



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORIA**

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DECORATIVOS
HECHOS EN MADERA, EN LA CIUDAD DE IBARRA,
PROVINCIA DE IMBABURA.”**

**Previo a la obtención del Título de Ingeniera en
Contabilidad y Auditoria CPA**

AUTORA: Rosa Iguago P.

DIRECTOR: Econ. José Chamorro M.

Ibarra, marzo, 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad tiene como propósito la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, para lo cual se realizó un diagnóstico externo en donde se pudo establecer aspectos importantes como son; aliados, oponentes, oportunidades y riesgos a los que se expone la creación de la nueva microempresa. También se pudo establecer que con la nueva microempresa cooperaremos a la creación de nuevos empleos en forma directa, con la disminución de personas desempleadas o subempleadas, lo cual es un aporte positivo para la población. El fundamento teórico de esta investigación se apoyó en el análisis conceptual sobre administración, microempresa, contabilidad, técnicas de evaluación financiera y fundamentos de mercadotecnia. Luego se procedió a la realización de un estudio de mercado donde se pudo concluir que existe un alto nivel de demanda insatisfecha de artículos decorativos hechos en madera porque estos no pasan de moda y se encuentran en constante innovación, los mismos que llaman la atención por ser novedosos y además se llegó a determinar que en la ciudad de Ibarra no existen microempresas que se dediquen exclusivamente a la venta de artículos decorativos, los únicos negocios que se dedican a esta actividad son los mercados populares de la ciudad, igualmente se puede manifestar que una gran oportunidad sería el crecimiento de la población, que cada día cuenta con nuevas necesidades y una de ellas es poseer vivienda propia la misma que será amoblada y por que no decorada con artículos hechos en madera, además uno de los propósitos con los cuales ha sido creada esta propuesta es que las personas adquieran artículos netamente nacionales y así fomentar el desarrollo de las artesanías; la producción de tallados en maderas, esculturas, etc. Para de esta manera brindar más opciones de compra a las familias que les gusta adquirir este tipo de productos, cubriendo de esta manera una de los principales objetivos que tiene la microempresa que es cubrir las expectativas de los posibles clientes y sobre todo con precios que puedan ser accesibles de acuerdo al nivel de ingresos que poseen los mismos. De acuerdo al estudio técnico la localización de la microempresa es factible, por cuanto es un sitio muy transitado por los habitantes, se procedió a realizar la organización de la microempresa determinando la estructura, requerimiento de personal, funciones y descripción del puesto. La inversión requerida por el proyecto a ejecutarse se justificará, a través de la dinamización de la actividad económica en la localidad, más aún, cuando hoy en día tenemos un esquema monetario rígido como el dólar norteamericano. Se propone que la mencionada microempresa funcionará con una correcta y eficiente administración, cuya finalidad primordial es convertirse en una microempresa de alta productividad y rentabilidad, con una gama de creaciones legalmente patentadas, con clientela nacional e internacional, siendo los pioneros de la creatividad en madera. En cuanto se refiere a los impactos el presente proyecto tendrá un impacto positivo alto, lo cual representa que resulta beneficiosa la creación de la microempresa.

THE SUMMARIZE EXECUTIVO

The present study of feasibility has as purpose the creation of an elaboration microempresa and commercialization of articles ornamental facts in wood, in the city of Ibarra, county of Imbabura, for that which one carries out an I diagnose external where could settle down important aspects as they are; allies, opponents, opportunities and risks to those that the creation of the new microempresa is exposed. It could also settle down that with the new microempresa we will cooperate to the creation of new employments in direct form, with the decrease of people unemployed or underemployed, that which is a positive contribution for the population. The theoretical foundation of this investigation you support in the conceptual analysis on administration, microempresa, accounting, technical of financial evaluation and marketing foundations. Then you proceeded to the realization of a market study where you could conclude that a high level of unsatisfied demand of articles ornamental facts exists in wood because these they don't happen in fashion and they are in constant innovation, the same ones that get the attention to be novel and also you had ended up determining that in the city of Ibarra they don't exist microempresas that are devoted exclusively for sale of ornamental articles, the only business that you/they are devoted to this activity they are the popular markets of the city, equally it can show that a great serious opportunity the population's growth that every day has new necessities and one of them is to possess own housing the same one that will be ambled and for that not decorated with articles made in wood, also one of the purposes with which this proposal has been created is that people acquire articles highly national and this way to foment the development of the crafts; the production of having carved in wood, sculptures, etc. For this way to toast more purchase options to the families than they like to acquire this type of products, covering this way one of the main objectives that has the microempresa that is to cover the expectations of the possible clients and mainly with prices that can be accessible according to the level of revenues that you/they possess the same ones. According to the technical study the localization of the microempresa is feasible, since it is a place very trafficked by the inhabitants, you proceeded to carry out the organization of the microempresa determining the structure, requirement of personal, functions and description of the position. The investment required by the project to be executed will be justified, through the dinamización of the economic activity in the town, stiller, when today in day we have a rigid monetary outline as the North American dollar. He/she intends that the mentioned microempresa will work with a correct and efficient administration whose primordial purpose is to become a microempresa of high productivity and profitability, with a range of legally patented creations, with national and international clientele, being the pioneers of the creativity in wood. As soon as he/she refers to the impacts the present project he/she will have a high positive impact, that which represents that it is beneficial the creation of the microempresa.

