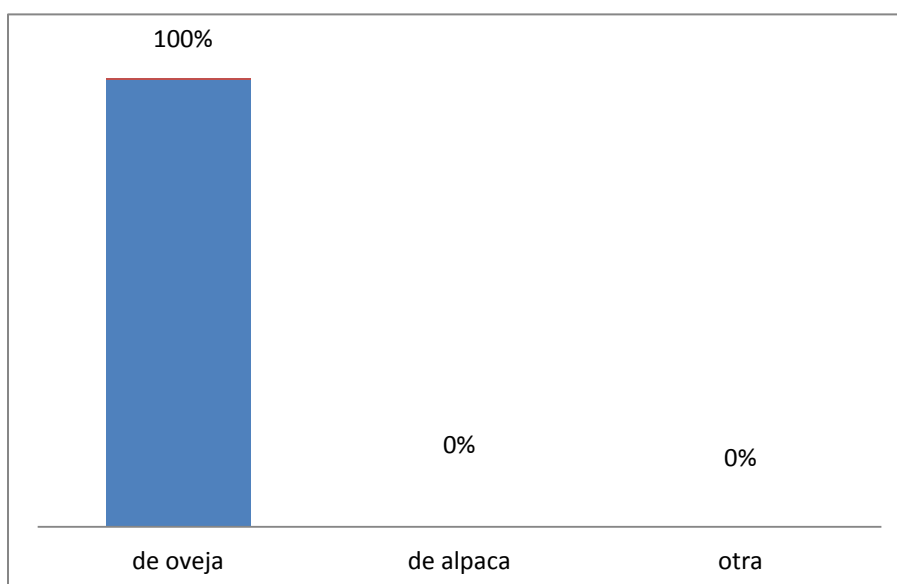
2. ¿La lana que usted utiliza para confeccionar los sacos es?

CUADRO N° 4 LANA UTILIZADA

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------|-------------------|-------------------|
| de oveja | 278 | 100% |
| de alpaca | 0 | 0% |
| otra | 0 | 0% |
| Total | 278 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 2 LANA UTILIZADA



**FUENTE: ENCUESTA PRODUCTORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

La totalidad de encuestados manifestaron que para confeccionar los sacos tejidos a mano utilizan como materia prima la lana de oveja preferentemente la de color blanco.

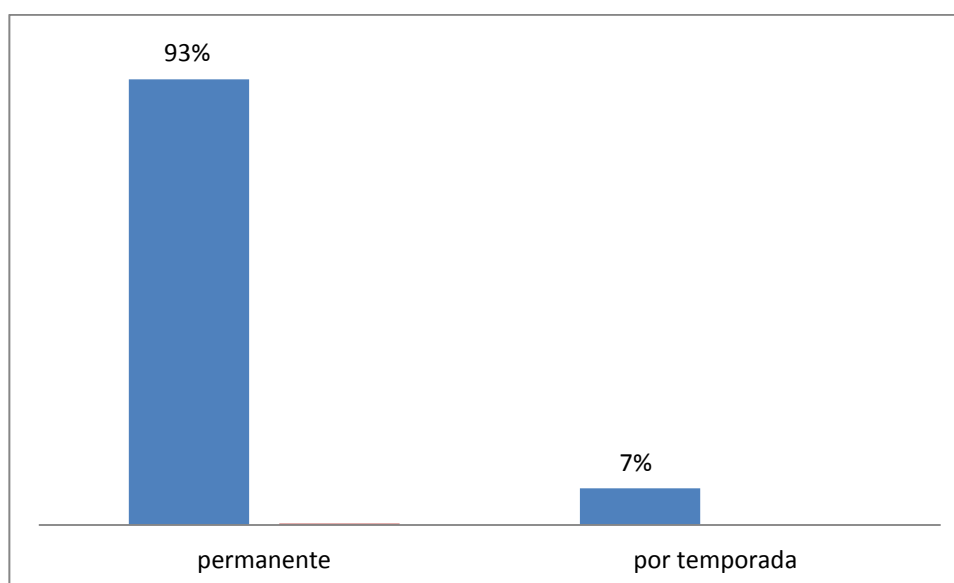
3. ¿La producción que usted realiza es?

CUADRO N° 5 PRODUCTO REALIZADO

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------|------------|------------|
| Permanente | 278 | 93% |
| por temporada | 23 | 7% |
| Total | 278 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 3 PRODUCTO REALIZADO



**FUENTE: ENCUESTA PRODUCTORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

La gran mayoría se dedican trabajar por tiempo indeterminado ya que supieron decir que la confección de sacos les representa un medio de vida para poder contribuir de alguna manera en su hogar, por otro lado un bajo porcentaje se dedican a tejer en meses que hay más producción como es en septiembre y agosto.

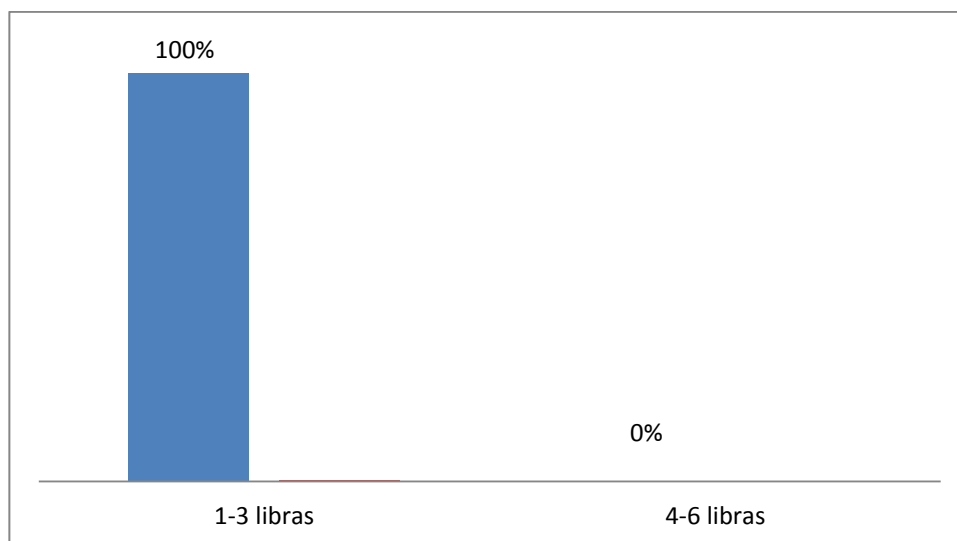
4. ¿Qué cantidad de lana utiliza por unidad?

CUADRO N° 6 CANTIDAD POR UNIDAD

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------|------------|------------|
| 1-3 libras | 278 | 100% |
| 4-6 libras | 0 | 0% |
| Total | 278 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 4 CANTIDAD POR UNIDAD



**FUENTE: ENCUESTA PRODUCTORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Un total de personas encuestadas utilizan 2,2 libras, es decir un kilogramo de lana para realizar el saco hecho a mano, tomando en cuenta que la talla de saco que más confeccionan es la M, que equivale a 60 cm. aproximadamente.

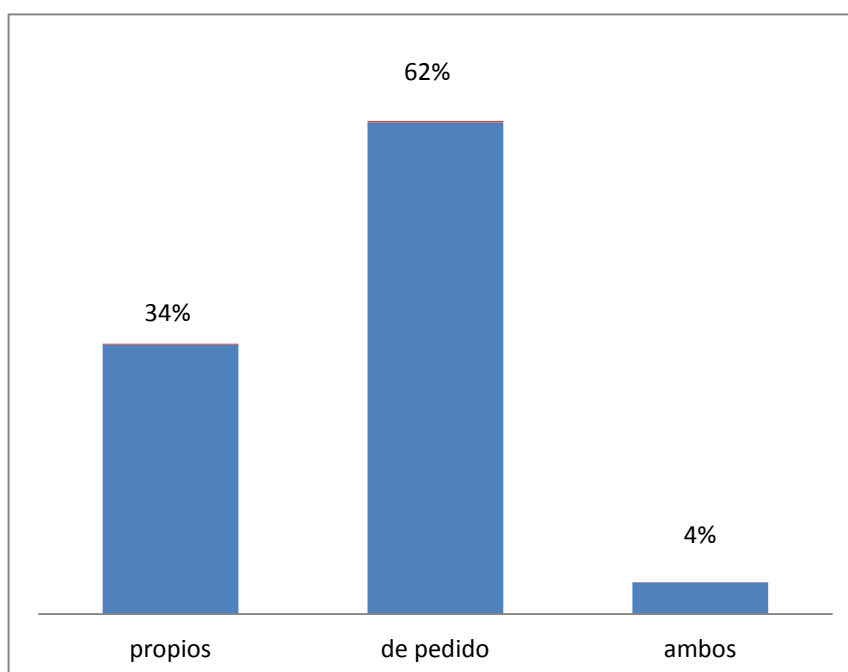
5. Los modelos para los sacos tejidos a mano que usted realiza son:

CUADRO N° 7 DISEÑOS

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| propios | 95 | 34% |
| de pedido | 172 | 62% |
| ambos | 11 | 4% |
| Total | 278 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 5 DISEÑOS



**FUENTE: ENCUESTA PRODUCTORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

La gran mayoría se dedica a realizar la confección del producto bajo pedido ya que a estas personas les dan la materia prima y los modelos de los sacos que van a elaborar, pero en otro porcentaje se dedican a realizar modelos creados por ellos mismos.

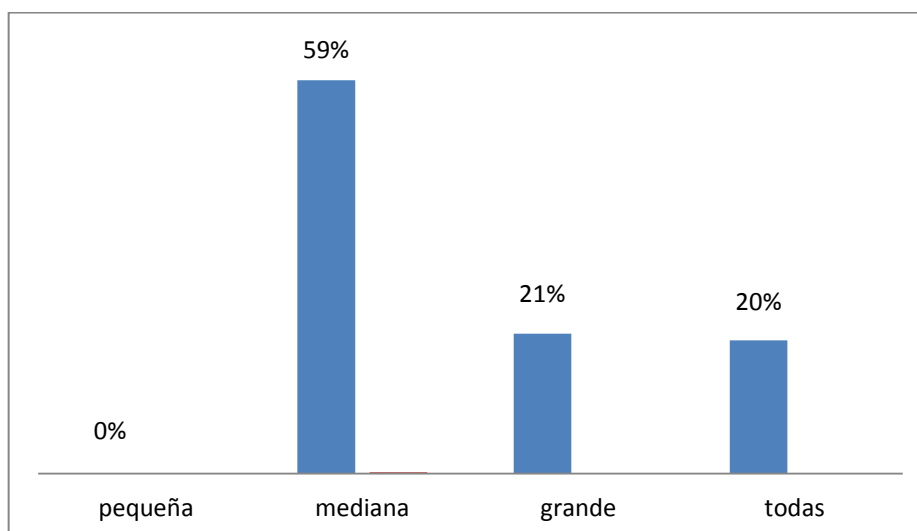
6. ¿Qué tallas de sacos son los que usted usualmente confecciona?

CUADRO N° 8 TALLAS DE SACOS

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| pequeña | 0 | 0% |
| mediana | 164 | 59% |
| grande | 58 | 21% |
| todas | 56 | 20% |
| Total | 278 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 6 TALLAS DE SACOS



**FUENTE: ENCUESTA PRODUCTORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Las tallas de los sacos que confeccionan son la talla mediana o conocida como médium por lo que está en 60 cm. de largo aproximadamente ya que esta medida es más comercializada en el mercado.

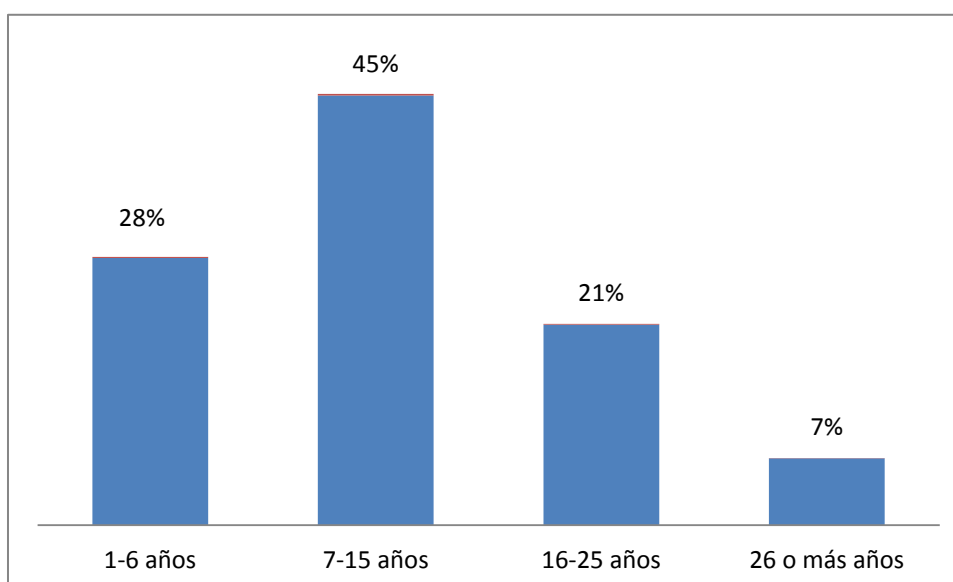
7. ¿Desde hace que tiempo usted confecciona sacos?

CUADRO N° 9 EXPERIENCIA

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------|------------|------------|
| 1-6 años | 78 | 28% |
| 7-15 años | 125 | 45% |
| 16-25 años | 58 | 21% |
| 26 o más años | 19 | 7% |
| Total | 278 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 7 EXPERIENCIA



**FUENTE: ENCUESTA PRODUCTORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Un porcentaje promedio de encuestados tienen una experiencia bastante apta, la cual sirve de buena base en los propósitos que se tiene para la realización de este proyecto.

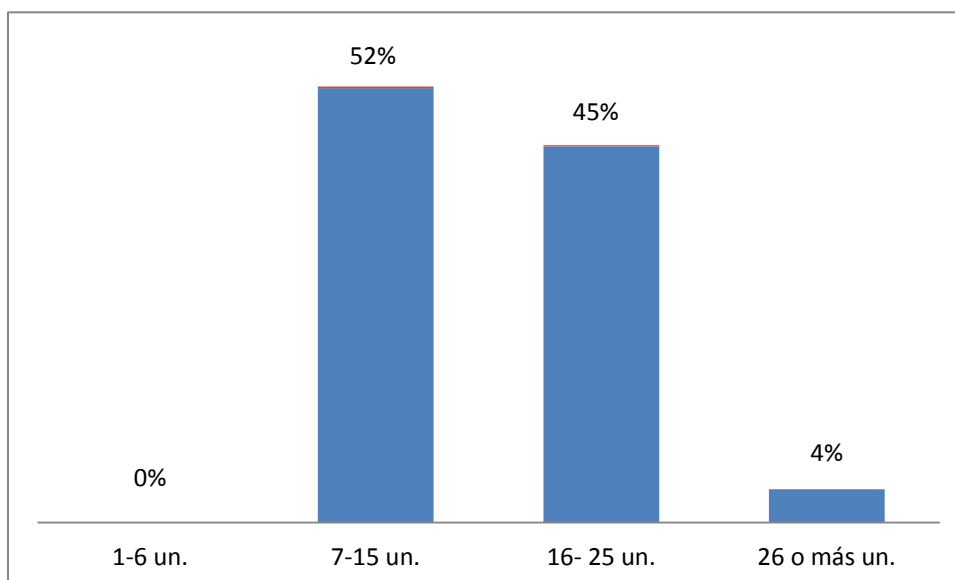
8. ¿Cuál es el número promedio de sacos que usted hace al mes?

CUADRO N° 10 SACOS PROMEDIO

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| 1-6 un. | 0 | 0% |
| 7-15 un. | 145 | 52% |
| 16- 25 un. | 125 | 45% |
| 26 o más un. | 11 | 4% |
| Total | 278 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 8 SACOS PROMEDIO



**FUENTE: ENCUESTA PRODUCTORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Se confecciona un gran número de sacos al mes ya que dijeron que les gusta hacer esto y por otro lado que esta labor les presenta una entrada económica en su hogar sin dejar atrás las tareas diarias que tienen con sus familias.

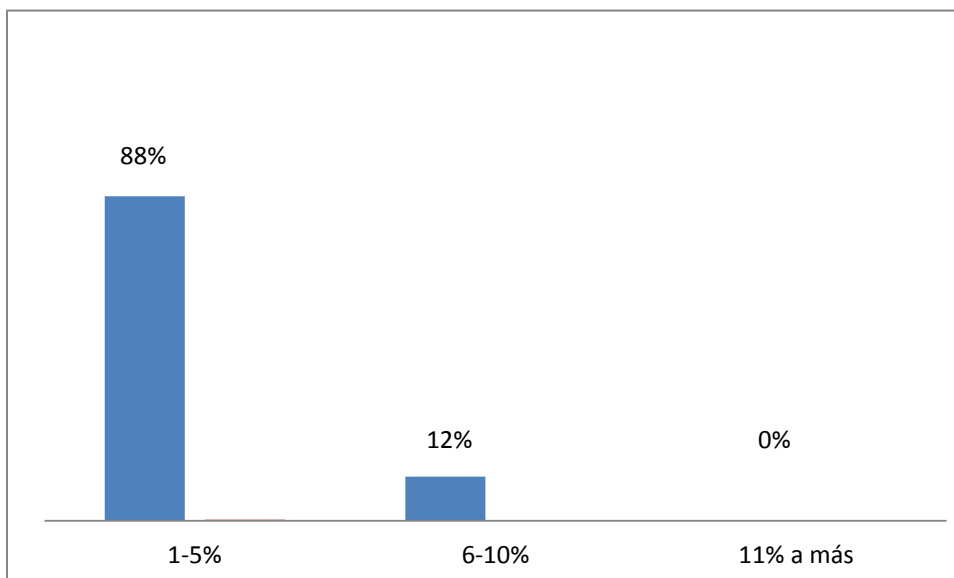
9. ¿En qué porcentaje ha crecido anualmente su producción?

CUADRO N° 11 CRECIMIENTO PRODUCCIÓN ANUAL

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------|-------------------|-------------------|
| 1-5% | 245 | 88% |
| 6-10% | 33 | 12% |
| 11% a más | 0 | 0% |
| Total | 278 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 9 CRECIMIENTO PRODUCCIÓN ANUAL



**FUENTE: ENCUESTA PRODUCTORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Casi en su totalidad supieron decir que si han tenido un incremento en su producción anual, hablaron la mayoría de un 4% aproximadamente.

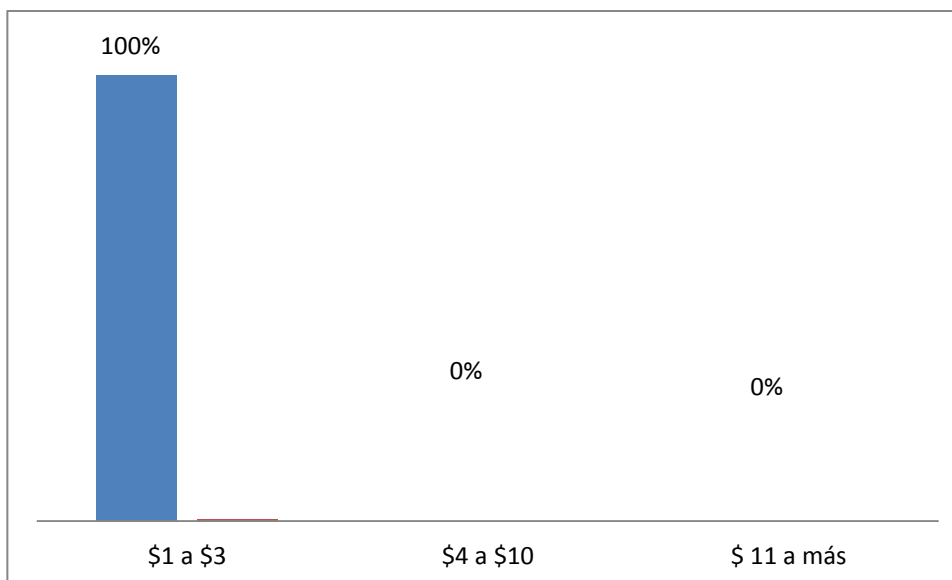
10. ¿Cuál es el precio que a usted le pagan por saco?