AUTORÍA

Yo, **Rosa Iguago**, portadora de la cédula de identidad N° 100244710-8, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de Grado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DECORATIVOS HECHOS EN MADERA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi exclusiva responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Rosa Iguago
C.I. 100244710-8

CERTIFICADO: DIRECTOR DE TESIS

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada, Srta. **Rosa Elvira Iguago Perugachi**, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA CPA, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DECORATIVOS HECHOS EN MADERA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 27 días del mes de octubre del 2011.

Econ. José Chamorro Mayanquer
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

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

Yo, ROSA IGUAGO, con cédula de identidad N° 100244710-8, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DECORATIVOS HECHOS EN MADERA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para obtener el título de Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Rosa Iguago
C.I. 100244710-8

Ibarra, a los 27 días del mes de octubre del 2011

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100244710-8		
APELLIDOS Y NOMBRES:	IGUAGO PERUGACHI ROSA ELVIRA		
DIRECCIÓN:	AZAYA, CALLE MACAS 5-82 Y RIOBAMBA (IBARRA)		
EMAIL:	Rosa_ig@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:	062545056	TELÉFONO MÓVIL:	089598458
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Elaboración y Comercialización de Artículos Decorativos hechos en madera, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura"		
AUTORA:	Rosa Iguago		
FECHA:	2011/10/26		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A.		
ASESOR /DIRECTOR:	ECON. JOSÉ CHAMORRO M.		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Rosa Elvira Iguago Perugachi, con cédula de ciudadanía Nro.100244710-8, 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 24 días del mes de septiembre del 2011

LA AUTORA:

(Firma).....

Rosa Iguago

C.C.: 100244710-8

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Lic. Ximena Vallejo

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

Mi sacrificio, mis horas de estudio y este trabajo que contiene todo mi esfuerzo en estos años esta dedicado a mi familia en especial a mi Madre que me dio la vida, y se encargo de mi formación intelectual y espiritual guiándome y apoyándome cuando más la necesite y gracias a ella estoy siguiendo adelante.

Rosa Iguago P.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte por haberme permitido entrar en sus aulas. A todos mis profesores que supieron brindarme sus conocimientos sin ninguna barrera. A mis padres por brindarme su apoyo, comprensión y consejos para que día a día forje mi propio futuro y culminar con éxito una etapa más de mi vida a mi hermano de quien he recibido mucho apoyo y ayuda. A mis amigos(as) con quienes he compartido alegrías y tristezas, y de quienes he recibido un gran aprecio.

Agradezco a mi Asesor de Tesis, el Econ. José Chamorro Mayanquer, quien me colaboró en el desarrollo de este Trabajo de Grado, transmitiéndome sus valiosos conocimientos y experiencias.

Rosa Iguago P.

PRESENTACIÓN

El presente Informe Final de Trabajo de Grado está conformado por siete capítulos, conclusiones y recomendaciones finales, a continuación se expone una breve síntesis de lo tratado en cada fase del proceso investigativo:

El primer capítulo, consiste en el diagnóstico situacional. Para tal efecto, fueron previamente formulados objetivos, variables diagnósticas e indicadores, fuentes de información y técnicas de recopilación de la información. Estos elementos sirvieron de base para el respectivo análisis de las variables diagnósticas, dando como resultado un conocimiento amplio sobre varias características económicas, socio-demográficas y culturales mediante la utilización de diferentes instrumentos de recolección de información tanto primaria como secundaria a fin de determinar las oportunidades y amenazas que se tiene al ejecutar el presente proyecto.

El capítulo II contiene el marco referencial o marco teórico, mismo que describe corrientes y conceptos teóricos sobre los temas y subtemas que se toman en cuenta en el desarrollo de todo el proceso de elaboración del Proyecto. Se estableció bases teóricas en el contexto micro empresarial, recopilando y analizando la información necesaria mediante una investigación documental con consultas bibliográficas en libros, revistas, internet, documentos, entre otros, además se aplicó el fichaje para poder llegar a determinar una conclusión clara y precisa.

En capítulo III se ubica el desarrollo del estudio y análisis de mercado, en donde se determinó que existe demanda insatisfecha debido a que no existen en la ciudad de Ibarra la oferta exclusiva de este tipo de artículos decorativos hechos en madera. Además se analiza la competencia y se plantean las estrategias de comercialización que deben realizarse.

En el Capítulo IV se desarrolla el Estudio Técnico (ingeniería del proyecto). Se determinan varios aspectos como: tamaño, ubicación, infraestructura de acuerdo al tipo de necesidades, distribución de áreas y espacios que se requieran para la realización de las actividades en los

que emprenda el proyecto, como también flujogramas de procesos de generación del producto, servicios, costos, inversiones y requerimiento de personal.

En el capítulo V, se formula el Estudio Financiero y Económico. En esta parte, se detallan las inversiones, costos, gastos, ventas e ingresos. Además se establecen estados financieros pro-forma: Estado de Resultados, Balance General y Flujo de Efectivo, éste último sirviendo de base para la evaluación financiera correspondiente, ayudando a determinar la rentabilidad del Proyecto (TIR), valor actual neto de flujos de efectivo durante la vida útil del proyecto, la Relación costo beneficio, tiempo de recuperación de la inversión y la viabilidad financiera desde el punto de vista del inversionista.

En el capítulo VI se establece la estructura organizacional y funcional de la microempresa a implantarse así como también el nombre, logotipo, misión, visión conjuntamente con las respectivas normas legales y todos los requerimientos administrativos que debe poseer una microempresa de calificación artesanal, además se dio a conocer el respectivo reglamento interno en el cual se basará la misma.

Finalmente el capítulo VII, en donde se analizan los posibles impactos que se podrían generar de forma directa o indirecta, para lo cual se empleó una investigación prospectiva que se llevó a cabo a través de matrices con indicadores que permitieron conocer los impactos que tiene el proyecto esto con la finalidad de tener una clara apreciación de los efectos positivos o negativos que se dieran en la puesta en marcha de este nuevo proyecto, en el aspecto social, económico, comercial, empresarial y educativo.

Concluye la exposición del trabajo de grado con las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada, destacándose en lo fundamental la factibilidad y sustentabilidad a través del tiempo o vida útil.

INDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA.....	I
RESUMEN EJECUTIVO.....	II
THE SUMMARIZE EXECUTIVO.....	III
AUTORÍA.....	IV
CERTIFICADO: DIRECTOR DE TESIS.....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA U.T.N.....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA U.T.N.....	VII
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO.....	X
PRESENTACIÓN.....	XI
ÍNDICE GENERAL.....	XIII
ÍNDICE DE CUADROS ESTADÍSTICOS.....	XX
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XXIV
INTRODUCCIÓN.....	25
DIAGNÒSTICOTÈCNICO SITUACIONAL.....	31
Antecedentes diagnòsticos.....	31
Objetivos diagnòsticos.....	31
Variables Diagnòsticas.....	32
Indicadores.....	32
Matriz de relación diagnòstica.....	33
Fuentes de Información.....	33
Análisis de Variables Diagnòsticas.....	34
Antecedentes históricos de Ibarra.....	35
Aspectos Geográficos.....	36
Aspectos Socio-demográficos.....	37
Aspectos Socio-económicos.....	39
Diagnòstico Externo.....	41
Aliados.....	41
Oponentes.....	42
Oportunidades.....	42
Riesgos.....	43

Identificación de la oportunidad de inversión.....	43
2. MARCO TEÓRICO.....	45
La microempresa.....	45
Definición.....	45
Importancia de las microempresas.....	47
Clasificación de las microempresas.....	48
Clasificación de la microempresa en Imbabura por actividades.....	49
Características de una microempresa.....	50
Constitución de una microempresa.....	50
Administración de PYMES.....	52
Funciones del Administrador.....	53
Planeación.....	54
Organización.....	54
Dirección.....	54
Control.....	55
Elaboración de los artículos hechos en madera.....	56
La madera y el tallado.....	56
Usos de la madera.....	58
Tipos de madera que existen.....	58
La comercialización.....	60
Que es la comercialización.....	60
Comercialización progresiva.....	61
Estrategias de la comercialización.....	62
Demanda.....	64
Oferta.....	65
Evaluación Financiera.....	66
Indicadores financieros.....	66
Herramientas para evaluar proyectos de inversión.....	69
Balance de situación año 0.....	69
Balance de pérdidas y ganancias proyectadas.....	69
Flujo de caja proyectada.....	69
Tiempo de recuperación de la inversión.....	69
Costo de oportunidad.....	69
Tasa de descuento.....	70