CUADRO N° 12 PRECIOS POR SACO

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| \$1 a \$3 | 278 | 100% |
| \$4 a \$10 | 0 | 0% |
| \$ 11 a más | 0 | 0% |
| Total | 278 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 10 PRECIOS POR SACO



**FUENTE: ENCUESTA PRODUCTORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Al total le pagan un mínimo valor por la confección del saco tejido a mano, lo que se puede notar que es una cantidad mínima misma que no está de acuerdo al esfuerzo que realiza cada tejedor.

9.1.1. ENCUESTA APLICADA A COMERCIALIZADORES

Encuesta realizada a comerciantes de la ciudad de Ibarra, que se dedican a comprar la materia prima (lana de oveja), para suministrar a las personas que se van a dedicar a tejer los sacos. Se realizó 72 encuestas desglosadas de la muestra.

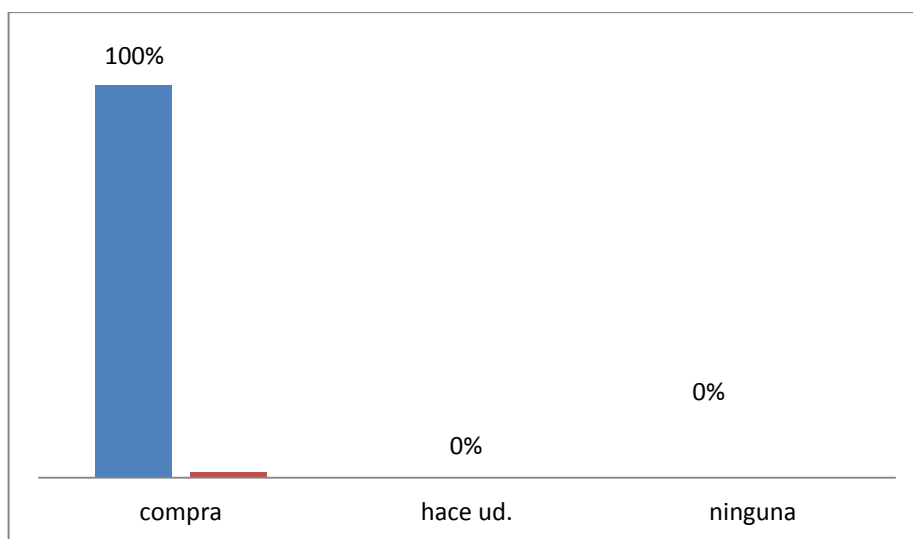
1. ¿Cómo obtiene la materia prima que utiliza para confeccionar sacos?

CUADRO N° 13 MATERIA PRIMA

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| Compra | 72 | 100% |
| hace ud. | 0 | 0% |
| Ninguna | 0 | 0% |
| Total | 72 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 11 MATERIA PRIMA



**FUENTE: ENCUESTA COMERCIALIZADORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

En su totalidad los encuestados adquieren la materia prima, posterior a eso proveen a las personas que se dedican a elaborar el producto en sus casas.

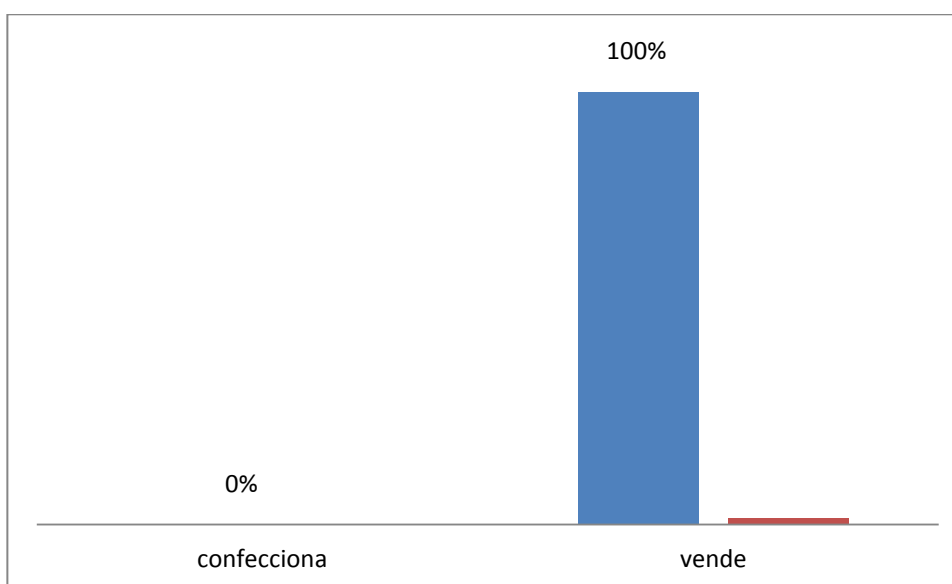
2. El producto que usted realiza solo:

CUADRO N° 14 PRODUCTO REALIZADO

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| confecciona | 0 | 0% |
| vende | 72 | 100% |
| Total | 72 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 12



**FUENTE: ENCUESTA COMERCIALIZADORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Todos se dedican a la comercialización del producto ya terminado es decir que las personas que obtienen el saco tejido a mano solo venden y no producen dicha prenda.

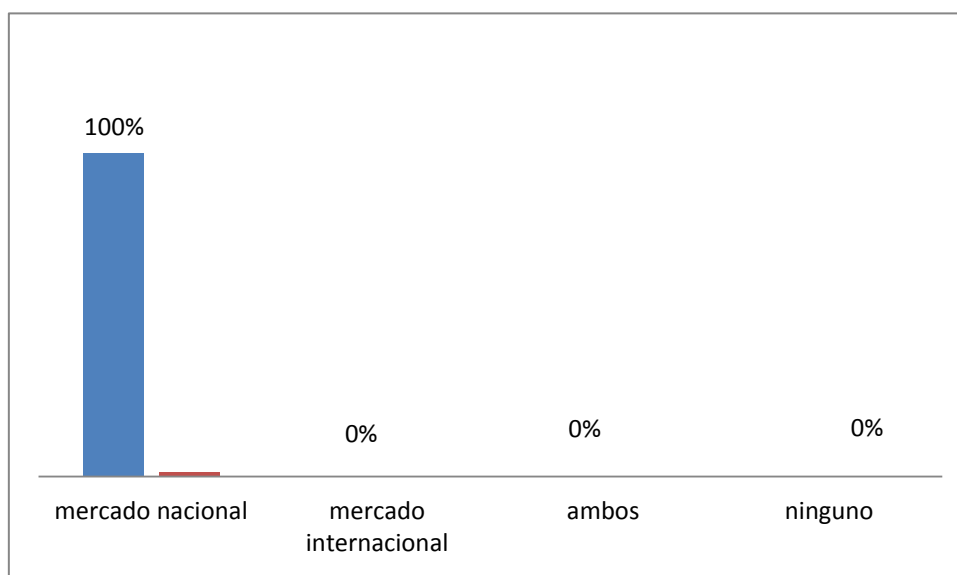
3. ¿A quién distribuye sus productos?

CUADRO N° 15 DISTRIBUCIÓN

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------|------------|------------|
| mercado nacional | 72 | 100% |
| mercado internacional | 0 | 0% |
| ambos | 0 | 0% |
| ninguno | 0 | 0% |
| Total | 72 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 13 DISTRIBUCIÓN



**FUENTE: ENCUESTA COMERCIALIZADORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Las personas encuestadas distribuyen su producto al mercado nacional como es en la Ciudad de Ibarra y también en Otavalo ya que se toma en cuenta que estos lugares son centrales para este tipo de comercialización.

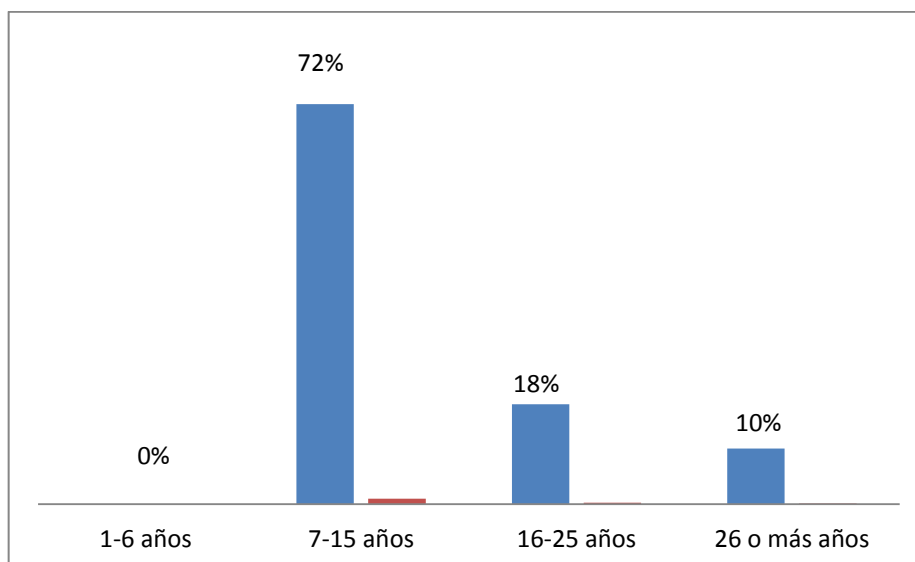
4. ¿Desde hace que tiempo usted se dedica a la venta de sacos de lana?

CUADRO N° 16 EXPERIENCIA

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------|------------|------------|
| 1-6 años | 0 | 0% |
| 7-15 años | 52 | 72% |
| 16-25 años | 13 | 18% |
| 26 o más años | 7 | 10% |
| Total | 72 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 14 EXPERIENCIA



**FUENTE: ENCUESTA COMERCIALIZADORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Un porcentaje promedio de encuestados tienen una experiencia lo cual se debe buscar estrategias adecuadas para poder comercializar el producto

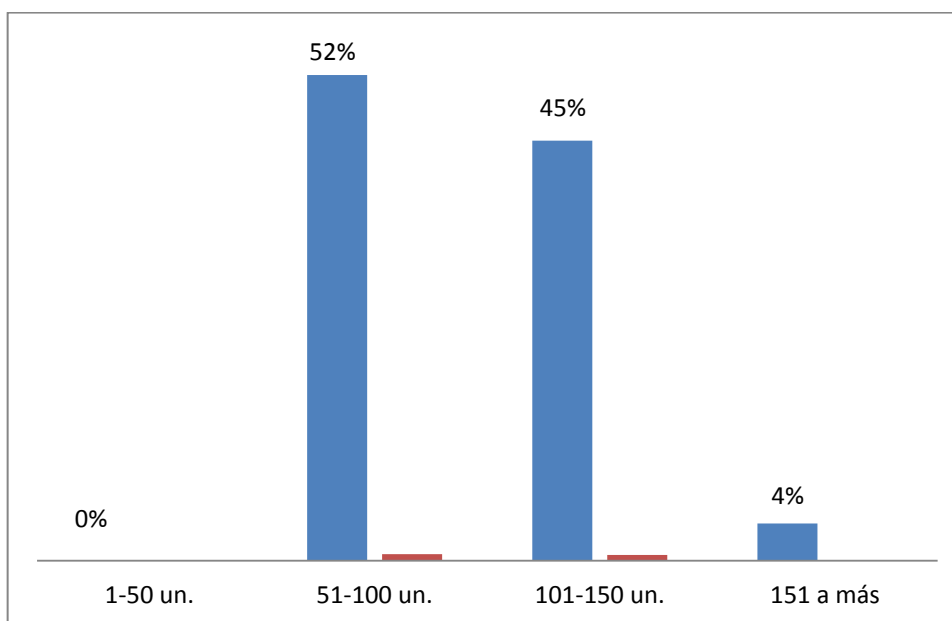
5. ¿Cuál es el número promedio de sacos que usted vende al mes?

CUADRO N° 17 SACOS PROMEDIO

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| 1-50 un. | 0 | 0% |
| 51-100 un. | 37 | 52% |
| 101-150 un. | 32 | 45% |
| 151 a más | 3 | 4% |
| Total | 72 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 15 SACOS PROMEDIO



FUENTE: ENCUESTA COMERCIALIZADORES
ELABORADO POR: LA AUTORA

Análisis

Venden un gran número de sacos al mes ya que supieron manifestar que es una actividad que llevan haciendo durante mucho tiempo.

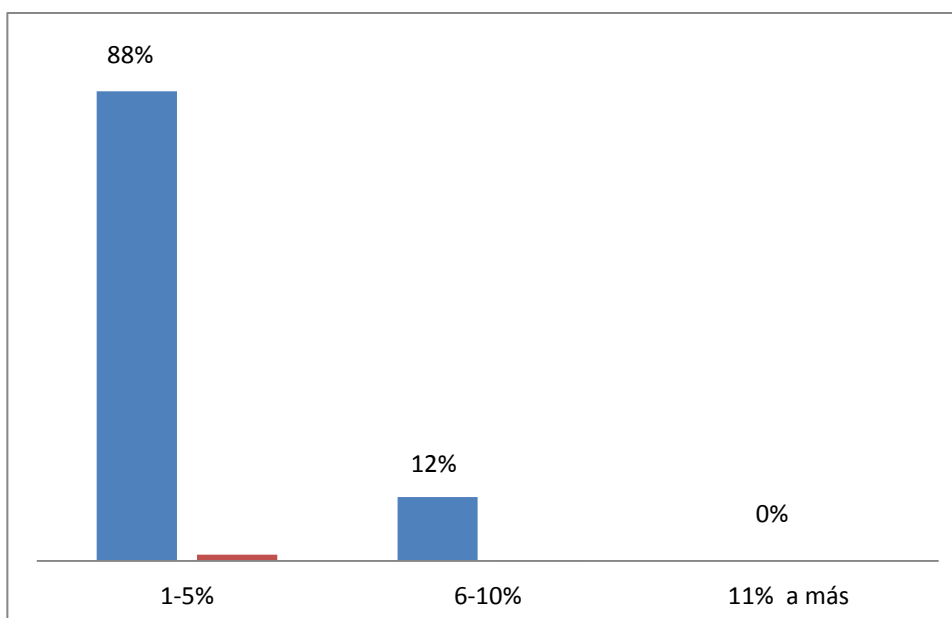
6. ¿En qué porcentaje ha crecido anualmente su producción?

CUADRO N° 18 CRECIMIENTO DE PRODUCCIÓN ANUAL

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------|-------------------|-------------------|
| 1-5% | 63 | 88% |
| 6-10% | 9 | 12% |
| 11% a más | 0 | 0% |
| total | 72 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 16 CRECIMIENTO DE PRODUCCIÓN ANUAL



**FUENTE: ENCUESTA COMERCIALIZADORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Casi en su totalidad supieron decir que si han tenido un incremento en su producción anual; hablaron la mayoría de un 4% aproximadamente lo cual es beneficioso para implantar el proyecto.

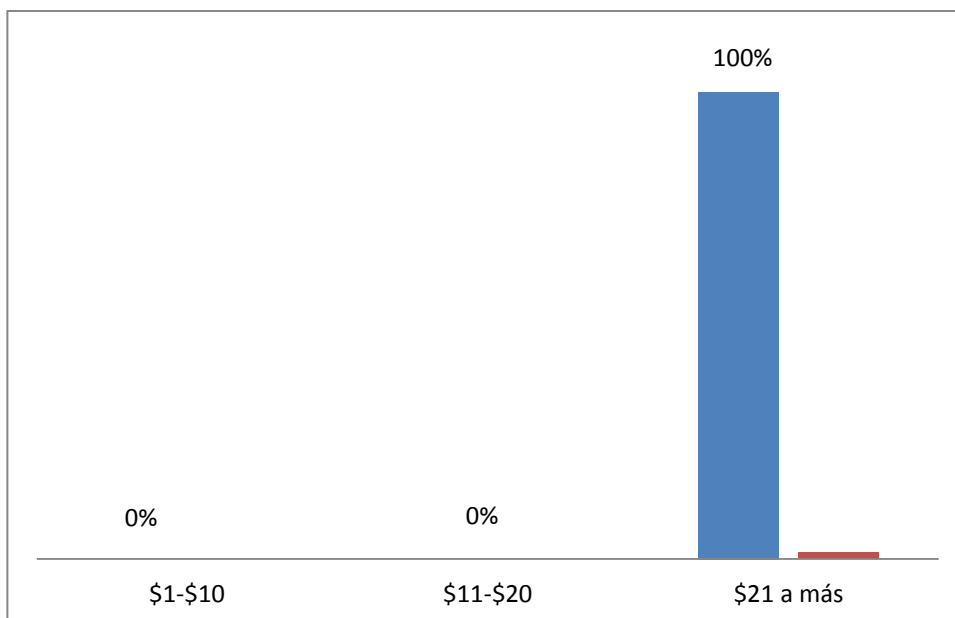
7. ¿Cuál es el precio que a usted le pagan por saco?

CUADRO N° 19 PRECIO POR SACO

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------|------------|------------|
| \$1-\$10 | 0 | 0% |
| \$11-\$20 | 0 | 0% |
| \$21 a más | 72 | 100% |
| Total | 72 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 17 PRECIO POR SACO



FUENTE: ENCUESTA COMERCIALIZADORES
ELABORADO POR: LA AUTORA

Análisis

A un gran porcentaje les pagan un cierto valor considerando algunos costos que ellos utilizan para que su producto pueda comercializarse y les genere una ganancia.

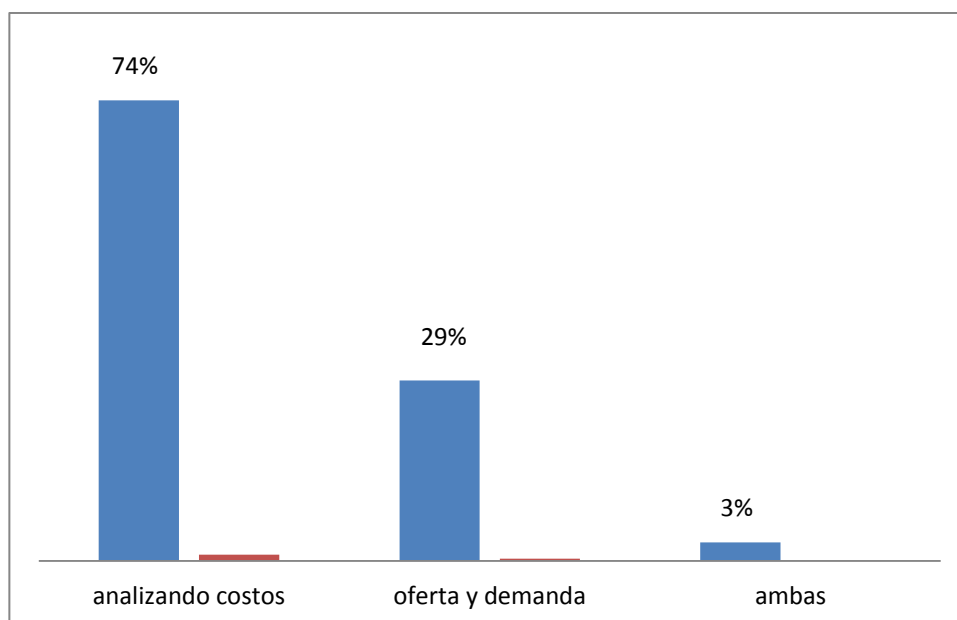
8. ¿Cómo determina usted los precios de los sacos?