Valor Actual Neto (VAN).....	70
Costo - beneficio.....	70
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	71
Punto de Equilibrio.....	71
ESTUDIO DE MERCADO.....	73
Antecedentes.....	73
Finalidad del estudio de mercado.....	73
Objetivos del estudio de mercado.....	74
Matriz de relación diagnóstica.....	76
Población y muestra para el estudio de mercado.....	77
Análisis de resultados de las encuestas y entrevista aplicada.....	80
Análisis de los resultados de las encuestas a los productores de artículos decorativos en madera.....	81
Análisis de los resultados de las encuestas a los propietarios de comercios dedicados a la venta de artículos decorativos en madera de San Antonio de Ibarra.....	90
Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a potenciales consumidores.....	100
Entrevista a la Sra. Ana Villalba presidenta de la asociación de artesanos en artesanías artísticas de San Antonio de Ibarra.....	108
Descripción del producto a ofertar.....	110
Segmentación de mercado.....	111
Análisis y Proyección de la Oferta.....	111
Datos para determinar la oferta.....	112
Proyección de la oferta.....	112
Análisis y Proyección de la Demanda.....	113
Proyección de la demanda potencial.....	114
Balance entre Oferta y Demanda (Demanda Insatisfecha).....	116
Análisis de precios.....	117
Análisis de la competencia.....	118

Conclusiones del Estudio.....	119
ESTUDIO TÉCNICO.....	121
Localización del Proyecto.....	121
Macro localización.....	121
Micro localización.....	122
Factores determinantes de la micro localización.....	123
Tamaño de Proyecto.....	125
Factores determinantes del tamaño.....	125
Tamaño del proyecto según la demanda insatisfecha.....	126
Tamaño del proyecto según su organización.....	127
Ingeniería del Proyecto.....	128
Procesos para la elaboración y comercialización de los artículos decorativos.....	128
Flujograma del proceso para la elaboración de los artículos decorativos.....	130
Procesos para la verificación de facturas.....	131
Flujograma verificación de la factura.....	132
Procesos para el cierre de caja diario.....	133
Flujograma de cierre de caja diario.....	134
Procesos para la comercialización del producto.....	135
Flujograma de la comercialización del producto.....	136
Principales artículos decorativos hechos en madera.....	137
Estudio de Requerimientos de Inversión.....	139
Terreno e infraestructura.....	139
Requerimientos de la readecuación de la infraestructura civil.....	139
Área de elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera”.....	141
Plano del almacén y oficina.....	142
Requerimientos de adecuación de la casa (obra civil).....	143
Requerimiento de maquinaria y equipo.....	144
Requerimiento de mobiliario.....	147
Requerimiento de equipo de oficina.....	149
Requerimientos de equipo de computación.....	150
Requerimientos de talento humano.....	150
Inversión a diferirse.....	151

Estructura de la Inversión.....	152
Las Inversiones y su financiamiento.....	152
Capital de trabajo.....	153
Presupuesto de Costos y Gastos.....	153
Costo de Producción.....	154
Presupuesto de gastos o egresos.....	162
Amortizaciones.....	171
Gasto de Constitución.....	171
Gasto adecuación instalaciones (obra civil).....	171
Resumen de egresos proyectados.....	171
ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO.....	173
Presupuesto de Ingresos.....	173
Proyección de Ventas.....	173
Proyección de precios.....	174
Ingresos proyectados.....	175
Estados Financieros.....	176
Estado de pérdidas y ganancias proyectado (Estado de Resultados).....	176
Estado de situación proyectado (Balance General).....	177
Flujo de caja proyectado (Evaluación Financiera).....	179
Evaluación Financiera.....	181
Determinación del costo de oportunidad.....	181
Valor Actual Neto (VAN).....	182
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	183
Análisis de la relación beneficio - costo.....	185
Punto de equilibrio.....	187
Período de recuperación de la inversión.....	190
Resumen Evaluadores Financieros.....	191
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA.....	193
Nombre de la Microempresa.....	193

Nombre del taller.....	193
Logotipo.....	193
Aspectos Administrativos.....	194
Tipo de empresa.....	194
Titularidad de la propiedad de la empresa.....	194
Horario de Funcionamiento.....	194
Base Filosófica y Estratégica de la Empresa.....	194
Misión.....	194
Visión.....	195
Principios y valores.....	195
Políticas.....	195
Objetivos.....	196
Estructura Orgánica.....	197
Organización Funcional.....	197
Funciones nivel directivo.....	198
Gerente propietario administrativo.....	198
Secretaria-contadora.....	198
Vendedora-cajera.....	199
Trabajadores.....	199
Requisitos Legales para su Funcionamiento.....	200
Calificación artesanal.....	200
Registrar la microempresa en el SRI.....	201
Permiso de funcionamiento (Patente Municipal).....	201
Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.....	202
Reglamentación para el funcionamiento y seguridad del taller de artículos decorativos en madera.....	202
ANÁLISIS DE IMPACTOS DEL PROYECTO.....	207
Operatividad del análisis de impactos.....	207
Desarrollo del análisis de impactos.....	209
Impacto social.....	209
Impacto económico.....	210
Impacto comercial.....	211
Impacto empresarial.....	212

Impacto educativo.....	214
Impacto ambiental.....	216
Impacto general del proyecto.....	217
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	219
BIBLIOGRAFÍA.....	223
ANEXOS.....	225

INDICE DE CUADROS ESTADÍSTICOS

		Pág.
Cuadro N° 1.1.	Objetivos, variables, indicadores y fuentes de información.....	33
Cuadro N° 1.2.	Cantón Ibarra: por parroquias urbanas y rurales.....	36
Cuadro N° 1.3.	Cantón Ibarra: población urbanas y rural.....	37
Cuadro N° 1.4.	Tasa de crecimiento anual de la población.....	37
Cuadro N° 1.5.	Indicadores de educación.....	38
Cuadro N° 1.6.	Indicadores de educación.....	39
Cuadro N° 1.7.	Población económicamente activa.....	40
Cuadro N° 1.8.	Índice de desocupación.....	40
Cuadro N° 1.9.	Caracterización de atractivos turísticos por ubicación de acuerdo a parroquia que posibilitan el crecimiento económico.....	40
Cuadro N° 2.1.	Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.....	47
Cuadro N° 2.2.	Proceso de la madera.....	57
Cuadro N° 3.1.	Objetivos, variables, indicadores y fuentes de información.....	76
Cuadro N° 3.2.	Estimación de la población.....	78
Cuadro N° 3.3.	Población de estudio.....	79
Cuadro N° 3.4.	Fuente de la materia prima (madera).....	81
Cuadro N° 3.5.	Lugar de compra de herramientas.....	82
Cuadro N° 3.6.	Existencia de mano de obra calificada.....	83
Cuadro N° 3.7.	Nivel de conocimientos para la producción.....	84
Cuadro N° 3.8.	Producción mensual de artículos.....	85
Cuadro N° 3.9.	Destino de la producción.....	86
Cuadro N° 3.10.	Preferencias de los consumidores.....	87
Cuadro N° 3.11.	Afiliación gremial.....	88
Cuadro N° 3.12.	Rentabilidad de la actividad.....	89
Cuadro N° 3.13.	Fuente de adquisición de artículos.....	90
Cuadro N° 3.14.	Preferencia de los consumidores.....	91
Cuadro N° 3.15.	Niveles de compra de los productos.....	92
Cuadro N° 3.16.	Existencia de almacenes exclusivos en la ciudad de Ibarra.....	93
Cuadro N° 3.17.	Niveles de venta de los productos.....	94

Cuadro N° 3.18.	Lugares de comercialización de los artículos.....	95
Cuadro N° 3.19.	Forma especial de presentación del producto.....	96
Cuadro N° 3.20.	Origen del capital con que trabaja.....	97
Cuadro N° 3.21.	Requerimiento de inversión para el negocio.....	98
Cuadro N° 3.22.	Manejo de alguna forma organizativa de personal.....	99
Cuadro N° 3.23.	Gusto por artículos decorativos de madera.....	100
Cuadro N° 3.24.	Preferencia por artículos decorativos de madera.....	101
Cuadro N° 3.25.	Cantidad de productos a comprar.....	102
Cuadro N° 3.26.	Lugares de preferencia para comprar.....	103
Cuadro N° 3.27.	Conocimiento de almacenes que distribuyen el producto.....	104
Cuadro N° 3.28.	Cualidades del producto que más le atraen.....	105
Cuadro N° 3.29.	Calificación sobre el precio de los productos.....	106
Cuadro N° 3.30.	Gasto en compra del producto, según sus ingresos.....	107
Cuadro N° 3.31.	Preferencia por artículos decorativos de madera.....	110
Cuadro N° 3.32.	Segmentación del mercado.....	111
Cuadro N° 3.33.	Proyección de la demanda.....	113
Cuadro N° 3.34.	Datos históricos de la población.....	114
Cuadro N° 3.35.	Población por número de productos a consumir.....	115
Cuadro N° 3.36.	Histórico de consumo del producto con proyección..	115
Cuadro N° 3.37.	Proyección de la demanda potencial.....	115
Cuadro N° 3.38.	Balance entre oferta y demanda.....	116
Cuadro N° 3.39.	Precio promedio de los productos en el mercado que más se vende.....	117
Cuadro N° 3.40.	Proyección de precios de acuerdo al precio de mercado.....	118
Cuadro N° 4.1.	Producción mensual.....	126
Cuadro N° 4.2.	Capacidad de producción del proyecto.....	127
Cuadro N° 4.3.	Casa de arriendo.....	139
Cuadro N° 4.4.	Adecuaciones (obra civil).....	143
Cuadro N° 4.5.	Herramientas y equipo.....	144
Cuadro N° 4.6.	Muebles y enseres.....	148
Cuadro N° 4.7.	Equipo de oficina.....	149