CUADRO N° 20 DETERMINACIÓN DE PRECIOS

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------|------------|------------|
| analizando costos | 53 | 74% |
| oferta y demanda | 21 | 29% |
| ambas | 2 | 3% |
| total | 72 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 18 DETERMINACIÓN DE PRECIOS



**FUENTE: ENCUESTA COMERCIALIZADORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Una gran mayoría de comerciantes explican que hacen un presupuesto el cual les sirve para determinar los gastos que incurren en la elaboración de los sacos tejidos a mano.

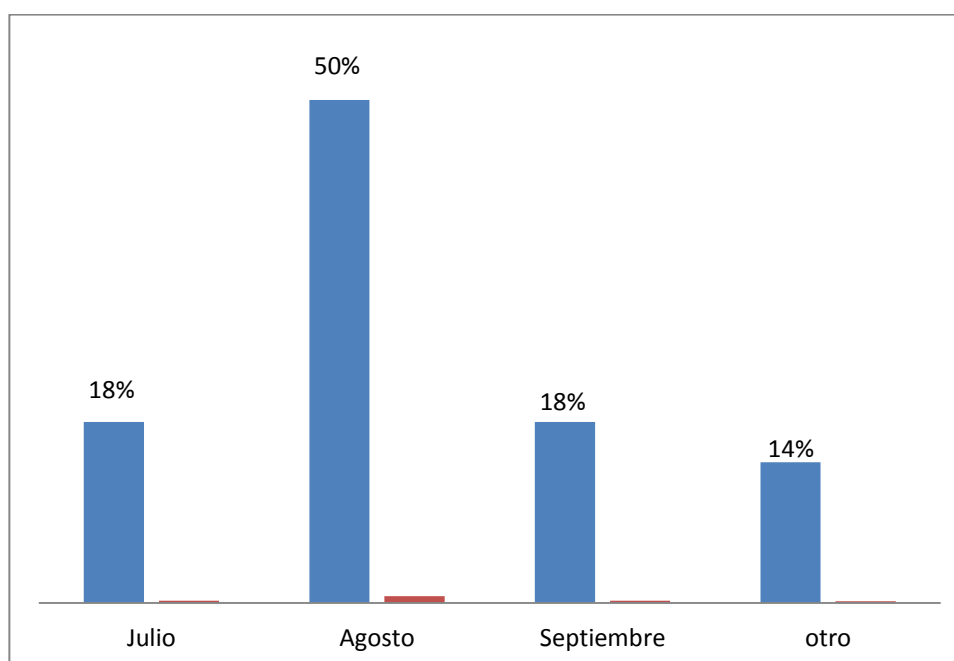
10. ¿En qué temporada vende más sacos?

CUADRO N° 21 TEMPORADA

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------|------------|------------|
| Julio | 13 | 18% |
| Agosto | 36 | 50% |
| Septiembre | 13 | 18% |
| otro | 10 | 14% |
| total | 72 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 19 TEMPORADA



**FUENTE: ENCUESTA COMERCIALIZADORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Las temporadas que consideran aptas para ofrecer sus productos comienzan desde el intermedio del año, por lo que el mercado nacional

aprovecha para exportar este producto a países que están en épocas invernales.

10.1.1. Evaluación de las encuestas del Estudio de Mercado

La población del cantón Ibarra, según el VIII Censo de Población y VII de Vivienda, realizado en el año 2010

**CUADRO N° 22
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN IBARRA**

| POBLACIÓN | TOTAL | HOMBRES | MUJERES |
|------------------------|----------------|---------------|---------------|
| TOTAL | 153.256 | 74.469 | 78.787 |
| IBARRA (URBANO) | 131.856 | 63.349 | 68.507 |
| ÁREA RURAL | 49.319 | 23.859 | 25.419 |

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (2010)

ELABORADO POR: LA AUTORA

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

$$n = \frac{131856 \cdot (1.96)^2 \cdot (0.25)}{(131856-1) (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot (0.25)}$$

$$n = \frac{126634.5024}{330.5949}$$

$$n = 383.0504 \approx 383$$

La siguiente encuesta se realizó a los consumidores de los sacos de lana en la ciudad de Ibarra; para lo cual se ha tomado la variable de Ibarra (urbano).

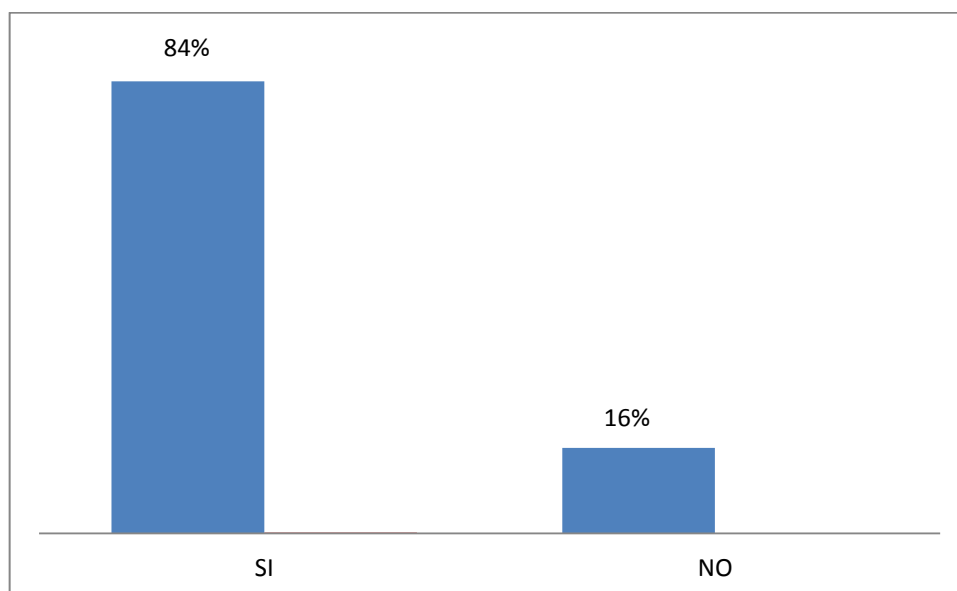
1. ¿utiliza usted sacos de lana?

CUADRO N° 23 UTILIZACIÓN DE SACOS DE LANA

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 322 | 84% |
| NO | 61 | 16% |
| Total | 383 | 100% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 20 UTILIZACIÓN DE SACOS DE LANA



**FUENTE: ENCUESTA CONSUMIDORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

La gran mayoría de las personas encuestadas utilizan sacos de lana, debido a que por las noches el clima es apto para la utilización de este producto lo que hace satisfactorio a esta información.

Desde la siguiente pregunta se tomará como referencia el 84% ya que el 16% de encuestaron manifestaron que no usan, tampoco piensan utilizar sacos de lana.

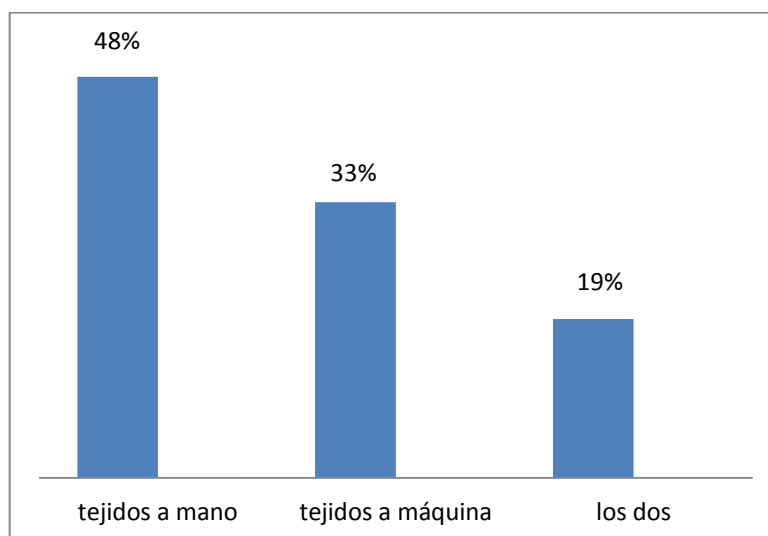
2. ¿De acuerdo a su criterio que presentación tiene más preferencia entre los consumidores?

CUADRO N° 24 PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------|------------|------------|
| tejidos a mano | 184 | 48% |
| tejidos a máquina | 127 | 33% |
| los dos | 73 | 19% |
| Total | 322 | 84% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 21 PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR



**FUENTE: ENCUESTA CONSUMIDORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Prefieren utilizar sacos tejidos a mano debido a su calidad y durabilidad, por otra parte dijeron que les gustan tejidos a máquina, por lo que tiene un costo menor contrario a los artesanales.

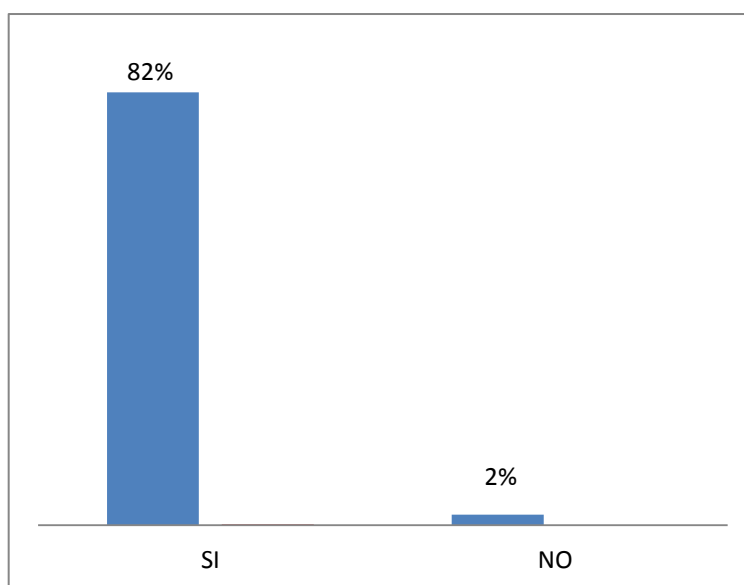
3. ¿Usted suele comprar el periódico?

CUADRO N° 25 MEDIO DE COMUNICACIÓN

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 314 | 82% |
| NO | 8 | 2% |
| Total | 322 | 84% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 22 MEDIO DE COMUNICACIÓN



**FUENTE: ENCUESTA CONSUMIDORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

La gran mayoría adquiere el periódico, lo cual será utilizado como medio de comunicación para difundir el producto y saber la aceptación en el mercado.

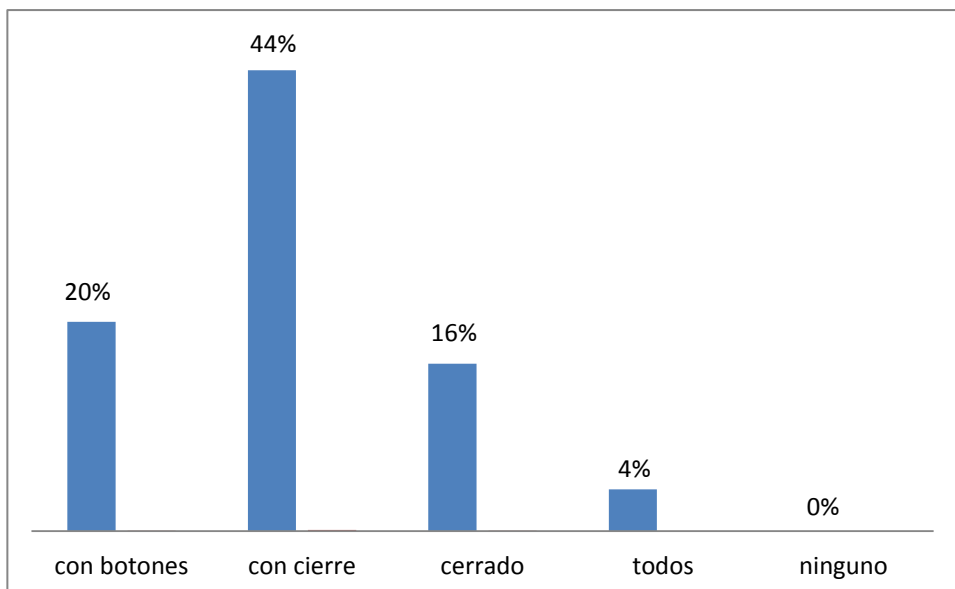
4. ¿Cómo prefiere su saco?

CUADRO N° 26 PREFERENCIA DEL PRODUCTO

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| con botones | 77 | 20% |
| con cierre | 169 | 44% |
| cerrado | 61 | 16% |
| todos | 15 | 4% |
| ninguno | 0 | 0% |
| Total | 322 | 84% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 23 PREFERENCIA DEL PRODUCTO



**FUENTE: ENCUESTA CONSUMIDORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Seleccionan al producto que viene con cierre y botones ya que es muy frecuente se observa a las personas con este tipo de diseño por lo que hace referencia a esta encuesta.

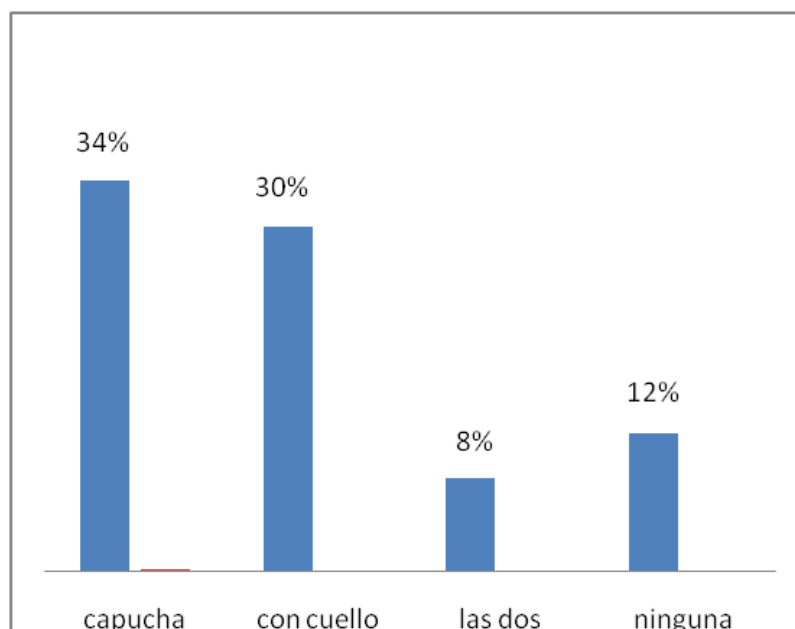
5. ¿Qué clase de saco utiliza más?

CUADRO N° 27 CLASE DE SACO

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------|------------|------------|
| capucha | 130 | 34% |
| con cuello | 115 | 30% |
| las dos | 31 | 8% |
| ninguna | 46 | 12% |
| Total | 322 | 84% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 24 CLASE DE SACO



**FUENTE: ENCUESTA CONSUMIDORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Un cierto porcentaje dice que utilizan su saco con capucha también con cuello, por lo que supieron manifestar que estos modelos son los que siempre ellos han utilizado.

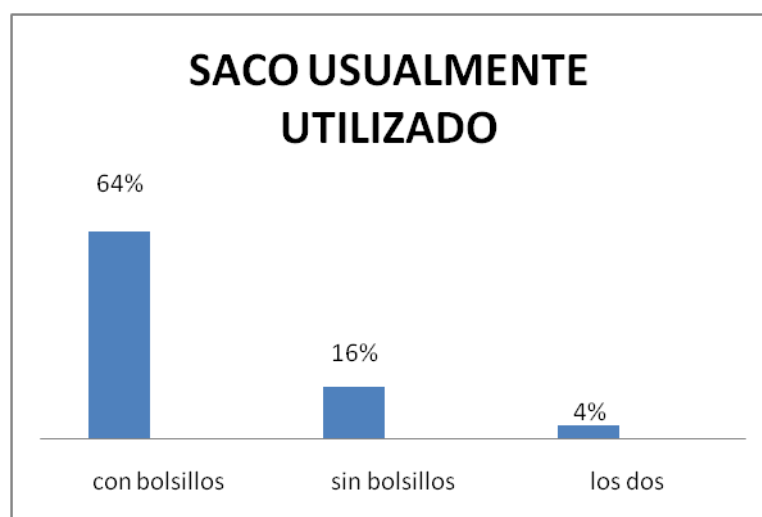
6. ¿Usualmente el saco de lana que utiliza es?

CUADRO N° 28 SACO USUALMENTE UTILIZADO

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------|------------|------------|
| con bolsillos | 245 | 64% |
| sin bolsillos | 61 | 16% |
| los dos | 15 | 4% |
| Total | 322 | 84% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 25 SACO USUALMENTE UTILIZADO



**FUENTE: ENCUESTA CONSUMIDORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

La gran mayoría de encuestados dijeron que les gusta utilizar sus sacos con bolsillos, se debe a los gustos y preferencias que tiene cada persona en la clase de saco que usan.

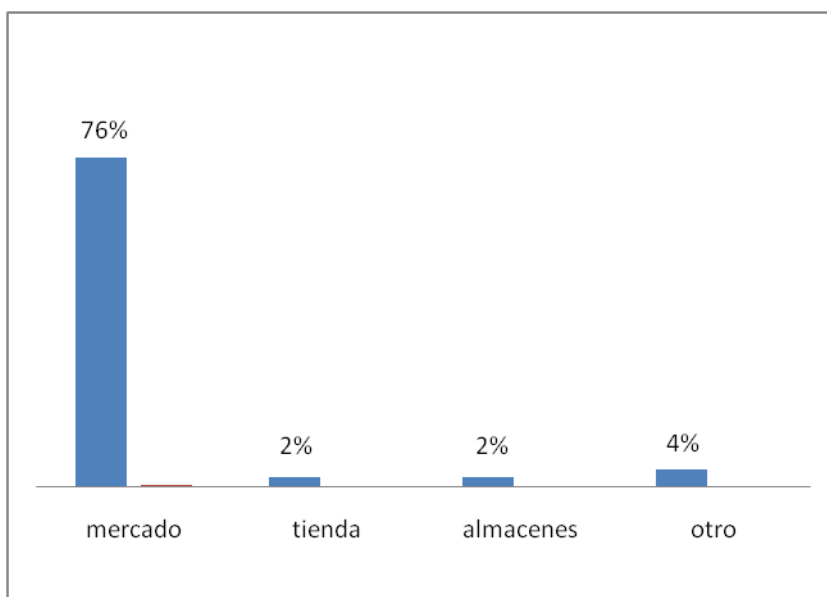
7. ¿Habitualmente dónde adquiere su producto?

CUADRO N° 29 ADQUISICIÓN DEL SACO

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| mercado | 291 | 76% |
| tienda | 8 | 2% |
| almacenes | 8 | 2% |
| otro | 15 | 4% |
| Total | 322 | 84% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 26 ADQUISICIÓN DEL SACO



**FUENTE: ENCUESTA CONSUMIDORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Casi todas las personas encuestadas adquieren su producto en el mercado ya que explican que en otros lugares el valor de este varía y no está al alcance de ellos; lo que nos da una idea más clara en donde puede ser la ubicación de la pequeña empresa.