Cuadro N° 4.8.	Equipo de computación.....	150
Cuadro N° 4.9.	Requerimiento de personal.....	151
Cuadro N° 4.10.	Activo diferido.....	151
Cuadro N° 4.11.	Detalle de la inversión del proyecto.....	152
Cuadro N° 4.12.	Estructura del financiamiento.....	153
Cuadro N° 4.13.	Presupuesto capital de trabajo.....	153
Cuadro N° 4.14.	Costo de MPD por años.....	154
Cuadro N° 4.15.	Resumen del costo total de MPD.....	156
Cuadro N° 4.16.	Sueldo básico unificado mensual.....	157
Cuadro N° 4.17.	Proyección del salario básico unificado.....	158
Cuadro N° 4.18.	Materiales indirectos.....	159
Cuadro N° 4.19.	Servicios básicos de producción.....	159
Cuadro N° 4.20.	Casa de arriendo.....	160
Cuadro N° 4.21.	Arriendo área de producción.....	160
Cuadro N° 4.22.	Depreciación anual del equipo de producción.....	161
Cuadro N° 4.23.	Adecuación instalaciones.....	161
Cuadro N° 4.24.	Sueldo básico unificado mensual.....	162
Cuadro N° 4.25.	Proyección del gasto del personal administrativo....	163
Cuadro N° 4.26.	Materiales de oficina.....	163
Cuadro N° 4.27.	Servicios básicos de administración.....	164
Cuadro N° 4.28.	Arriendo oficinas de administración.....	164
Cuadro N° 4.29.	Depreciación anual administrativo.....	164
Cuadro N° 4.30.	Adecuación instalaciones administración.....	165
Cuadro N° 4.31.	Sueldos personal ventas.....	166
Cuadro N° 4.32.	Sueldo en roles del personal de ventas.....	166
Cuadro N° 4.33.	Materiales de oficina.....	167
Cuadro N° 4.34.	Servicios básicos de ventas.....	167
Cuadro N° 4.35.	Arriendo local ventas.....	168
Cuadro N° 4.36.	Gasto publicidad.....	168
Cuadro N° 4.37.	Depreciación activos fijos de ventas.....	168
Cuadro N° 4.38.	Adecuación instalaciones.....	169
Cuadro N° 4.39.	Tabla de amortización del préstamo.....	170
Cuadro N° 4.40.	Amortización gastos de constitución.....	171
Cuadro N° 4.41.	Amortización gasto adecuación instalaciones.....	171

Cuadro N° 4.42.	Resumen de egresos proyectados.....	172
Cuadro N° 5.1.	Producción mensual y anual.....	174
Cuadro N° 5.2.	Cálculo del precio de venta de acuerdo al mercado.	174
Cuadro N° 5.3.	Ingresos proyectados.....	175
Cuadro N° 5.4.	Estado de resultados.....	176
Cuadro N° 5.5.	Presupuesto de ingresos, costos y gastos para determinar el saldo en bancos del B. G.....	177
Cuadro N° 5.6.	Estado de situación proyectado.....	178
Cuadro N° 5.7.	Flujo de caja proyectado evaluación financiera.....	179
Cuadro N° 5.8.	Flujo de caja proyectado para los 5 años.....	180
Cuadro N° 5.9.	Cálculo de la tasa de redescuento.....	181
Cuadro N° 5.10.	Cálculo del valor actual neto.....	182
Cuadro N° 5.11.	Cálculo del van con tasa inferior y superior.....	183
Cuadro N° 5.12.	Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR).....	184
Cuadro N° 5.13.	Ingresos y egresos actualizados.....	186
Cuadro N° 5.14.	Relación costo – beneficio.....	187
Cuadro N° 5.15.	Resumen de C.F. y C.V.....	188
Cuadro N° 5.16.	Proyección del punto de equilibrio (\$).....	189
Cuadro N° 5.17.	Proyección del punto de equilibrio (Q).....	189
Cuadro N° 5.18.	Período de recuperación de la inversión.....	190
Cuadro N° 5.19.	Resumen de evaluadores financieros.....	191
Cuadro N° 6.1.	Estructura orgánica.....	197
Cuadro N° 7.1.	Nivelación de impactos.....	207
Cuadro N° 7.2.	Valoración de impactos.....	208
Cuadro N° 7.3.	Impacto social.....	209
Cuadro N° 7.4.	Impacto económico.....	210
Cuadro N° 7.5.	Impacto comercial.....	211
Cuadro N° 7.6.	Impacto empresarial.....	212
Cuadro N° 7.7.	Impacto educativo.....	215
Cuadro N° 7.8.	Impacto ambiental.....	216
Cuadro N° 7.9.	Impacto general del proyecto.....	217