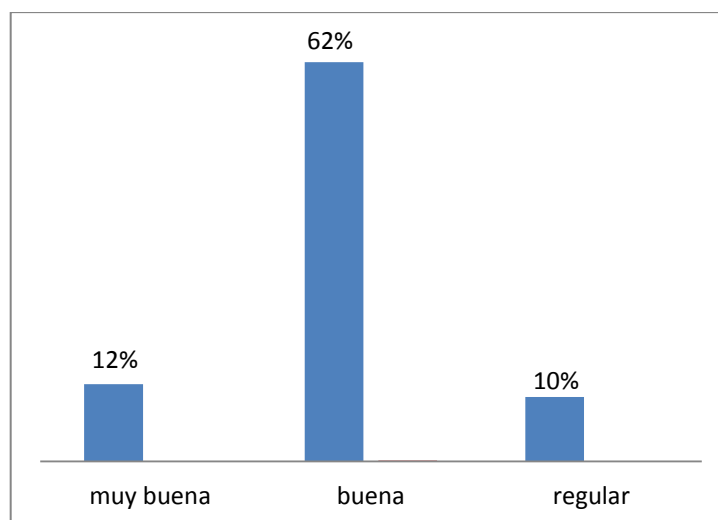
8. ¿La calidad del producto que usted adquiere es?

CUADRO N° 30 CALIDAD DEL PRODUCTO

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| muy buena | 46 | 12% |
| buena | 238 | 62% |
| regular | 38 | 10% |
| mala | 0 | 0% |
| Total | 322 | 84% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 27 CALIDAD DEL PRODUCTO



**FUENTE: ENCUESTA CONSUMIDORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

La calidad del producto que obtienen es mediana debido a que sus medios económicos no están al nivel para adquirir un producto que los sobrepase.

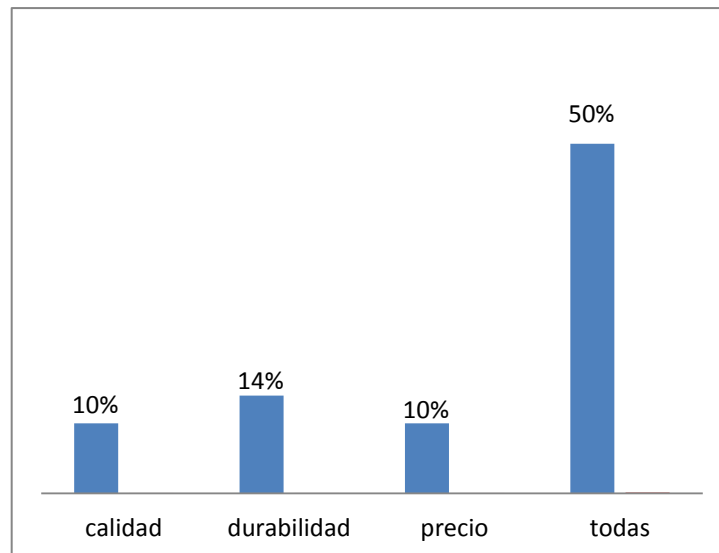
9. ¿Qué exige cuando adquiere el producto?

CUADRO N° 31 EXIGENCIAS DEL PRODUCTO

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| calidad | 38 | 10% |
| durabilidad | 54 | 14% |
| precio | 38 | 10% |
| todas | 192 | 50% |
| Total | 322 | 84% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 28 EXIGENCIAS DEL PRODUCTO



**FUENTE: ENCUESTA CONSUMIDORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

La gran mayoría de consumidores cuando adquieren el producto exigen que cumpla todas las expectativas deseadas para lo cual se debe crear estrategias de mercadeo.

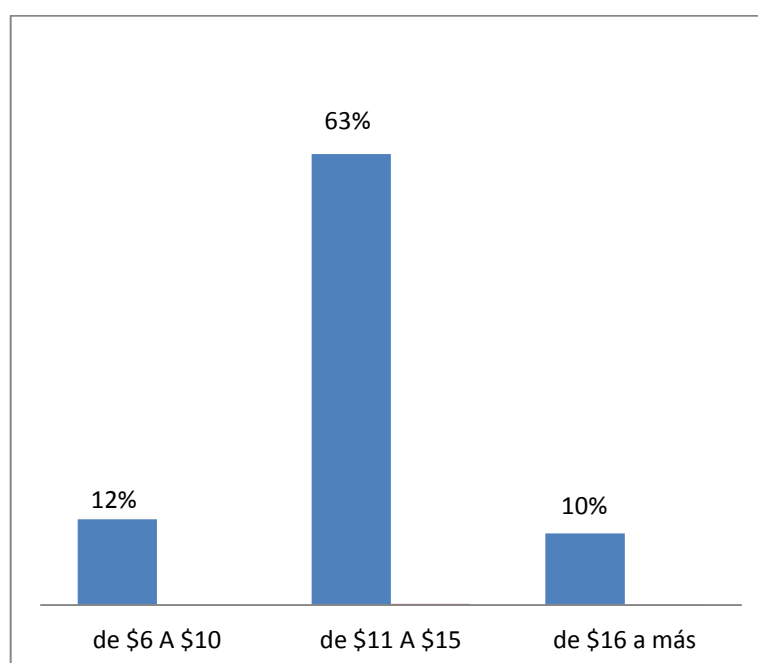
10. ¿Cuál es el precio que considera usted adecuado para la compra de este tipo de saco?

CUADRO N° 32 PRECIO ADECUADO

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------------|------------|------------|
| de \$6 A \$10 | 46 | 12% |
| de \$11 A \$15 | 242 | 63% |
| de \$16 a más | 38 | 10% |
| Total | 322 | 84% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 29 PRECIO ADECUADO



**FUENTE: ENCUESTA CONSUMIDORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

En su mayoría están dispuestos a pagar un valor medio ya que cada persona tiene diferente modo de vida, lo que hace diferencia a cada ser humano.

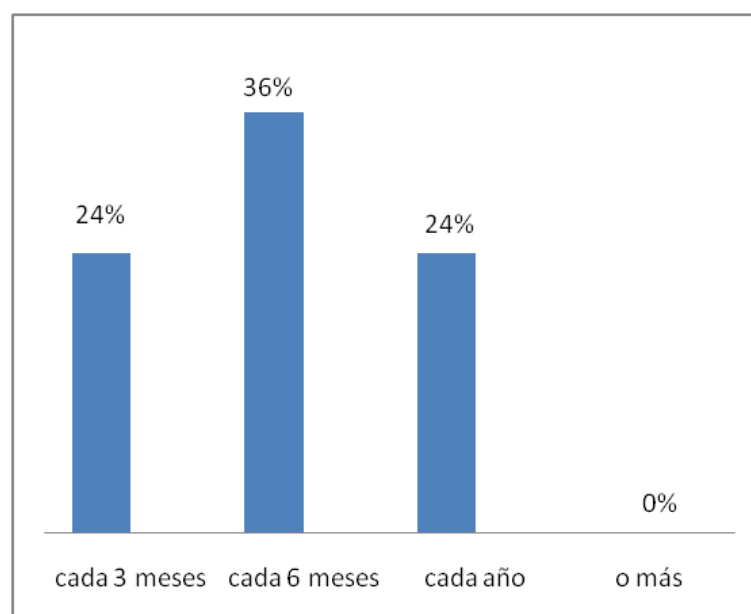
11 ¿Cada qué tiempo adquiere un saco de lana?

CUADRO N° 33 TIEMPO DE ADQUISIÓN DEL PRODUCTO

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| cada 3 meses | 92 | 24% |
| cada 6 meses | 138 | 36% |
| cada año | 92 | 24% |
| o más | 0 | 0% |
| Total | 322 | 84% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 30 TIEMPO DE ADQUISIÓN DEL PRODUCTO



**FUENTE: ENCUESTA CONSUMIDORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Con respecto al tiempo de consumo se supo manifestar que obtienen este producto cada semestre para lo cual se va a establecer estrategias a corto plazo.

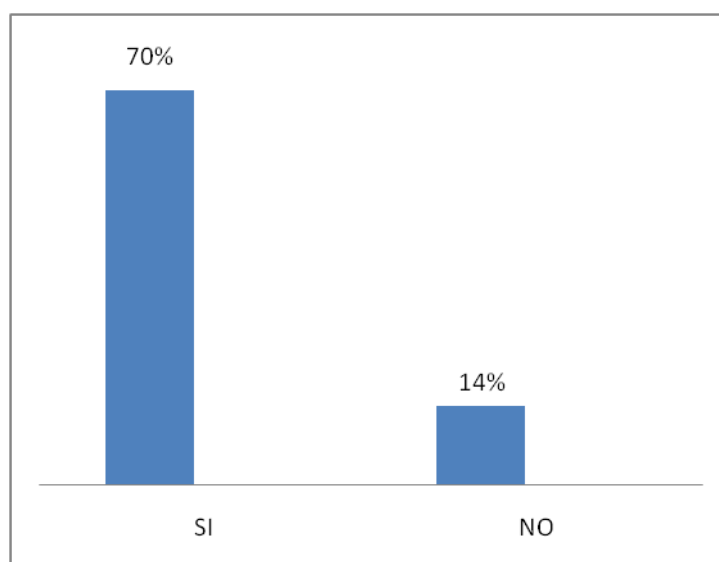
12. ¿Le gustaría a usted utilizar sacos 100% tejidos a mano?

CUADRO N° 34 SACOS TEJIDOS A MANO

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 268 | 70% |
| NO | 54 | 14% |
| Total | 322 | 84% |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO No 31 SACOS TEJIDOS A MANO



**FUENTE: ENCUESTA CONSUMIDORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Análisis

Una gran mayoría de encuestados manifestaron que les gustaría usar los sacos tejidos a mano porque son más abrigados, tienen diseños originales, se puede escoger los diversos modelos, por lo que esto es muy satisfactorio para esta investigación.

10.1.2. Entrevista

La entrevista se realizó a la Sra. Elena Juma, quién se dedica a la compra de materia prima y venta de sacos tejidos a mano.

En esta entrevista se pudo percibir un ambiente de confianza por parte de la persona encuestada, por lo que se puede destacar que comercializar un saco tejido a mano es una actividad rentable.

Cuestionario:

¿Cuántos sacos vende a la semana?

Bueno, más o menos se vende como 40 sacos semanales

¿Cuánto utiliza de lana por saco para que le den tejiendo?

Casi tres libras, diría que un kilo más o menos por saco.

¿A cuánto compra la materia prima?

Compro a dos dólares o casi tres dólares, dependiendo del vendedor.

¿La mano de obra que está a su cargo usted cuanto le paga por saco más o menos?

Digamos que como tres dólares porque tengo que sacar los gastos de lo que compro la materia prima y lo que voy a ganar.

¿A cuánto vende cada saco?

Más o menos a 14 dólares...

¿Cuánto tiempo lleva en el ámbito de la confección de los sacos de lana?

Bueno, como 15 años aproximadamente.

10.1.3. Resumen de las encuestas y entrevista

Se concluyó que los sacos tejidos a mano tienen una gran aceptación entre los consumidores ya que son elaborados artesanalmente y esto da lugar a la mayor apertura en el mercado nacional por su calidad y durabilidad.

10.2. DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, RIESGOS Y OPORTUNIDADES

- **Aliados**

- Alianza estratégica con empresas manufactureras
- Alianzas comerciales (asociación de artesanos)
- Proveedores nacionales.

- **Oponentes**

- Competencia
- Pérdida de cultura artesanal

- **Riesgos**

- Fidelidad de la mano de obra

- **Oportunidades**

- Apertura de mercados nacionales
- Pocos manufactureros
- Ser Ciudad altamente turística

10.3. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA

A través del análisis del diagnóstico situacional se determina la falta de una empresa comercializadora de sacos tejidos a mano acorde a las

expectativas y realidad del mercado de la ciudad de Ibarra para fortalecer y desarrollar una cultura de consumo de sacos tejidos a mano.

10.4. RESUMEN DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

De acuerdo al diagnóstico de la entrevista, encuesta, se determina las siguientes variables del diagnóstico, en las cuales se determinó los diferentes puntos de vista de las personas que se dedican a tejer sacos a mano, como funciona su producción y comercialización, así también el conocimiento que tienen en realizar esta labor por lo que les representa un medio de vida.

Se pudo también apreciar que su necesita experiencia y dedicación para la elaboración de los sacos de lana.

La comercialización de los sacos tejidos a mano es una actividad que tiene rentabilidad.

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. LA EMPRESA

Es una organización, institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes y servicios.

<http://www.org/wiki/Empresa>

Según la definición de empresa es una actividad que se desarrolla mediante una idea, la cual se espera tenga como fin una rentabilidad por lo que se ha tomado decisiones acertadas se puede dar a conocer y así posesionarse en el mercado de forma global; en este caso la empresa que se dedica a la producción y comercialización de sacos tejidos a mano es una actividad fructífera ya que a más de crear fuentes de empleo fijo se logra mantener estable a la cultura artesanal.

Así, se puede considerar que esas diferencias enfatizan una definición de uso común en círculo comercial de sacos de lana ya que esta empresa es un sistema que con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a los consumidores de este producto artesanal y sus deseos, a través de esta actividad económica

2.2. LA PEQUEÑA EMPRESA

2.2.1. Definición

THOMPSON (2007) “Es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de

servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad" variables y gastos de fabricación”.

Según lo expuesto anteriormente la definición exacta de una pequeña empresa depende de la legislación de cada país. Por tanto en todos los países que la forman, se entiende por pequeña empresa a aquellas empresas que presentan como mínimo uno de los criterios como es que el número de empleados inferior a 10 personas. El volumen de negocio anual (facturación) igual o inferior a cierto porcentaje y que el volumen de activos del año (general anual) igual o inferior a cierto porcentaje establecido. Algunos especialistas destacan la importancia del volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos para definirla. Otros toman como referencia el criterio económico – tecnológico (Pequeña Empresa precaria de Subsistencia, Pequeña Empresa Productiva más consolidada y orientada hacia el mercado formal o la pequeña unidad productiva con alta tecnología).

Existen diversos criterios para caracterizar a la Pequeña Empresa. Sin embargo la legislación, cuando de reglamentarla o promocionarla se trata usualmente ha utilizado, los montos anuales vendidos y/o el número de personas ocupadas o el valor de los activos, para establecer sus límites.

2.2.2. Ventajas y desventajas de la Pequeña Empresa

Según Derek Leebaert (2007): Las ventajas con que se tiende a ser económicamente más innovadora que las compañías más grandes, es más apta para responder a las cambiantes exigencias del consumidor, más dispuesta a crear oportunidades para las mujeres y grupos minoritarios y para emprender actividades en las zonas empobrecidas. Tiene la capacidad de realizar alianzas y sociedades, a diferencia de las grandes empresas con intereses competitivos demarcados

Las desventajas de la Pequeña Empresa es que los emprendedores de pequeñas empresas, en muchas ocasiones, tienen que dejar su empleo para iniciar su empresa o lo hacen cuando sufren un despido; lo cual, implica un cambio drástico no solo en lo económico, sino también en el modo de vida. www.monografias.com

Según el criterio antes mencionado se puede realizar alianzas con algunas pequeñas empresas que estén estrechamente relacionadas con la producción y comercialización de sacos tejidos a mano para así tener más oportunidades en el mercado.

2.2.3. Clasificación

Según el tamaño de la Empresa: Existe el criterio de utilizar la densidad de capital para definir los diferentes tamaños de la Pequeña Empresa. La densidad de capital relaciona el valor de los activos fijos con el número de trabajadores del establecimiento. Mucho se recurre a este indicador para calcular la inversión necesaria para crear puestos de trabajo en la Pequeña Empresa. www.wikipedia.com

Considerando lo expuesto la pequeña empresa puede tener rentabilidad aún por su tamaño, por otro lado no tiene muchas expectativas de venta ya que no cuenta con mucho capital para que esta crezca.

2.3. QUÉ SON LOS SACOS DE LANA

“Son prendas de vestir, que se utiliza como materia prima la lana que suele ser de oveja, por lo regular su color es blanco y gris” www.mira.ec/paginas/Artesanias/artesantias.aspx

Con lo expuesto anteriormente se puede decir que los sacos tejidos a mano son creaciones artísticas, se realizan manualmente utilizando como materia prima la lana de oveja, logrando crear diseños y modelos de los sacos que son tejidos con sus propias mano sin utilización de artefactos

industriales y es así que se llega a obtener un producto terminado de calidad, ya que las personas que se dedican a esta labor se encargan de ver cada uno de los detalles antes de que su producto salga al mercado.

Los sacos tejidos a mano son comercializados a diferentes lugares ya que tienen mucha aceptación.

Estos sacos son fabricados con lana de borrego, la cual es elaborada en Otavalo y de ahí se distribuye a todo el mercado nacional, mayormente a la ciudad de Ibarra para la elaboración de los sacos que van a ser tejidos a mano.

2.3.1. Característica de los sacos tejidos a mano

Fabricación manual, domiciliaria, para consumo de la familia o la venta de un bien restringido. En el mismo lugar se agrupan el usuario, el artesano, el mercader y el transporte.

www.monografias.com

Las personas elaboran los sacos tejidos a mano, seleccionando personalmente la materia prima en este caso es la lana de borrego, dándole propio estilo, su personalidad. Requiere de una fuerza laboral altamente especializada en el diseño de las operaciones de manufactura, especialmente para el armado final del producto. Tienen una organización descentralizada en una misma ciudad. Cada artesano se especializa en un componente del producto. El volumen de la producción es generalmente reducido

2.3.2. La Lana

La lana es una fibra natural que se obtiene de las ovejas y de otros animales como llamas, alpacas, vicuñas, mediante un proceso denominado esquila. Se utiliza en la industria textil para confeccionar productos tales como sacos, cobijas, ruanas, guantes, calcetines, suéteres. Wikipedia, la enciclopedia libre.mht

La lana es la materia prima principal para la elaboración de los sacos tejidos a mano.

Las lanas más valiosas son las que proceden de ovejas de tres a seis años. Una oveja produce al año de uno a 3 kilos de lana fina o de dos a seis kilos de lana gruesa, según se trate de una raza u otra. Las partes aisladas del vellón muestran grandes diferencias en cuanto a finura y estado de limpieza, según la parte del cuerpo de que procedan. La clasificación del vellón tiene su importancia, si se aspira a lograr cierta uniformidad en el hilado.

El gran número de razas de ovejas y la influencia variable de las condiciones de vida del animal actúan sobre las características de la lana. La clasificación de la lana se hace teniendo en cuenta una serie de características, de las cuales las más importantes son las siguientes: finura, longitud, regularidad en el grado de ensortijado y uniformidad, resistencia y alargamiento, elasticidad, flexibilidad, color, brillo y rendimiento.

2.4. QUE ES ARTESANÍA

“La artesanía es un arte manual que se puede contemplar desde varios puntos de vista ya que cada persona tiene diferentes habilidades y cualidades de las cuales se pueden distinguir”

<http://definiciónde/artesanía/>

Las personas que se dedican a la elaboración de sacos tejidos a mano ya están realizando una artesanía ya que con el hecho de realizar manualmente esta actividad se convierte en un arte.

2.5. CULTURA

Son los conjuntos de saberes, creencias y pautas de conducta de un grupo social, incluyendo los medios materiales, que usan sus

miembros para comunicarse entre sí y resolver sus necesidades de todo tipo. <http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>

La cultura es muy importante para lograr el posicionamiento en el mercado con los sacos de lana ya que con el ritmo de tiempo actual las costumbres se han ido perdiendo, con la producción y comercialización de este producto se da a conocer que todavía se está tratando de mantener esta cultura.

2.5.1. Cultura Artesanal

Es la actividad artesanal es practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios artesanales. www.monografias.com

Aquellos que ejercen un oficio manual, en este caso las personas o miembros de la familia que se dedican a la elaboración de los sacos de lana, esta labor se la realiza sin ayuda de máquinas, equipos o herramientas, es decir que prevalece la actividad manual.

En la cultura artesanal de los sacos tejidos a mano está siempre presente es arte manual que tiene cada individuo para la transformación de este producto.

2.6. PROCESO PRODUCTIVO

Los procesos Productivos son una Secuencia de actividades requeridas para elaborar un producto (bienes o servicios).

<http://www.infomipyme.com>

La elaboración de los sacos tejidos a mano es una actividad de arte manual, generalmente existen varios caminos que se pueden tomar para producir los sacos tejidos a mano, pero la selección cuidadosa de los

sacos de lana y así se puede lograr todos los objetivos de la producción y comercialización.

2.7. PRODUCCIÓN ARTESANAL

“Es la fabricación de bienes y servicios los cuales son realizados de forma manual además sirve para que a través de la no utilización de maquinaria se ayude a no contaminar el ambiente”

www.monografias.com

La producción artesanal al modo de producción correspondiente a etapas históricas la división del trabajo (en la que el artesano dominaba todo el trabajo). Actualmente se sigue utilizando esta denominación para referir a aquellos procesos, en este caso para la elaboración de los sacos tejidos a mano.

La producción manual de los sacos de lana ha ido perdiendo mucha aceptación debido a los productos industrializados; tomando en cuenta esto, con mayor razón se incentiva a realizar la elaboración de los sacos tejidos a mano.

2.8. MANUALIDADES

Las manualidades, en términos generales, son trabajos efectuados con las manos, con o sin ayuda de herramientas.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Manualidades>

El saco de lana es hecho a mano por lo que le convierte en una creatividad única realizada con las manos, arte que solo algunas personas nacen con esa habilidad, otras lo practican mucho y se vuelve una actividad y un medio de vida para sustentar a la familia de alguna manera, tomando esto como oficio permanente.

2.9. LA COMERCIALIZACIÓN

KOTHER, Philip; ARMSTRONG, Gary (2008): “Es un proceso social y directivo por el que los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean mediante la creación de intercambio de valor con los demás”.

Bajo este concepto, la comercialización se ocupa de aquello que los consumidores desean, lo que se debe utilizar de manera adecuada el tiempo ya que significa disponer del producto cuando el cliente lo desee.

Es la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades.

La comercialización de los sacos tejidos a mano se va a distribuir en la ciudad de Ibarra, por lo que es necesario formar estrategias para una mejor distribución de los sacos de lana, ya que esto es muy importante para el éxito.

El concepto de comercialización significa que la pequeña empresa se encamine a satisfacer a los consumidores de los sacos tejidos a mano

2.9.1. Importancia de la Comercialización

“La importancia de la comercialización radica en la facilidad que va a proporcionar al planear y organizar las actividades necesarias para que en el momento preciso, una mercancía venderse y/o servicio”.
Wikipedia, la enciclopedia libre.mht

Es tan vital la comercialización de los sacos tejidos a mano ya que podemos proyectar la aceptación que se tiene con el producto elaborado, además encontrar el mercado potencial del cual se va a sustentar y así seguir produciendo.

2.9.2. El Marketing

“El Marketing es una herramienta de apoyo hacia las acciones de venta de la empresa, que se basa en el trabajo sobre el producto, el mercado, el precio, la publicidad y promoción, colocación estratégica en los puntos de venta y distribución”

<Http/MercadotecniaenRelacionesComerciales.mht>

Para tener mayor aceptación de los sacos tejidos a mano se analiza la razón social, el logotipo y el slogan ya que son muy adecuados, además se debe llevar determinado diseño (color, tamaño, textura, material), va a realizar un estudio de mercado para saber quién va a ser el público objetivo y qué necesidades tiene, además analizar a la competencia para saber cuáles son sus puntos fuertes y débiles, sus innovaciones, sus precios, para saber cuáles son los aspectos competitivos del producto.

De acuerdo a estos factores mencionados, teniendo en cuenta los costos de producción y establecidos el margen de ganancia.

También un punto muy importante es la negociación que se logra con la distribución de los sacos de lana.

Además se va a determinar los canales de distribución más eficientes para hacer llegar el producto a los puntos de venta.

2.10. MERCADO POTENCIAL

“Las preferencias del consumidor le permiten elegir diferentes alternativas entre los consumidores para la compra de productos”
<html.rincondelvago.com/preferencias-del-consumidor.html>

El consumidor es muy importante debido a que la empresa de comercialización y producción de sacos tejidos a mano se basa en esto para salir adelante en el mundo empresarial artesanal, ganándose la fidelidad del cliente y fidelidad del mismo.

2.11. ESTUDIO DE MERCADO

BACA (2010): “se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”.

Tomando como referencia el concepto anterior se explica que el estudio de mercado se refiere a toda la información que ayude para enfrentar las condiciones del mercado en la ciudad de Ibarra, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo; esta información debe ser lo suficientemente veraz para poder demostrar que existe un número suficiente de consumidores de los sacos tejidos a mano, con las características necesarias para considerarlo como demanda del mismo, además que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la producción que se piensan ofrecer por lo que se cuenta con las bases para utilizar canales de comercialización adecuados y así poder calcular los efectos de la demanda con respecto al producto

2.12. ESTUDIO TÉCNICO

BACA (2010): “el estudio técnico puede subdividirse en cuatro partes que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”.

Con lo expuesto anteriormente se puede decir que el estudio técnico se lo realiza haciendo una explicación detallada del producto, incluyendo todas las características físicas, presentaciones, dimensiones, colores, de los sacos tejidos a mano.

2.13. ESTUDIO FINANCIERO

Es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

www.empreendedor.unitec.edu

Con lo expuesto anteriormente, se dice que en un estudio financiero abarca el balance general que es el encargado de reportar todos los activos, pasivos y el capital contable de la pequeña empresa

El Estado de resultados se prepara periódicamente en este caso está proyectado para cinco años, en él se registran ventas, costos de ventas, gastos y utilidades o pérdidas.

Las proyecciones de los ingresos se realizan las ventas que se tendrán y el precio al que se venderán los sacos tejidos a mano. Las ventas del año cero se obtienen a través de la investigación de mercado.

Por otro lado las proyecciones reflejan el comportamiento de la capacidad de la inversión, la cual se cancela en un tiempo determinado es decir en el transcurso de la proyección del proyecto.

El valor del efectivo se toma de los flujos de caja proyectados que es donde se refleja el efectivo disponible cada año y que se trasladara a la cuenta de caja en los balances generales proyectados.

2.13.1. Flujo de Caja

ZAPATA, Pedro (2008): “Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida gerencial en recaudar y usar el dinero así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura”

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado, en este caso en cinco años, ya que así se constituye el indicador de liquidez de la pequeña empresa.

El estudio de los flujos de caja dentro de la pequeña empresa se utilizará, problemas de liquidez, el ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez.

2.13.2. Valor actual neto (VAN); tasa interna de retorno (TIR)

2.13.2.1. Valor Actual Neto

JACOME, Walter (2005): “Es el poder adquisitivo actual monetario que tiene el monto destinado a invertir en el momento cero o fase de arranque del proyecto”

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual es decir, actualizar mediante una tasa, todos los flujos de caja futuros de la pequeña empresa. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

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

proyecto es rentable, considerándose el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

2.13.2.2. Tasa Interna de Retorno

BRIGHAM, Eugene; HOUSTON, Joel (2005): “Tasa de descuento que hace que el valor presente de los ingresos de un proyecto sean iguales al de sus costos”

Está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de la pequeña empresa, a mayor tasa interna de retorno, mayor rentabilidad; se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la tasa interna de retorno se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la Tasa interna de retorno será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la tasa interna de retorno supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

Es la tasa de interés por medio de la cual se recupera la inversión; es la tasa de interés máxima a la que se pueden endeudar para no perder dinero con la inversión.

2.14. CONTABILIDAD

BRAVO, Mercedes: (2009) “Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su seriación económica y financiera al término”

La Contabilidad es la disciplina que se encarga de determinar, medir y cuantificar los factores de riqueza de las empresas, con el fin de servir para la toma de decisiones y control, presentando la información, previamente registrada.

Es la técnica que produce sistemática y estructuradamente información cuantitativa, expresada en unidades monetarias acerca de las transacciones realizadas en la pequeña empresa y de ciertos eventos económicos identificables y cuantificables que la afectan, con la finalidad de facilitar a los diversos interesados,

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

El estudio de mercado, permite identificar en forma futura la aceptación o no de los sacos de lana tejidos a mano, permitiendo determinar la oferta y demanda que requiere en el mercado.

La investigación se realiza en forma amplia en la ciudad de Ibarra, en la cual interviene factores como: productores, intermediarios y consumidores finales.

El resultado de las encuestas permite tener una idea clara de cómo se encuentra la situación de consumo y oferta de sacos tejidos a mano, su distribución, precios y diseños del producto.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

3.2.1. Características físicas

Los sacos tejidos a mano se realizan en lana de borrego. Los hermosos y originales diseños resaltan la figura. Puede realizarse en gran cantidad de colores con diferentes pinches o con botones. Son sacos 100% lana de oveja, tejidos manualmente por manos artesanas especializadas. Estos sacos pueden ir acompañados con accesorios como guantes, gorras o bufandas del mismo diseño o modelo del saco.

3.2.2. Características estructurales

La lana de borrego o acrílica es utilizada para realizar los sacos tejidos a mano el cual para la elaboración tiene la siguiente materia prima.

Lana de oveja

Agujones

3.2.3. Valor agregado o diferenciado

El saco de lana se diferencia de los demás debido a que es elaborado artesanalmente es decir a mano, también estos sacos tejidos a mano se diferencian en sus modelos o diseños debido a que estos son originales.

3.2.4. Presentación

El producto que se pretende dar a conocer, el mercado tendrá una presentación de la siguientes medidas en talla M, como es de 60cm. de largo y 47cm. de ancho para lo cual sus modelos y colores serán de acuerdo a las exigencias en tendencia a la moda.

3.3. MERCADO META

El mercado meta es el público al que va dirigido el producto, en este caso esta direccionado hacia los consumidores de la Ciudad de Ibarra en los mercados locales y nacionales. En base a las encuestas realizadas existe un porcentaje de 70%, que si les gustaría consumir el producto, lo que permite tener un mercado meta amplio es decir a las mujeres y hombres de entre 13 y 65 años de edad.

3.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.4.1. Demanda potencial

La demanda potencial es el conjunto de posibles consumidores, en este caso el proyecto está dirigido para la ciudad de Ibarra, por lo que la demanda potencial sería de 131.856 habitantes aproximadamente, pertenecientes a Ibarra urbano.

Mediante la demanda potencial no se tiene claro cuál es el verdadero mercado ya que está conformada por personas que hipotéticamente pueden comprar el producto.

3.4.2. Productos sustitutos

Los productos que se encuentran en el mercado aquellos que se comercializan para toda la población en diferentes precios, tamaños y

colores, aquellos que pueden reemplazar a los sacos de lana tejidos a mano son los siguientes: chompas, abrigos, chaquetas, entre otros.

3.4.3. Demanda histórica de Sacos tejidos a Mano

CUADRO N° 35 CONSUMO HISTÓRICO SACOS

| AÑOS | EXPORTACIONES | TASA ANUAL DE CAPITAL |
|-----------------|---------------|-----------------------|
| 2007 | 12.850 | |
| 2008 | 13.530 | 5,29 |
| 2009 | 14.110 | 4,29 |
| 2010 | 15.210 | 7,80 |
| 2011 | 16.570 | 8,94 |
| TASA PROMEDIO = | | 6,58 |

**FUENTE: CÁMARA DE COMERCIO
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Según los datos se obtuvo una tasa de crecimiento en los años respectivos de 6,58%

3.4.4. Proyección de la Demanda

Para proyectar la demanda futura del consumidor de sacos de lana se utilizó como fundamento datos históricos obtenidos en la Cámara de Comercio

Para realizar las proyecciones de demanda se utilizará la siguiente fórmula:

$$D_t = D_o (1+k)^n$$

D_t = Demanda pronosticada o proyectada

D_o = Demanda inicial o de partida

K = Tasa de crecimiento (positiva)

Tasa de crecimiento (negativa)

n = periodo de tiempo

CUADRO N° 36 DEMANDA SACOS DE LANA

| AÑOS | DEMANDA FUTURA |
|------|----------------|
| 2012 | 17.660 |
| 2013 | 18.822 |
| 2014 | 20.060 |
| 2015 | 21.380 |
| 2016 | 22.787 |

**FUENTE: CONSUMIDORES POTENCIALES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Crecimiento del 6.58% como cálculo.

La demanda proyectada de los sacos tejidos a mano por parte de los consumidores potenciales resulta ser muy buena para el proyecto ya que en el periodo 2012 se obtiene una demanda de 17.660 sacos y en el último periodo la demanda sería de 22.787 sacos de lana, es decir el incremento en estos periodos resulta muy beneficioso para el desarrollo del presente proyecto.

3.5. OFERTA

3.5.1. Competencia

La competencia que tiene el producto es esencialmente con la ciudad de Atuntaqui y Otavalo las cuales se dedican a expandir grandes cantidades de sacos lana ya que es muy reconocida en este aspecto, es conveniente buscar estrategias adecuadas para dar a conocer a la ciudad de Ibarra que también elaboran este producto.

3.5.2. Oferta histórica de Sacos Tejidos a Mano

Para establecer la oferta se tomará como referencia datos obtenidos a través de las encuestas y el modelo de proyección propuesto

CUADRO N° 37 OFERTA HISTORICA SACOS

| AÑOS | OFERTA HISTORICA | TASA ANUAL DE CRECIMIENTO |
|------|------------------|---------------------------|
| 2011 | 14.400 | 4% |

**FUENTE: PRINCIPALES PRODUCTORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

La oferta histórica del año 2011 se obtiene a través de la encuesta realizada. **(VER GRÁFICO No 9)**

3.5.3. Proyección de la Oferta

Para proyectar la oferta se tomará como referencia una tasa de crecimiento anual del 4%.

CUADRO N° 38 OFERTA FUTURA

| AÑOS | OFERTA FUTURA |
|------|--------------------|
| | $D_t = D_o(1+k)^n$ |
| 2012 | 14.976 |
| 2013 | 15.575 |
| 2014 | 16.198 |
| 2015 | 16.846 |
| 2016 | 17.520 |

**FUENTE: CONSUMIDORES POTENCIALES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

La oferta futura de los sacos de lana presenta un crecimiento, lo cual es beneficioso para el proyecto ya que la competencia sería reducida, permitiendo entrar en el mercado.

3.6. LA OFERTA Y DEMANDA HISTÓRICA.

CUADRO N° 39 DEMANDA VS OFERTA

| AÑO | DEMANDA | OFERTA | DEMANDA POTENCIAL |
|------|---------|--------|-------------------|
| 2007 | 12.850 | - | - |
| 2008 | 13.530 | - | - |
| 2009 | 14.110 | - | - |
| 2010 | 15.210 | - | - |

| | | | |
|------|--------|--------|-------|
| 2011 | 16.570 | 14.400 | 2.170 |
|------|--------|--------|-------|

**FUENTE: PRINCIPALES PRODUCTORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

La demanda y oferta se puede visualizar desde el año 2011 ya que la oferta es tomada de la encuesta realizada para hacer la comparación con la demanda.

3.7. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER PROYECTADA PARA EL AÑO 2016

CUADRO N° 40 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

| AÑO | DEMANDA | OFERTA | DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER |
|------|---------|--------|--------------------------------|
| 2012 | 17.660 | 14.976 | 2.684 |
| 2013 | 18.822 | 15.575 | 3.247 |
| 2014 | 20.060 | 16.198 | 3.862 |
| 2015 | 21.380 | 16.846 | 4.534 |
| 2016 | 22.787 | 17.520 | 5.267 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

Relacionando la oferta y demanda proyectada se presenta una buena oportunidad para comercializar los sacos de lana en la ciudad de Ibarra.

3.8. PRONÓSTICO DE VENTAS

CUADRO N° 41 PRONÓSTICO DE VENTAS

| AÑO | VENTAS |
|------|--------|
| 2012 | 17.660 |
| 2013 | 18.822 |
| 2014 | 20.060 |
| 2015 | 21.380 |
| 2016 | 22.787 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

Para pronosticar las ventas se ha tomado como base la demanda potencial a satisfacer del año 2012 que es de 17.660 unidades hasta un tope de 22.787

3.9. ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS

El precio para los sacos tejidos a mano se establece tomando en cuenta la encuesta realizada en el año 2011.

CUADRO N° 42 PRECIOS HISTÓRICOS SACOS DE LANA

| AÑOS | PRECIO | TASA ANUAL DE CRECIMIENTO $i=(C_n/C_o)-1$ |
|------|--------|--|
| 2011 | 14 | 4% |

**FUENTE: PRINCIPALES PRODUCTORES
ELABORADO POR: LA AUTORA**

La producción aumenta en un 4%. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los productores (**VER GRÁFICO No 16**)

CUADRO N° 43 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS

| AÑO | PRECIO DE LA COMPETENCIA ENTREVISTA | PRECIO DE LA COMPETENCIA ENCUESTA | PRECIO PROMEDIO EN DÓLARES |
|------|-------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------|
| 2012 | 14,00 | 15,00 | 14,50 |
| 2013 | 14,55 | 15,59 | 15,07 |
| 2014 | 15,12 | 16,20 | 15,66 |
| 2015 | 15,72 | 16,84 | 16,28 |
| 2016 | 16,33 | 17,50 | 16,92 |

**FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA**

Los precios para los años proyectados aumentan en 3.93% en precio promedio de acuerdo a la inflación.

3.10. FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN

Para que el producto llegue al cliente es necesaria la utilización de canales de distribución. Para una mejor comercialización se va a realizar en forma indirecta.

GRÁFICO No 44 SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

| COMERCIALIZACIÓN INDIRECTA | |
|---------------------------------------|-------------------------------|
| PRODUCTOR | PROVEEDOR |
| Pequeña empresa Artesanal Sweaters | mercados locales y nacionales |

ELABORADO POR: LA AUTORA

3.10.1. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

A través de un análisis de mercado meta de los sacos tejidos a mano necesitamos una estrategia de introducción y de desarrollo del producto con lo cual se va a incentivar a adquirir, tratando de posesionarse en el consumidor, la misma que se realizará por medio de estrategias tales como: promoción y publicidad.