INDICE DE GRÀFICOS

		Pág.
Gráfico nº 1.1.	Mapa político del Cantón Ibarra.....	35
Gráfico nº 4.1.	Provincia de Imbabura.....	122
Gráfico nº 4.2.	Croquis del sector donde debe estar ubicada la microempresa.....	123
Gráfico nº 4.3.	Flujograma del proceso para la elaboración de los artículos decorativos.....	130
Gráfico nº 4.4.	Flujograma de verificación de factura.....	132
Gráfico nº 4.5.	Flujograma de cierre de caja diario.....	134
Gráfico nº 4.6.	Flujograma de la comercialización del producto...	136
Gráfico nº 4.7.	Área de elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera.....	141
Gráfico nº 4.8.	Plano del almacén y oficina.....	142
Gráfico nº 6.1.	Logotipo.....	193

INTRODUCCIÓN

Con el propósito de dar a conocer el procedimiento metodológico seguido para realizar el presente trabajo de investigación, a continuación se transcriben partes fundamentales del Proyecto o Plan de Investigación aprobado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte.

Problema o necesidad a satisfacer.-El presente proyecto se llevó a cabo en la provincia de Imbabura, debido a que esta ha fomentado el desarrollo de las artesanías; la producción de tallados en maderas, esculturas, tejidos, trabajos de cuero que tienen amplia demanda en los mercados de América y Europa. Los telares de Otavalo, en superación constante, producen nuevos y variados diseños con motivo de nuestro folklore y existe una corriente positiva de comercialización que beneficia directa e indirectamente a un amplio sector de la Provincia.

En la ciudad de Ibarra existen diversos tipos de negocios, sin embargo la elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera, es un mercado relativamente escaso en su oferta; no existen puntos de venta que cubran completamente esta necesidad, los únicos negocios que se dedican a esta actividad son los mercados populares de la ciudad por lo que sería una puerta abierta para emprender un negocio.

Debido a lo manifestado anteriormente se vio la necesidad de crear una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura brindando a los consumidores artículos como: carros de colección, muñecos, coches antiguos, muebles, barriles, barcos y animales todos estos serán elaborados en miniatura, con materia prima de excelente calidad, modelos innovadores que llamen la atención al público en general, además de un buen servicio de comercialización.

Justificación.- La creación de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura fue muy importante porque incentivo a que las personas adquieran artículos netamente nacionales debido a que en la actualidad la mayor parte de personas tienden a decorar sus casas o departamentos con carros de colección, muñecos, coches antiguos, muebles en miniatura, barriles, barcos y animales en miniatura realizados en diferentes formas, colores y tamaños.

El proyecto es factible debido a que dentro de la ciudad existe una gran demanda de artículos decorativos hechos en madera porque estos no pasan de moda y se encuentran en constante innovación, los mismos que llaman la atención por ser novedosos. Se contó con capital propio y financiado, talento humano técnico y capacitado el cual tiene la predisposición para colaborar con toda la información que sea necesaria y todos los aspectos que deben estar presentes para que el proyecto tenga éxito, de igual manera se contará con instalaciones, máquinas, unidades productivas y otros recursos necesarios para la consecución de lo planeado.

La implementación de esta propuesta es trascendental, posee beneficiarios directos e indirectos. Constituyéndose como beneficiario directo la microempresa ya que obtendrá utilidades con lo elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera. Se considera como beneficiarios indirectos la población ya que va adquirir los artículos con costos accesibles al alcance de todos, también con la puesta en marcha de este proyecto se generará empleo a los habitantes de la ciudad de Ibarra lo que permitirá contribuir al desarrollo socio económico de la misma.

Es original porque en la ciudad de Ibarra no existen locales, negocios exclusivos o microempresas de características similares a las planteadas

como es la elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera los cuales se realizarán con materia prima de excelente calidad además serán innovadores y atractivos hacia el público en general.

Objetivo general: Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico situacional, con el fin de caracterizar el área de investigación, en aspectos tales como: económicos, socio-demográficos y culturales; un diagnóstico externo, o sea, del área de influencia del proyecto a implantarse, cualificando variables como: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto a implantarse.
- Establecer bases teóricas en el contexto micro empresarial, que enmarquen en forma apropiada los conceptos y teorías que sustenten la presente investigación.
- Elaborar un estudio de mercado estableciendo la demanda potencial, análisis de oferta, precios, competencia y formas de comercializar del producto.
- Realizar un Estudio Técnico e Ingeniería del Proyecto para determinar la estructura física de la microempresa, tamaño, localización y valoración de inversiones fijas, variables y diferidas.
- Desarrollar el Estudio Económico - Financiero con el fin de determinar la operatividad contable y financiera del proyecto, así como calcular y

analizar los evaluadores financieros que nos proporcionarán los indicadores técnicos de viabilidad económica y la factibilidad del proyecto.

- Diseñar la estructura orgánica y funcional de la microempresa, mediante la determinación del nombre o razón social, objetivos, metas, y estrategias filosóficas y administrativas, que aseguren el arranque, operatividad y sustentabilidad a través del tiempo de vida útil del proyecto.
- Analizar los principales Impactos que se generen con la implantación de la nueva microempresa, en los aspectos tales como: impactos sociales, económicos, comerciales, empresariales y educativos.