GRÁFICO No 32 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD



"ARTESANALSWEATERS"
SACOS TOTALMENTE ARTESANALES

Contactos: Ing. Eliza Narváez
Teléfono: 2 546 671
E- mail: artesweater@hotmail.com
Web: www.artesanalsweaters.com
Dirección: Huertos Familiares
Ibarra - Ecuador

ELABORADO POR: LA AUTORA

3.11. CONCLUSIÓN

Mediante el estudio de mercado se pudo identificar claramente las características físicas y estructurales del producto, el cual se pretende colocar en el mercado además se pudo conocer el mercado meta y la demanda potencial al cual está dirigido este producto, lo cual permitió analizar el comportamiento pasado y proyectar a futuro la demanda de los sacos tejidos a mano, analizando los factores de diversa índole que influyen sobre los consumidores.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1. PRESENTACIÓN

El propósito de este capítulo es determinar aspectos importantes y relevantes que intervienen en el desarrollo del proyecto para su realización se analizan ciertos factores que actúan entre ellos tenemos los siguientes:

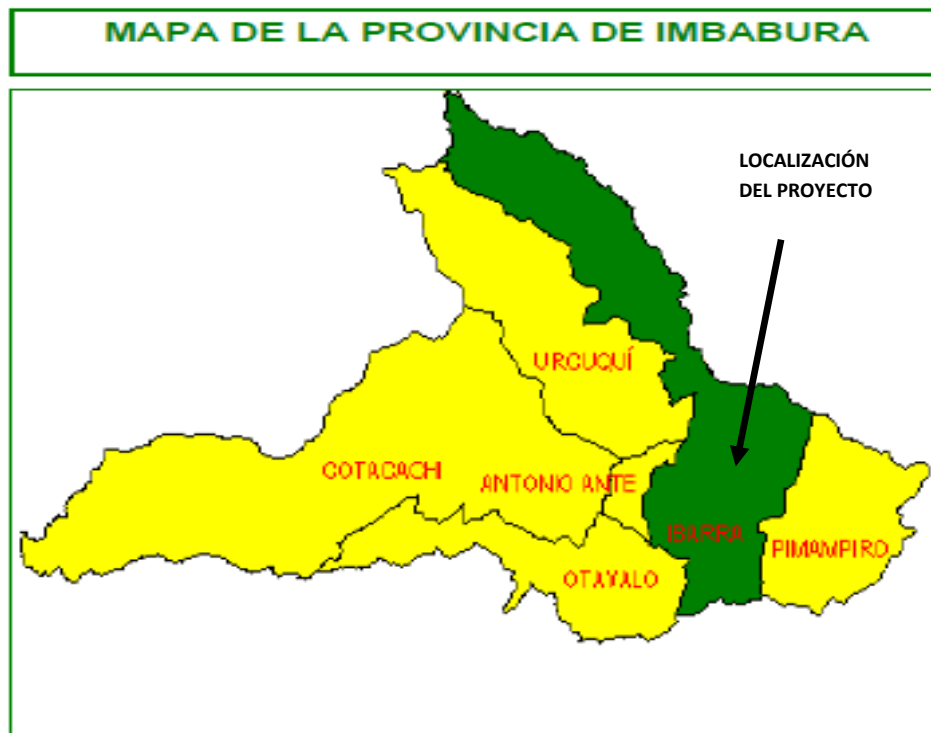
- Macrolocalización del proyecto
- Microlocalización del proyecto
- Metodología para la localización del proyecto
- Capacidad del proyecto
- Proceso de elaboración
- Materiales para la elaboración del producto
- Presupuesto de inversiones

Los mismos dependiendo del desarrollo del proyecto se conocerá el nivel de importancia que van teniendo cada uno de ellos, porque el propósito principal es dar un adecuado manejo al recurso que se tiene disponibles, tratando así de optimizar recursos.

A continuación se detallan los diferentes factores que intervienen en este capítulo como son:

4.1. MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

GRAFICO No 33 MAPA PROVINCIA DE IMBABURA



FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS
ELABORADO POR: LA AUTORA

La provincia de Imbabura denominada provincia de los lagos. Limita al Norte con Carchi y Esmeraldas, al Sur con Pichincha, al Este con la Provincia de Sucumbíos y al Oeste con Esmeraldas.

Su capital es Ibarra fue fundada el 28 de septiembre de 1606. Tiene una superficie de 4986 Km². Esta provincia posee una diversidad de pisos climáticos que van desde me húmedo y semi- húmedo, pasando por el mesodérmico seco hasta el páramo. La temperatura promedio oscila entre 8° y 28° C.

La producción y comercialización de sacos tejidos a mano se elaborara en el Ecuador, ya que la lana de borrego se la fábrica en distintas regiones,

pero se puede encontrar más en la provincia de Imbabura por su clima y en esta zona existe la crianza de borregos por la utilización de la lana para la fabricación de sacos por el clima de esta región, especialmente en la ciudad de Ibarra.

Ibarra queda en el centro de muchas poblaciones cercanas que se dedican a la crianza de borregos, esta ciudad sería también un lugar estratégico para la venta de estos productos, porque la mayoría de personas salen de sus comunidades a realizar compras en la ciudad de Ibarra.

4.2. MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El cantón Ibarra, cuya capital es San Miguel de Ibarra, constituye el centro urbano, comercial y turístico de una fértil región, la población total alcanza a 153.256 según estadísticas del censo 2010. El comercio de Ibarra es bastante activo. Se comercia toda clase de productos con los otros cantones y provincias. El proyecto va a estar ubicado en el Barrio Huertos Familiares Centro perteneciente a la parroquia el Sagrario.

4.3. METODOLOGÍA PARA LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.3.1. Matriz de factores

Para el análisis de la localización del proyecto, se realiza un estudio de los factores más importantes que influyen en la ubicación del proyecto. A continuación se enumeran los respectivos factores, considerados factibles para conocer y analizar.

CUADRO N° 46 MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

| FACTORES | PESO | SECTOR PUGACHO | SUMA | SECTOR HUERTOS FAMILIARES | TOTAL | SECTOR LA FLORIDA | TOTAL |
|-------------------------|------|----------------|------|---------------------------|-------------|-------------------|-------|
| SERVICIOS BÁSICOS | 30% | 7 | 2.1 | 9 | 2.7 | 8 | 2.4 |
| COSTO DE LA TIERRA | 20% | 6 | 1.2 | 7 | 1.4 | 7 | 1.4 |
| TRANSPORTE DEL PRODUCTO | 15% | 6 | 0.9 | 8 | 1.2 | 8 | 1.2 |
| MANO DE OBRA | 15% | 7 | 1.05 | 9 | 1.35 | 8 | 1.2 |
| ESPACIOS FÍSICOS | 10% | 8 | 0.8 | 6 | 0.6 | 6 | 0.6 |
| CONDICIONES GEOGRÁFICAS | 10% | 5 | 0.5 | 7 | 0.7 | 6 | 0.6 |
| TOTAL | 100% | | 6.55 | | 7.95 | | 7.4 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

Para la elaboración de esta matriz se tomó como referencia lugares en los que se realizó las encuestas, es decir donde hubo más afluencia de personas se tomó como referencia tres (3) lugares; de los cuales se obtuvo como resultado que nuestra comercialización se la va a realizar en los Huertos familiares, perteneciente a la Parroquia el Sagrario en la calle Av. 13 de abril y Zaruma; desde aquí se va a proceder a realizar el despacho de la materia prima (lana de borrego) para las diferentes familias que se dedican a la elaboración de sacos tejidos a mano

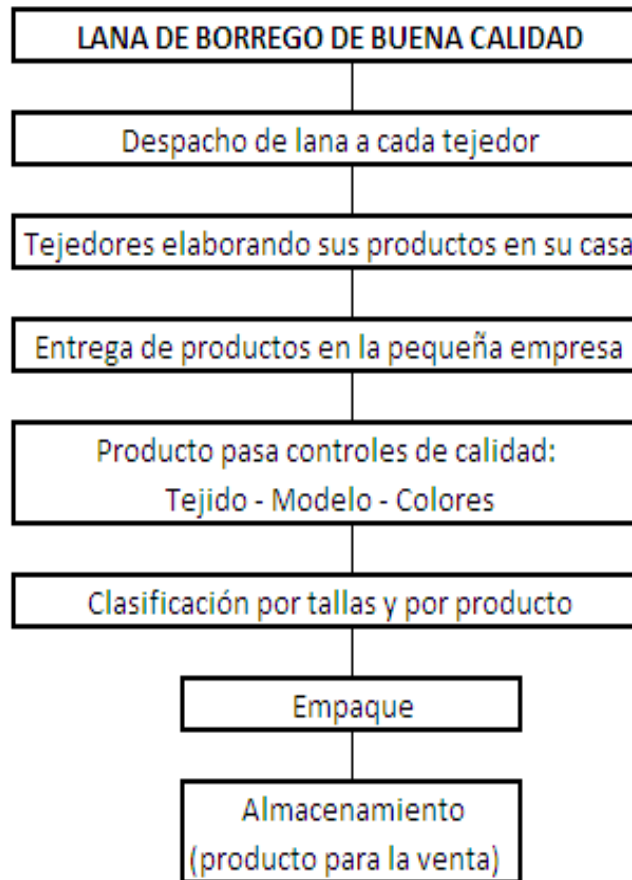
4.4. CAPACIDAD DEL PROYECTO

Según encuestas y entrevista realizada, se va a proyectar para el año 2016 una capacidad de 439 sacos mensuales es decir 110 unidades semanales.

4.5. PROCESO DE ELABORACIÓN

Para el proceso productivo se va a realizar un flujo grama de bloques, el cual va explicado de una forma clara..

GRÁFICO No 34 FLUJOGRAMA



ELABORADO POR: LA AUTORA

4.6. MATERIALES PARA LA ELABORACIÓN DEL RPRODUCTO

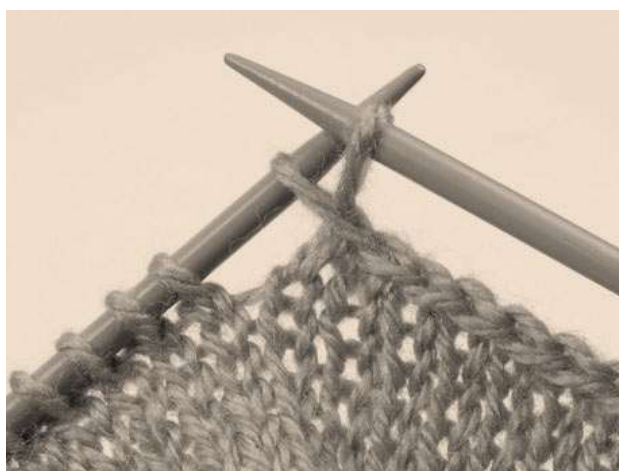
4.6.1. Agujones

Este material es utilizado para la elaboración de los sacos de lana, para lo cual existen diferentes tamaños de agujones, en este caso se va a tomar como referencia el número cuatro y medio (4.5), además estos tienen una forma alargada, además su costo es de cinco (5) dólares; este rubro no está tomado en cuenta en el presupuesto de inversiones ya que las personas que se van a dedicar a la elaboración del producto ya cuentan con este material.

4.6.2. Materia Prima

Se va a utilizar la lana de borrego de preferencia de color blanco o gris, comúnmente este tipo de materia prima viene en madejas las cuales deben hilarse para quedar en uvillos (envoltura en forma redonda), para luego proceder con la elaboración del saco tejido a mano. Con el siguiente gráfico se explica lo expuesto; además su costo se puede apreciar en el cuadro No. 60

GRÁFICO No 35 MATERIALES UTILIZADOS



ELABORADO POR: LA AUTORA

4.7. PRESUPUESTO DE INVERSIONES

4.7.1. ACTIVOS FIJOS

Para la gestión del proyecto se hace necesaria la adquisición de herramientas, equipos y otros activos indispensables para la implantación, a continuación se presenta en detalle estas inversiones.

4.7.1.1. Espacio físico

- Herramientas y materiales técnicos

CUADRO N° 47 HERRAMIENTAS

| | | | |
|-----------------------|---|-----|------------|
| Estanterías de madera | 4 | 200 | 800 |
| Mascarillas | 6 | 2 | 12 |
| TOTAL | | | 812 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO N° 48 EQUIPOS Y MATERIALES TECNICOS

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VALOR UN. | VALOR TOTAL |
|--------------|----------|-----------|-------------|
| Balanza | 1 | 125 | 125 |
| TOTAL | | | 125 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO POR: LA AUTORA

4.7.1.2. Muebles y enseres

Son los muebles asignados a las dependencias del área administrativa y comercialización de la pequeña empresa. Así tenemos:

CUADRO N° 49 MUEBLES Y ENSERES

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VALOR UN. | VALOR TOTAL |
|-------------------------|----------|-----------|-------------|
| Escritorios | 2 | 150 | 300 |
| Sillas | 4 | 40 | 160 |
| Modulares | 1 | 150 | 150 |
| Basureros | 3 | 10 | 30 |
| Extintidor de 5 libras. | 1 | 12 | 12 |
| TOTAL | | | 652 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO POR: LA AUTORA

4.7.1.3. Equipo de computación

La pequeña empresa también necesita adquirir equipo de cómputo, para las actividades diversas de la misma.

CUADRO N° 50 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VALOR UN. | DESCRIPCIÓN |
|---------------------------|----------|-----------|-------------|
| Computador Intel Dúo Core | 1 | 950 | 950 |
| TOTAL | | | 950 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO N° 51 RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

| DESCRIPCIÓN | VALOR TOTAL |
|------------------------------|--------------|
| Herramientas | 812 |
| Equipo y materiales técnicos | 125 |
| Muebles y enseres | 652 |
| Equipo de computación | 950 |
| Imprevistos 1% | 25 |
| TOTAL | 2.564 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

4.8. CONCLUSIÓN

Por medio del Estudio Técnico se pudo determinar el lugar y diseño de la planta en donde se elaborará los sacos tejidos a mano, analizando factores físicos, legales, comerciales y en especial ambientales, ya que la actualidad para la creación de cualquier tipo de empresa se debe analizar el impacto ambiental que tendrá el proyecto. También la ingeniería de proyecto permitió determinar el proceso elaboración de los sacos tejidos a mano, conociendo sus costos e inversiones que requiere la misma, los cuales son mínimos dado que el producto a elaborarse es artesanal no se utilizará gran inversión como es 2.564

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Después de haber realizado el diagnóstico, estudio de mercado y el estudio técnico, ahora se plantea el estudio económico y financiero para analizar la información contablemente, financieramente para saber si el proyecto de inversión que se propone es factible o no y los resultados económicos que genera la pequeña empresa de sacos tejidos a mano.

A continuación se detalla la información requerida.

5.1. INVERSIÓN TOTAL

CUADRO N° 52 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

| DESCRIPCIÓN | TOTAL |
|--------------------|--------|
| Activos Fijos | 2.564 |
| Activos Diferidos | 600 |
| Capital de Trabajo | 9.637 |
| TOTAL | 12.801 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO N° 53 ORIGEN DE LA INVERSIÓN

| DESCRIPCIÓN | Valor | % |
|--------------------|--------|-----|
| Capital Propio | 3.840 | 30 |
| Capital Financiado | 8.961 | 70 |
| TOTAL | 12.801 | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

5.2. COSTE DE OPORTUNIDAD

El coste de oportunidad permite designar el valor de la mejor opción no realizada o el costo de la inversión que está representada en 30% por

capital propio y un crédito correspondiente al 70% que genera el 15% de interés anual.

CUADRO N° 54 COSTE DE OPORTUNIDAD

| DESCRIPCIÓN | VALOR | % | TASA PONDERADA | VALOR PONDERADO |
|--------------------|--------|-----|----------------|-----------------|
| Capital Propio | 3.480 | 30 | 7 | 210 |
| Capital Financiado | 8.121 | 70 | 11,57 | 810 |
| TOTAL | 11.601 | 100 | | 1.020 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

COSTE DE CAPITAL

CK= 10.20%

INFLACIÓN= 3.93%

Tasa de rendimiento medio

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

TRM= $((1+10.20%) (1+3.9%))-1$

TRM= 14,53%

5.2.1. Activos diferidos

Dentro de los activos diferidos tenemos los gastos iniciales por el trámite de constitución de la pequeña empresa, para la formación jurídica de la misma.

CUADRO N° 55 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

| DESCRIPCIÓN | VALOR TOTAL |
|--------------------------|-------------|
| Permisos de Constitución | 600 |
| TOTAL | 600 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO POR: LA AUTORA

5.2.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo está presupuestado para dos meses periodo en cual se necesita invertir en la fase operativa.

CUADRO N° 56 CAPITAL DE TRABAJO

| CAPITAL DE TRABAJO | |
|----------------------------|--------------|
| MATERIA PRIMA DIRECTA | |
| Lana de borrego | 1.766 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | |
| Empleado | 439 |
| COSTOS INDIRECTOS DE PROD. | |
| Mano de obra Indirecta | 6.181 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | |
| Sueldos y salarios | 439 |
| Suministros de oficina | 15 |
| Servicios Básicos | 64 |
| Mantenimiento de comp. | 130 |
| GASTOS DE VENTAS | |
| Publicidad | 144 |
| SUBTOTAL | 9.178 |
| Imprevistos 5% | 459 |
| TOTAL | 9.637 |

**ELABORADO POR: LA AUTORA
FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA**

5.2.3. Resumen de la inversión

La inversión total del proyecto asciende a 12.801 dólares, que se cubre el 30% con capital propio y la diferencia mediante un préstamo bancario.

CUADRO N° 57 INVERSIÓN PREOPERACIONAL

| DESCRIPCIÓN | TOTAL |
|-------------------|-------|
| Activos Fijos | 2.564 |
| Activos Diferidos | 600 |

| | |
|--------------------|---------------|
| Capital de Trabajo | 9.637 |
| TOTAL | 12.801 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

5.3. INGRESOS

5.3.1. Proyección de ingresos

Tomando en cuenta las proyecciones de venta de sacos tejidos a mano para el primer año, los ingresos por las ventas es 256.072 (**VER CUADRO No. 41 y 43**)

CUADRO N° 58 INGRESOS

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Sacos en unidades | 17.660 | 18.822 | 20.060 | 21.380 | 22.787 |
| Precio | 14,5 | 15,07 | 15,66 | 16,28 | 16,92 |
| TOTAL | 256.072 | 283.645 | 314.186 | 348.016 | 385.489 |

**FUENTE: ESTUDIO DE MERCADO, (VER CUADRO NO 10 Y 12)
ELABORADO POR: LA AUTORA**

5.4. EGRESOS

5.4.1. Costos de producción

5.4.1.1. Tasa de crecimiento de la inflación

El costo de producción está representado por todos los valores incurridos en el periodo de producción, como materia prima, mano de obra, costos generales de fabricación, estos rubros crecen en un 3.93% cada año según la inflación. A continuación se detalla en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 59 INFLACIÓN PROMEDIO

| INFLACIÓN ANUAL | | |
|-----------------|----------|--------------|
| AÑO 2010 | AÑO 2011 | PROMEDIO |
| 3,40 | 4,47 | 3,93% |

**FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
ELABORADO POR: LA AUTORA**

5.4.1.2. Materia Prima Directa

CUADRO N° 60 MATERIA PRIMA DIRECTA

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|--------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Unidades | 17.660 | 18.822 | 20.060 | 21.380 | 22.787 |
| Cantidad en libra | 2,2 | 2,2 | 2,2 | 2,2 | 2,2 |
| Precio | 3,6 | 3,7 | 3,9 | 4,0 | 4,2 |
| TOTAL | 139.868 | 154.929 | 171.611 | 190.089 | 210.557 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO POR: LA AUTORA

5.4.1.3. Costos Indirectos de Producción

CUADRO N° 61 MANO DE OBRA INDIRECTA

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Mano de Obra Indirecta | 17.660 | 18.822 | 20.060 | 21.380 | 22.787 |
| Precio | 3,5 | 3,6 | 3,8 | 3,9 | 4,1 |
| TOTAL | 61.810 | 68.466 | 75.838 | 84.004 | 93.049 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO N° 62 RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Materia Prima Directa | 139.868 | 154.929 | 171.611 | 190.089 | 210.557 |
| Costos Indirectos de Producción | 61.810 | 68.466 | 75.838 | 84.004 | 93.049 |
| Subtotal | 201.679 | 223.395 | 247.449 | 274.093 | 303.606 |
| Imprevistos 15% | 30.252 | 33.509 | 37.117 | 41.114 | 45.541 |
| TOTAL | 231.931 | 256.904 | 284.566 | 315.207 | 349.147 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

5.4.2. Gastos Administrativos

En los gastos administrativos se encuentran considerados los sueldos del personal administrativo, suministros de oficina, servicios básicos, mantenimiento de computación.

5.4.2.1. Sueldos administrativos

CUADRO N° 63 ROL DE PAGOS

| AÑO | SALARIO MENSUAL | SALARIO ANUAL | DÉCIMO TERCERA | DÉCIMO CUARTA | FONDOS DE RESERVA | TOTAL INGRESOS | IESS 9,35% | TOTAL LIQUIDO A RECIBIR |
|------|-----------------|---------------|----------------|---------------|-------------------|----------------|------------|-------------------------|
| 2012 | 292 | 3.504 | 292 | 218 | 0 | 4.014 | 375 | 4.389 |
| 2013 | 303 | 3.642 | 303 | 229 | 303 | 4.478 | 419 | 4.896 |
| 2014 | 315 | 3.785 | 315 | 240 | 315 | 4.656 | 435 | 5.091 |
| 2015 | 328 | 3.934 | 328 | 252 | 328 | 4.842 | 453 | 5.294 |
| 2016 | 341 | 4.088 | 341 | 265 | 341 | 5.034 | 471 | 5.505 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO N° 64 SUELDO ADMINISTRATIVO

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|---------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Administrador | 4.389 | 4.896 | 5.091 | 5.294 | 5.505 |
| TOTAL | 4.389 | 4.896 | 5.091 | 5.294 | 5.505 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO POR: LA AUTORA

5.4.2.2. Suministros de oficina

CUADRO N° 65 SUMINISTROS DE OFICINA

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|--------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Suministros Varios | 154 | 162 | 170 | 178 | 187 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO POR: LA AUTORA

5.4.2.3. Servicios básicos

CUADRO N° 66 SERVICIOS BÁSICOS

| DESCRIPCIÓN | MENSUAL | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|--------------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Luz | 22 | 258 | 271 | 285 | 299 | 314 |
| Agua | 13 | 161 | 169 | 177 | 186 | 195 |
| Teléfono | 18 | 221 | 232 | 243 | 255 | 268 |
| Internet | 20 | 242 | 254 | 267 | 280 | 294 |
| TOTAL | 73 | 640 | 672 | 705 | 740 | 777 |

**FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA**

5.4.2.4. Mantenimiento de equipo de computación

**CUADRO N° 67
MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Mantenimiento de equipo de computación | 60 | 63 | 66 | 69 | 73 |
| TOTAL | 60 | 63 | 66 | 69 | 73 |

**FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA**

5.4.2.5. Depreciación

Los activos fijos pierden su valor por el uso o por la absorción para compensar esta pérdida contable se utiliza la siguiente fórmula.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{costo histórico} - \text{valor residual}}{\text{Vida útil}}$$

CUADRO N° 68 DEPRECIACIÓN

| ACTIVO FIJO DEPRECIABLE | AÑO | VIDA ÚTIL | VALOR RESIDUAL | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 | VALOR ACUMULADO | VALOR EN LIBROS |
|--------------------------------|--------------|------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------------|------------------------|
| Herramientas | 812 | 10 | 81 | 73 | 73 | 73 | 73 | 73 | 447 | 365 |
| Muebles y enseres | 652 | 10 | 65 | 59 | 59 | 59 | 59 | 59 | 358 | 293 |
| Equipo de computación | 950 | 3 | 317 | 211 | 211 | 211 | 0 | 0 | 950 | 0 |
| Renovación equ. compu | 950 | 3 | 317 | 0 | 0 | 0 | 211 | 211 | 739 | 211 |
| TOTAL | 2.414 | 26 | 780 | 343 | 343 | 343 | 132 | 132 | 1.755 | 659 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO N° 69 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Sueldos | 4.389 | 4.896 | 5.091 | 5.294 | 5.505 |
| Suministros de Oficina | 154 | 162 | 170 | 178 | 187 |
| Servicios Básicos | 640 | 665 | 695 | 727 | 760 |
| Mantenimiento Computación | 60 | 62 | 65 | 67 | 70 |
| Depreciación activos fijos | 343 | 343 | 343 | 346 | 346 |
| TOTAL | 5.586 | 6.128 | 6.364 | 6.613 | 6.869 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

5.4.3. Gastos de ventas

En la proyección de los gastos de venta, se da a conocer el gasto generado por la publicidad y encomiendas las cuales se van a realizar con el fin de enviar el producto terminado a nuestro proveedor. A continuación se detalla lo expuesto.

5.4.3.1. Publicidad

CUADRO N° 70 DESGLOSE DE PUBLICIDAD

| PUBLICIDAD | |
|----------------------------|-------|
| Publicidad en el periódico | 60 |
| 1/2 de página | |
| 2 publicaciones mensuales | 120 |
| Anual | 1.440 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO N° 71 PUBLICIDAD

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|--------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Publicidad | 1.440 | 1.497 | 1.555 | 1.617 | 1.680 |
| TOTAL | 1.440 | 1.497 | 1.555 | 1.617 | 1.680 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

5.4.3.2. Encomiendas

Para la comercialización se va a realizar mediante encomiendas, utilizando los servicios del medio de transporte de taxi local ya que la entrega del producto se lo va hace cada semana.

CUADRO N° 72 DESGLOSE DE ENCOMIENDAS

| | |
|-------------------------------|-----------|
| Encomiendas \$20 dólares taxi | |
| No. encomiendas al mes | 4 |
| TOTAL | 80 |

**FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA**

CUADRO N° 73 ENCOMIENDAS

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|--------------|------------|------------|--------------|--------------|--------------|
| Encomienda | 960 | 998 | 1.037 | 1.078 | 1.120 |
| TOTAL | 960 | 998 | 1.037 | 1.078 | 1.120 |

**FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA**

CUADRO N° 74 RESUMEN DE GASTOS Y VENTAS

| DESCRIPCIÓN | MENSUAL | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|--------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Publicidad | 120 | 1.440 | 1.497 | 1.555 | 1.617 | 1.680 |
| Encomiendas | 80 | 960 | 998 | 1.037 | 1.078 | 1.120 |
| TOTAL | 200 | 2.400 | 2.494 | 2.592 | 2.694 | 2.800 |

**FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA**

5.4.4. Gastos financieros

En el gasto financiero se encuentra el rubro de los intereses generados por el préstamo en los diferentes años

CUADRO N° 75 GASTOS FINANCIEROS

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|--------------|--------------|------------|------------|----------|----------|
| Intereses | 1.178 | 766 | 287 | 0 | 0 |
| TOTAL | 1.178 | 766 | 287 | 0 | 0 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO N° 76 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Costos de Producción | 231.931 | 256.904 | 284.566 | 315.207 | 349.147 |
| Gastos Administrativos | 5.586 | 6.128 | 6.364 | 6.613 | 6.869 |
| Gastos de Ventas | 2.400 | 2.494 | 2.592 | 2.694 | 2.800 |
| Otros Gastos | 2.564 | 2.665 | 2.769 | 2.878 | 2.991 |
| Gastos Financieros | 1.178 | 766 | 287 | 0 | 0 |
| Gasto Amortización Diferidos | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 |
| Alquiler | 960 | 998 | 1.037 | 1.078 | 1.120 |
| TOTAL | 244.739 | 270.074 | 297.736 | 328.590 | 363.047 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

5.4.5. Gasto pago alquiler (arriendo)

CUADRO N° 77 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

| DESCRIPCIÓN | MENSUAL | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|--------------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Alquiler | 80 | 960 | 998 | 1.037 | 1.078 | 1.120 |
| TOTAL | 80 | 960 | 998 | 1.037 | 1.078 | 1.120 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

Este gasto representa por el pago del alquiler del lugar donde va a funcionar la pequeña empresa de comercialización.

5.4.6. FINANCIAMIENTO

Para que la pequeña empresa inicie sus actividades requiere de 8.961 por lo que es necesario adquirir un crédito de 9.000 dólares, además de ser financiado por la Mutualista Imbabura y a una tasa de interés del 11.57% anual, tres años plazo.

La tabla que se expone a continuación está realizada mensualmente.

CAPITAL 9.000
TASA 11.57% anual
TIEMPO 36 meses

CUADRO N° 78 TABLA DE AMORTIZACIÓN

| PERIODO | CUOTA | INTERÉS | PAGO | SALDO INSOLUTO |
|----------------|--------------|----------------|-------------|---------------------------|
| 0 | | | | 9.000 |
| 1 | 312 | 113 | 199 | 8.801 |
| 2 | 312 | 110 | 202 | 8.599 |
| 3 | 312 | 107 | 205 | 8.394 |
| 4 | 312 | 105 | 207 | 8.187 |
| 5 | 312 | 102 | 210 | 7.977 |
| 6 | 312 | 100 | 212 | 7.765 |
| 7 | 312 | 97 | 215 | 7.550 |
| 8 | 312 | 94 | 218 | 7.333 |
| 9 | 312 | 92 | 220 | 7.112 |
| 10 | 312 | 89 | 223 | 6.889 |
| 11 | 312 | 86 | 226 | 6.663 |
| 12 | 312 | 83 | 229 | 6.435 |
| 13 | 312 | 80 | 232 | 6.203 |
| 14 | 312 | 78 | 234 | 5.969 |
| 15 | 312 | 75 | 237 | 5.731 |
| 16 | 312 | 72 | 240 | 5.491 |
| 17 | 312 | 69 | 243 | 5.247 |
| 18 | 312 | 66 | 246 | 5.001 |
| 19 | 312 | 63 | 249 | 4.752 |
| 20 | 312 | 59 | 253 | 4.499 |
| 21 | 312 | 56 | 256 | 4.243 |
| 22 | 312 | 53 | 259 | 3.984 |
| 23 | 312 | 50 | 262 | 3.722 |
| 24 | 312 | 47 | 265 | 3.457 |
| 25 | 312 | 43 | 269 | 3.188 |
| 26 | 312 | 40 | 272 | 2.916 |
| 27 | 312 | 36 | 276 | 2.640 |
| 28 | 312 | 33 | 279 | 2.361 |
| 29 | 312 | 30 | 282 | 2.079 |
| 30 | 312 | 26 | 286 | 1.793 |
| 31 | 312 | 22 | 290 | 1.503 |
| 32 | 312 | 19 | 293 | 1.210 |
| 33 | 312 | 15 | 297 | 913 |
| 34 | 312 | 11 | 301 | 612 |
| 35 | 312 | 8 | 304 | 308 |
| 36 | 312 | 4 | 308 | 0 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

Los activos diferidos se amortizan el 20% cada año según la ley. (VER CUADRO No. 79)

**CUADRO N° 79
AMORTIZACIÓN**

| DESCRIPCION | VALOR INICIAL | AMORTIZACION ANUAL | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|-------------------|---------------|--------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| ACTIVOS DIFERIDOS | 600 | 0,2 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

5.5. ESTADOS PROFORMA

5.5.2. Balance de arranque

CUADRO N° 80 BALANCE DE ARRANQUE

| ACTIVOS | | PASIVOS | |
|-------------------------------|---------------|--------------------------------|---------------|
| ACTIVOS CORRIENTES | 9.637 | PASIVOS LARGO PLAZO | |
| Capital de Trabajo | | Préstamo por pagar | 8.961 |
| ACTIVOS FIJOS | | CAPITAL O PATRIMONIO | |
| Equipo de computación | 950 | Inversión propia | 3.840 |
| Equipos y materiales técnicos | 125 | | |
| Herramientas | 812 | | |
| Muebles y Enseres | 652 | | |
| Otros | 25 | | |
| ACTIVO DIFERIDO | | | |
| Gastos de Constitución | 600 | | |
| TOTAL ACTIVOS | 12.801 | TOTAL PASIVOS Y CAPITAL | 12.801 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

5.5.3. Estado de resultados

CUADRO N° 81 BALANCE DE RESULTADOS

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|-------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| INGRESOS | | | | | |
| Ingresos Proyectados | 256.072 | 283.645 | 314.186 | 348.016 | 385.489 |
| costos de producción | 231.931 | 256.904 | 284.566 | 315.207 | 349.147 |
| UTILIDAD BRUTA | 24.141 | 26.741 | 29.620 | 32.810 | 36.342 |
| GASTOS | | | | | |
| Gastos administrativos | 5.586 | 6.128 | 6.364 | 6.613 | 6.869 |
| Gastos de Venta | 2.400 | 2.494 | 2.592 | 2.694 | 2.800 |
| Otros Gastos | 2.564 | 2.665 | 2.769 | 2.878 | 2.991 |
| Depreciación | 343 | 343 | 343 | 346 | 346 |
| Amortización Diferidos | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 |
| Alquiler | 960 | 998 | 1.037 | 1.078 | 1.120 |
| TOTAL GASTOS | 11.972 | 12.747 | 13.225 | 13.729 | 14.247 |
| UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA | 12.169 | 13.993 | 16.395 | 19.080 | 22.096 |
| Gastos Financieros Intereses | 1.178 | 766 | 287 | 0 | 0 |
| UTILIDAD NETA PROYECTADA | 10.991 | 13.228 | 16.108 | 19.080 | 22.096 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

5.6. FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN

CUADRO N° 82 FLUJO DE CAJA

| DESCRIPCIÓN | AÑO 0 | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|------------------------------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|
| INGRESOS | | | | | | |
| Inversión Inicial | -12.801 | | | | | |
| (-) Utilidad Neta proyectada | | 10.991 | 13.228 | 16.108 | 19.080 | 22.096 |
| Reinversión | | | | | | |
| Valor de rescate | | | | | | |
| Depreciación | | 343 | 343 | 343 | 346 | 346 |
| (=) Total Ingresos | | 11.333 | 13.570 | 16.450 | 19.426 | 22.442 |
| EGRESOS | | | | | | |
| pago intereses | | 1.178 | 766 | 287 | 0 | 0 |
| Otros gastos | | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|
| (=)Total Egresos | | 1.178 | 766 | 287 | 0 | 0 |
| (=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO | -12.801 | 10.155 | 12.804 | 16.163 | 19.426 | 22.442 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

5.7. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

5.8.1. Valor Actual Neto

**CUADRO N° 83 VALOR ACTUAL NETO
TASA MAYOR**

| AÑO | FLUJO NETO | VAN 15% |
|-----|------------|---------------|
| 0 | -12.801 | -12.801 |
| 1 | 10.155 | 8.830 |
| 2 | 12.804 | 9.682 |
| 3 | 16.163 | 10.628 |
| 4 | 19.426 | 11.107 |
| 5 | 22.442 | 11.158 |
| | VAN | 38.604 |

**FUENTE: FLUJO DE CAJA
ELABORADO POR: LA AUTORA**

**CUADRO N° 84 VALOR ACTUAL NETO
TASA MENOR**

| AÑO | FLUJO NETO | VAN 5% |
|-----|------------|---------------|
| 0 | -12.801 | -12.801 |
| 1 | 10.155 | 9.671 |
| 2 | 12.804 | 11.614 |
| 3 | 16.163 | 13.962 |
| 4 | 19.426 | 15.982 |
| 5 | 22.442 | 17.584 |
| | VAN | 56.013 |

**FUENTE: FLUJO DE CAJA
ELABORADO POR: LA AUTORA**

El resultado obtenido del Valor Actual Neto es positivo, por lo tanto se establece que es un proyecto rentable. Es decir que el proyecto al ponerle en ejecución generará una ganancia de 56.012,92 dólares expresada en precios actuales.

5.8.2. Tasa Interna De Retorno

Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno se aplica la siguiente fórmula.

$$TIR = tm + (TM - tm) * \frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{TM}}$$

Donde:

tm = tasa menor

TM = Tasa Mayor

VAN tm = Valor Actual Neto de la tasa menor

VAN TM= Valor Actual Neto de la tasa mayor

Reemplazando valores tenemos:

$$TIR = 5\% + (15\% - 5\%) * \frac{56.013}{38.604 - 38.604}$$

$$TIR = 48\%$$

El proyecto es rentable ya que la tasa interna de retorno es mayor que el costo de oportunidad del capital, es decir se debe tomar la decisión de invertir en el proyecto.

5.8.3. Recuperación de la inversión con valores corrientes

CUADRO N° 85 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

| AÑOS | CAPITAL | FLUJO NETO | RECUPERACIÓN CAPITAL |
|------|---------|------------|----------------------|
| 1 | 12.801 | 10.155 | 10.155 |
| 2 | | 12.804 | 12.804 |
| | | 22.959 | 22.959 |

FUENTE: FLUJO DE CAJA

ELABORADO POR: LA AUTORA

El capital y la inversión se van a recuperar en un periodo de un año, 11 meses y 29 días.

5.8.4. Índice de endeudamiento

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Índice de endeudamiento} = 0,70$$

Este valor multiplicado por 100 da un porcentaje de 52% y significa que la pequeña empresa está siendo financiada con dinero de terceros, indicando que es un buen porcentaje de desempeño de la pequeña empresa.

5.9. BENEFICIO COSTO

**CUADRO N° 86
BENEFICIO COSTO**

| AÑOS | INVERSIÓN | INGRESOS | INGRESOS ACTUALIZADOS | EGRESOS | EGRESOS ACTUALIZADOS |
|-------|-----------|----------|-----------------------|---------|----------------------|
| | | | 0,05 | | 0,05 |
| | -12.801 | | | | |
| 1 | | 11.333 | 10.794 | 1.178 | 1.122 |
| 2 | | 13.570 | 12.309 | 766 | 695 |
| 3 | | 16.450 | 14.211 | 287 | 248 |
| 4 | | 19.426 | 15.982 | 0 | 0 |
| 5 | | 22.442 | 17.584 | 0 | 0 |
| TOTAL | | 83.223 | 70.879 | 2.232 | 2.065 |

FUENTE: FLUJO DE CAJA

ELABORADO POR: LA AUTORA

La relación beneficio costo se calcula con la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{egresos actualizados} + \sum \text{inversión actualizada}}$$

$$RBC = \frac{70.879}{2.065 + (-12.801)}$$

$$RBC = 6,60$$

Este índice calculado demuestra el beneficio que se obtiene mientras dure el proyecto si es mayor que el costo, es decir que por cada dólar que se invierte se generará 6,60 dólares de ganancia.

5.10. PUNTO DE EQUILIBRIO

Punto de Equilibrio=
(unidades)

Punto de Equilibrio= 2.564
(unidades)

En el proyecto va a existir un equilibrio de 5.557 dólares, lo cual es beneficioso para la producir y comercializar el producto.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional busca determinar aspectos de la pequeña empresa como: la filosofía, estructura de cargos, manual de funciones y procedimientos requeridos para la conformación de la organización.

6.1. ASPECTOS BÁSICOS

6.1.1. Nombre de la pequeña empresa

ARTESANAL SWEATERS

6.1.2. Logotipo

GRÁFICO No 36
LOGOTIPO



ELABORADO POR: LA AUTORA

6.1.3. Misión

Implantarse como pequeña empresa en la producción y comercialización de sacos tejidos a mano que sirvan para cubrir la necesidad de vestimenta en el sector brindando un producto de buena calidad de acuerdo a los gustos y preferencias del consumidor.

6.1.4. Visión

En los próximos 5 años ser reconocidos a nivel regional como líderes de comercialización de sacos tejidos de manera artesanal logrando posesionarse en el mercado.

6.2. OBJETIVOS EMPRESARIALES

- Ubicar la pequeña empresa comercializadora de sacos tejidos a mano en la ciudad de Ibarra.
- Generar rentabilidad para la capitalización de la pequeña empresa.
- Tener crecimiento y supervivencia empresarial para llegar hacer una gran empresa que vaya al mercado local y nacional.
- Fomentar la creatividad e iniciativa de los trabajadores para obtener competitividad en el mercado.
- Minimizar costos sin afectar la calidad del producto.

6.3. POLÍTICAS EMPRESARIALES

- Efectuar eficientemente el trabajo asignado a cada puesto de acuerdo con lo que establece el internamente en la pequeña empresa, tomando en cuenta los planes operativos.

- Tener respeto y consideración en el trato, tomando en cuenta a todos los niveles jerárquicos
- Incentivar a las personas que están involucradas en la pequeña empresa.

6.4. PRINCIPIOS Y VALORES

6.4.1. Principios

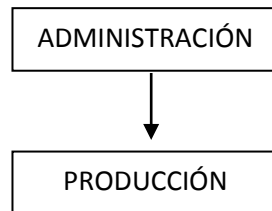
- **Aprendizaje continuo.-** Adquirir y transferir la capacidad del conocimiento por medio del estudio, ejercicio o experiencia y poderla materializar en la empresa mediante el cumplimiento del programa de capacitación institucional y el cumplimiento del plan individual de desempeño.
- **La creatividad empresarial.-** Aplicar estrategias ya que estas dan solución a algunos problemas que puedan presentarse en la pequeña empresa. Lo que hacemos a través de las fundaciones del grupo.
- **Transparencia.-** Hacer visible la gestión de la entidad a través de la relación directa entre sus públicos que atiende. Involucra de por sí la honestidad, manejo de personas, recursos, materiales e información.

6.5. VALORES

- **La responsabilidad.-** Es muy importante ya que este principio hace que la puntualidad, producción, entrega de pedidos, pago de cuentas, se hagan de manera óptima y efectiva.
- **Ética.-** Actuar bajo las orientaciones de las normas constitucionales y legales vigentes, las del direccionamiento estratégico corporativo y las propias de la empresa.

- **Honestidad.-** La cual nos conllevará a observar normas y compromisos así como actuaciones con la verdad, a denotar sinceridad y correspondencia entre lo que hace, lo que piensa, lo que dice o que ha dicho.

6.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL PROYECTO ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Se elabora este organigrama solo con dos niveles ya que solo va a estar el nivel ejecutivo (dueño) y por otro lado el nivel operativo por lo que los productores de los sacos tejidos a mano van a trabajar de forma autónoma, pero en coordinación con el Administrador ya que este le va a suministrar la materia prima.

6.7. MATRIZ DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

6.7.1. Nivel administrativo

El nivel encontrado para la pequeña empresa de producción y comercialización en este proyecto es:

| PUESTO | PERFIL | FUNCIONES | COMPETENCIA | REQUISITOS |
|--|-------------------------|--|-----------------------------------|-----------------------------------|
| ADMINISTRADOR DEL PROYECTO | Estabilidad emocional | Correcta administración del proyecto. | ESTRUCTURALES | Formación académica en Ing. Com. |
| | Ética basada en valores | Cumplir con los propósitos de inversionistas | Habilidad para negociar | Experiencia de 5 años. |
| | Liderazgo | Rendición de cuentas | Creativo | No más de 45 años |
| | Trabajo a presión | Cumplir con la normativa vigente de pequeñas empresas. | Emprendedor | Estado físico adecuado |
| | | Representar a la pequeña empresa | LABORALES | De preferencia hablar otro idioma |
| | | | Habilidad para resolver problemas | Manejo de software |
| | | | Toma de decisiones oportunas | |
| | | | Trabajo en equipo | |
| | | | Innovador | |

ELABORADO POR: LA AUTORA

6.7.2. Nivel operativo

Este nivel re representa la unidad de producción de la pequeña empresa.

| PUESTO | PÉRFIL | FUNCIONES | COMPETENCIA | REQUISITOS |
|-------------|-------------------------|---|--|---------------------|
| Productores | Ética basada en valores | Cumplir con el trabajo encomendado | | Experiencia laboral |
| | Responsable | Acudir a todas las actividades desempeñadas en el trabajo | Creativo Emprendedor Responsable | |

ELABORADO POR: LA AUTORA

6.8. ANÁLISIS LEGAL

- **Nombre o razón social:** ARTESANAL SWEATERS
- **Figura jurídica**

Se constituirá como pequeña empresa de Responsabilidad limitada.

- **Domicilio.-** Será en la república del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia el Sagrario, Av. 13 de Abril y Zaruma.

- **Objeto.-** Toda organización debe indicar en forma clara el objeto al que se va a dedicar y no podrá ejecutar ni celebrar otros actos. La pequeña empresa se dedicará a la producción y comercialización de sacos tejidos a mano.
- **Apertura de cuenta.-** La persona interesada en crear una empresa debe abrir una cuenta de integración de capital, en beneficio de la misma.
- **Aprobación.-** la escritura pública se la presenta ante un juez de lo civil solicitándole su constitución, para lo cual el funcionario debe hacer una publicación en un diario de un extracto de la empresa.
- **Oposición.-** Cualquier persona que se siente afectada con la constitución de una nueva empresa tiene un plazo de 20 días para oponerse a su formación, ante el juez.
- **Inscripción.-** Con la autorización del juez de lo civil, el futuro gerente – propietario debe inscribirla en el registro mercantil. Para comenzar debe tener el Registro Único de Contribuyente (RUC)
- **Representante legal.-** Aura Eliza Narváez Chicaiza
- **La pequeña empresa se formará:** Con un socio
- **El capital inicial es:** 3.480 capital propio
- **Permisos de funcionamiento:** De las investigaciones realizadas en el municipio del Cantón Ibarra, en los respectivos departamentos, se pudo establecer que no existirá ningún impedimento para su funcionamiento es esta zona los registros son los siguientes: el registro de contribuyentes (RUC), patente Municipal y el permiso de funcionamiento.
- **Obtención del registro Único de Contribuyentes**

- Cédula de representante legal
- Copia del certificado de votación
- Recibo del pago de agua, luz o teléfono.

- **Obtención de la patente comercial**
 - Recibo de pago del impuesto predial
 - Copia del RUC.
 - Documentos personales de representante legal.

- **Requisitos para obtener en premiso del Ministerio de Salud**
 - Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento
 - Reunir la documentación necesaria para ingresar junto con la solicitud.
 - Al ingresar la solicitud y documentación, se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
 - Entrega del informe final
 - Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, vigencia 1 año.

- **Seguimiento y monitoreo**

En cada una de las fases del trabajo, las decisiones estarán tomadas de manera oportuna buscando los datos de desarrollo de la pequeña empresa sean óptimos.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

El análisis de impactos se realiza mediante el empleo de una matriz, la misma que actúa con la asignación de una calificación a los componentes del entorno, en el que se plantea, para lo cual se emplea la siguiente escala.

De 1 a 3 positivo, cuando es favorable

De -1 a -3 negativo, cuando es desfavorable.

7.1. IMPACTO ECONÓMICO

| FACTORES | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | TOTAL |
|------------------------------------|----|----|----|---|---|---|---|-------|
| Nivel de Ingresos | | | | | | X | | 2 |
| Generación de empleos | | | | | | X | | 2 |
| Creación de proyectos alternativos | | | | | | | X | 3 |
| TOTAL | | | | | | 4 | 3 | 7 |

ELABORADOR POR: LA AUTORA

TOTAL= $7/3= 2,3$

El resultado de la matriz indica que el impacto económico es positivo ya que la producción de sacos tejidos a mano requiere poca inversión durante todo el proceso de la misma manera genera empleo dentro del sector, del mismo modo beneficia a las personas que se dedican a tejer porque los sacos de lana presenta grandes expectativas en el mercado como el producto de libre contaminación

7.2. IMPACTO ECOLÓGICO

| FACTORES | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | TOTAL |
|----------------------------|----|----|----|---|---|---|---|-------|
| Trabajo sin maquinaria | | | | | | | X | 3 |
| Salud humana | | | | | | | X | 3 |
| Contaminación del ambiente | | | | | X | | | 3 |
| TOTAL | | | | | 1 | | 6 | 7 |

ELABORADOR POR: LA AUTORA

$$\text{TOTAL} = 7/3 = 2.3$$

La matriz indica que el impacto ambiental del proyecto es positivo ya que para la producción de sacos de lana se realizará artesanalmente, para garantizar el producto y por ende la salud del ser humano, tomando en cuenta un mejor ambiente.

7.3. IMPACTO CULTURAL

| FACTORES | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | TOTAL |
|----------------------------|----|----|----|---|---|---|---|-------|
| Emprendimiento de culturas | | | | | | X | | 2 |
| Mejora del nivel de vida | | | | | | X | | 2 |
| TOTAL | | | | | | 4 | | 4 |

ELABORADOR POR: LA AUTORA

$$\text{TOTAL} = 4/2 = 2$$

Se observa que es positivo ya que a través de esto se puede rescatar las costumbres del país ya que en estos tiempos se está perdiendo mucho y se está aceptando el facilismo de hacer las cosas.

7.4. IMPACTO EMPRESARIAL

| FACTORES | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | TOTAL |
|--------------------|----|----|----|---|---|---|---|-------|
| Liderazgo | | | | | | | X | 3 |
| Imagen empresarial | | | | | | | X | 3 |
| TOTAL | | | | | | | 6 | 6 |

ELABORADOR POR: LA AUTORA

$$\text{TOTAL} = 6/2 = 3$$

La matriz indica que al formar esta pequeña empresa se va a tomar como positivo este impacto tanto para la empresa como para la sociedad, llegando a obtener todo lo proyectado.

7.5. IMPACTO GENERAL

| FACTORES | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | TOTAL |
|-------------|----|----|----|---|---|---|---|-------|
| Económico | | | | | | X | | 2 |
| Ecológico | | | | | | X | | 2 |
| Cultural | | | | | X | | | 1 |
| Empresarial | | | | | | X | | 2 |
| TOTAL | | | | | 1 | 6 | | 7 |

ELABORADOR POR: LA AUTORA

$$\text{TOTAL} = 7/4 = 1.75$$

Se puede apreciar de la matriz que el impacto general del proyecto es altamente positivo ya que con puesta en marcha de la pequeña empresa favorecerá significativamente, porque no afectará a ningún sector, por lo contrario beneficiará a la población en general.

CONCLUSIONES

1. Del diagnóstico situacional se determina que existe la oportunidad de formar la pequeña empresa de producción y comercialización de sacos tejidos a mano por lo que se puede aprovechar el proyecto.
2. A través del Marco Teórico planteado se pudo conocer más a fondo y detalladamente los diferentes componentes y significados que están inmersos en el tema planteado y también en los objetivos.
3. A través de este Estudio de Mercado se concluyó que si existe un mercado potencial para comercializar el producto ya que por ser artesanal se tiene más aceptación entre los consumidores.
4. Con el Estudio Técnico se logró encontrar el proceso de la elaboración de los sacos tejidos a mano.
5. Los evaluadores e indicadores financieros teóricamente indican una rentabilidad del proyecto; lo que se determina una aceptación de proyecto.
6. En la estructura del proyecto se resume que se tiene varias ventajas por ser un proyecto artesanal los requisitos legales son mínimos para poner en marcha el proyecto logrando cumplir con los parámetros empresariales.
7. Se concluyó que el proyecto está bien encaminado ya que por ser el producto artesanal tiene mucha aceptación por lo que no se va a utilizar maquinaria para la realización del saco de lana.

RECOMENDACIONES

1. Es necesario continuar con la difusión de la producción de sacos de forma artesanal y dar máximo apoyo a la promoción del consumo de sacos tejidos a mano por medios de comunicación masiva.
2. Los sacos de lana deben mejorar sus diseños para lo cual es necesario capacitar a los artesanos que conocen de esta producción.
3. Capturar y mantener parte de la demanda potencial para el consumo de sacos tejidos a mano mediante la aplicación de estrategias de comercialización; es decir reforzar de forma permanente el posesionamiento del producto, lo que permitirá mayor participación en el mercado.
4. Mantener un sistema de control comercial que permita tener asegurada la venta de este producto.
5. Se recomienda tomar en cuenta la información e indicadores financieros existentes del presente proyecto, ya que en un futuro las condiciones pueden variar la información.
6. Se recomienda el proyecto ya que no existen muchos aspectos legales que se tiene que cumplir por ser el producto artesanal.
7. Es necesario contribuir a la producción eficiente y de calidad retomando las prácticas artesanales de nuestros antepasados apoyándose en tradiciones las cuales traten de mejorar el ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

BACA, Urbina, (2010) Evaluación de proyectos, Quinta edición Mac Graw Hill, México

BRIGHAM, Eugene; **HOUSTON**, Joel (2005):

BRAVO, Mercedes: (2009):Contabilidad General, Séptima edición, Editorial Nuevo Día

JACOME, Walter (2005): Bases Teóricas y prácticas para el diseño y Evaluación de proyectos productivos y de inversión CUDIC Editorial Universitaria- Ibarra Ecuador

NASSIR S. Chain (2007), Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación Primera Edición, Pearson Prentice Hall México

KOTHER, Philip; **ARMSTRONG**, (2008): Principios de Marketing, Doceava Edición Prentice Hall, México

SOTO, Rogelio (2005): Pequeña Empresa, Primera Edición, Editora Palomino, Perú

THOMPSON, (2007), La pequeña empresa, Editorial México, México

ZAPATA, Pedro (2008): Contabilidad General, Cuarta Edición, Editorial Mc Graw Hill

VOLLMANM, William (2005), Planeación y Control de la Producción, Editorial MCGRAW-HILL S.A.

NAHMIAS, Steven (2005) Análisis de la producción y las operaciones, Editorial MCGRAW-HILL S.A.

APARICIO, Juan (2005), Administración Gestión y comercialización pequeña empresa, Pirámide Ediciones

ROCA, (2012), Comercialización de eventos, Síntesis editorial S.A.

NAVARRO, Ángels (2012), Crea con lana y cordel, Editorial Imaginarium.

LINCOGRAFÍA

Wikipedia, la enciclopedia libre.mht

<http://definiciónde/artesanía/>

www.monografias.com

Wikipedia, la enciclopedia libre.mht

<http://MercadotecniaenRelacionesComerciales.mht>

www.emprendedor.unitec.edu

[www. Inec.gov.ec](http://www.Inec.gov.ec)

http://www.sba.gov/espanol/Desarrollo_Empresarial/8apreguntas.html

[http://www.fondeso.df.gob.mx/doc_interes/detalleDocumento.html?id_documento=17,](http://www.fondeso.df.gob.mx/doc_interes/detalleDocumento.html?id_documento=17)

[http://usinfo.state.gov/journals/ites/0106/ijes/leebaert.htm,](http://usinfo.state.gov/journals/ites/0106/ijes/leebaert.htm)

<http://www.monografias.com/trabajos/comercializa/comercializa.shtml>

www.tumercadeo.com/2010/02/que-es-comercializacion.html

html.rincondelvago.com/comercializacion_1.htm

www.monografias.com › Administracion y Finanzas

www.monografias.com ›

www.indexmundi.com/es/ecuador/petroleo_produccion.html

ww.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html

es.wikipedia.org/wiki/Pequeña_y_mediana_empresa

www.ecuadorlibre.com/index.php?...empresa

www.ecuadormagic.com/artesantias.html

www.buenastareas.com

www.artesllanogrande.com/

www.manualidadesplus.com/

www.aulafacil.com/cursosgratis/curso/manualidades.html

www.promonegocios.net/administracion/definicion-administracion.ht..

www.utpl.edu.ec/blog/administracionempresas/

inec@inec.gob.ec

ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PERSONAS QUE SE DEDICAN A PRESTAR SU MANO DE OBRA PARA TEJER SACOS DE FORMA ARTESANAL.

1. ¿De qué manera usted confecciona los sacos?

a mano a máquina ambos

2. ¿La lana que usted utiliza para confeccionar los sacos es:

De oveja de Alpaca otra

3. ¿La producción que usted realiza es?

Permanente Por temporada

4. ¿Qué cantidad de lana utiliza por unidad?

1-3 libras 4-6 libras

5. Los modelos para los sacos tejidos a mano que usted realiza son:

Propios de pedido Ambos

6. ¿Qué tallas de sacos son los que usted. usualmente confecciona?

Pequeña Mediana Grande Todas

7. ¿Desde hace que tiempo usted confecciona sacos?

1-6 años 7-15 años 6-25 años 26 años a más

8. ¿Cuál es el número promedio de sacos que usted hace al mes?

1-6 un. 7-15 un. 6-25 un. 26 a más

9. ¿En qué porcentaje ha crecido anualmente su producción?

1-5% 6-10% 11% a más

10. ¿Cuál es el precio que a usted le pagan por saco?

1-3\$ 4-10\$ \$11 a más

ANEXO 2: ENCUESTA REALIZADA A COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE IBARRA, QUE SE DEDICAN A COMPRAR LA MATERIA PRIMA (LANA DE OVEJA), PARA SUMINISTRAR A LAS PERSONAS QUE SE VAN A DEDICAR A TEJER LOS SACOS.

1. ¿Cómo obtiene la materia prima que utiliza para confeccionar los sacos?

Compra hace usted. ninguna

.2.El producto que usted realiza solo:

Confecciona vende

3. ¿A quién distribuye sus productos?

Mercado nacional Mercado Internacional Ambos ninguno

4. ¿Desde hace que tiempo usted se dedica a la venta de sacos de lana?

1-6 años 7-15 años 6-25 años 26 años a más

5. ¿Cuál es el número promedio de sacos que usted vende al mes?

1-6 un. 7-15 un. 6-25 un. 26 a más

6. ¿En qué porcentaje ha crecido anualmente su producción?

1-5% 6-10% 11% a más

7. ¿Cuál es el precio que a usted le pagan por saco?

1 a 5\$ 6 a 10\$ \$11 a más

8. ¿Cómo determina usted los precios de los sacos?

Analizando costos oferta y demanda ambas

9. ¿En qué temporada vende más sacos?

Julio Agosto Septiembre Otro

ANEXO 3: ENCUESTA REALIZADA A LOS CONSUMIDORES DE LOS SACOS DE LANA EN LA CIUDAD DE IBARRA

1. ¿utiliza usted sacos de lana?

SI NO

2. ¿De acuerdo a su criterio que presentación tiene más preferencia entre los consumidores?

Tejidos a mano Tejidos a máquina Los Dos

3. ¿Usted suele comprar el periódico?

SI NO

4. ¿Cómo prefiere su saco?

Con botones Con cierre Cerrado Todos Ninguno

5. ¿Qué clase de saco utiliza más?

Capucha Con Cuello Las dos Ninguna

6. ¿Usualmente el saco de lana que utiliza es?

Con bolsillos Sin bolsillos Los dos

7. ¿Habitualmente dónde adquiere su producto?

Mercado Tienda Almacenes Otro

8. ¿La calidad del producto que usted adquiere es?

Muy Buena Buena Regular Mala

9. ¿Qué exige cuando adquiere el producto?

Calidad Durabilidad Precio Todas

10. ¿Cuál es el precio que considera usted adecuado para la compra de este tipo de saco?

De 6 a 10\$ De 11 a 15\$ de 16\$ a más

11. ¿Cada qué tiempo adquiere un saco de lana?

Cada 3 meses Cada 6 meses Cada años O más

14. ¿Le gustaría a usted utilizar sacos 100% tejidos a mano?

SI NO

ANEXO 4: ENCUESTA REALIZADA AL COMERCIALIZADOR DE SACOS DE LANA DE OVEJA EN LA CIUDAD DE IBARRA.

¿Cuántos sacos vende a la semana?

¿Cuánto utiliza de lana por saco para que le den tejido?

¿A cuánto compra la materia prima?

¿La mano de obra que está a su cargo usted cuanto le paga por saco más o menos?