Una vez realizada la investigación en todas sus fases previstas, se puede afirmar haber cumplido con todos los objetivos inicialmente propuestos.

Metodología aplicada.- Para el desarrollo del proyecto se utilizaron varios tipos, métodos y técnicas de investigación. Según las fases del proyecto se utilizaron tipos de investigación como los siguientes: bibliográfica-documental, exploratoria, descriptiva y de campo. Entre los métodos más utilizados se tienen al científico, analítico, sintético, y deductivo; por otra parte, entre las técnicas utilizadas tenemos las siguientes: observación, encuesta y entrevista que establecieron un proceso para realizar la investigación y lograr los objetivos propuestos.

Tipos de Investigación efectuadas.-

a. Investigación bibliográfica-documental

Como punto de partida, se realizó una investigación bibliográfica-documental, especialmente en la fase de diagnóstico y la estructura teórica que reforzó los aportes hechos al tema de estudio.

También se desarrolló la investigación documental, apoyada en datos de carácter secundario que pueden proporcionar las páginas de Internet (Web), textos, revistas, folletos, entre otros.

b. Investigación Exploratoria

Se realizó una investigación exploratoria, ya que necesariamente se determinó las condiciones en las que se está ofreciendo o brindando el producto a los diversos clientes y poder seleccionar el mercado óptimo para la futura microempresa a emprender.

c. Investigación Descriptiva

Se tomó en cuenta la investigación de carácter descriptivo, para analizar a profundidad los procesos y cambios que pueden presentarse en la medida que el proyecto avance, y cualitativo que permitió conocer en forma práctica y teórica la información obtenida, para definir la propuesta del proyecto y sea posible la ejecución del mismo.

d. Investigación de campo

La investigación de Campo.- Se refiere al trabajo metódico que un investigador realiza para recoger información directa en el mismo lugar donde se presenta un hecho, suceso o fenómeno que se quiere estudiar. Se acogió este tipo de investigación utilizando técnicas como la observación, entrevistas y encuestas creando datos primarios sobre el tema en estudio. Este tipo de investigación se utilizó con el fin de realizar el diagnóstico situacional y estudio del mercado, para el análisis de variables como: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos; así como también para el análisis de oferta, demanda, precios, competencia y formas de comercialización.

e. Observación científica

La observación científica, como tipo de investigación, se la empleó en el estudio situacional del entorno del proyecto. Además, fue muy útil en el estudio técnico, donde se estableció la macro y micro localización del proyecto, así como en el cálculo, interpretación y aplicación de los diferentes indicadores financieros, que aseguren el éxito de la investigación y consecuentemente del proyecto que se ha formulado.

Al haber concluido la realización de todos los pasos y procesos que requiere una investigación para la formulación de un proyecto económico-productivo, se llegó a establecer la viabilidad y factibilidad del proyecto con el cumplimiento del objetivo general y objetivos específicos planteados. Uno de los logros más importantes de acuerdo a los resultados del estudio e investigación realizada es la presentación del proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura; misma que aportará considerablemente al desarrollo económico, comercial y progreso general, logrando mayor bienestar de las familias consumidoras.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

Con el diagnóstico situacional desarrollado se trata de caracterizar objetivamente el área donde se implementará el proyecto, enfocando aspectos como: administrativos, financieros, técnicos y de marketing de Unidades productivas y de población existentes en el Cantón Ibarra.

1.1. ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS

Metodológicamente, iniciaremos planificando el proceso del diagnóstico situacional, determinando los objetivos diagnósticos, variables, indicadores, matriz de relación diagnóstico y determinando las fuentes de información. A continuación detallamos los aspectos señalados.

1.1.1. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

A continuación se formulan los objetivos a alcanzar con el análisis de información recopilada para desarrollar el diagnóstico situacional planteado.

1.1.1.1 Objetivo General.

Realizar un diagnóstico situacional, con el fin de identificar el área de influencia del proyecto a implantarse, mediante la cualificación de variables.

1.1.1.2 Objetivos específicos

- Determinar los antecedentes históricos del área de influencia del proyecto (Ibarra).
- Analizar aspectos geográficos del área de investigación.
- Establecer los aspectos socio-demográficos de Ibarra.
- Analizar la situación socio-económica de los habitantes de Ibarra.

1.1.2. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- a) Antecedentes históricos
- b) Aspectos geográficos
- c) Aspectos socio-demográficos
- d) Aspectos socio-económicos

1.1.3. INDICADORES

a) Antecedentes históricos

- Origen del nombre

b) Aspectos geográficos

- Ubicación
- Límites
- División político-administrativa

c) Aspectos socio-demográficos

- Población
- Crecimiento Poblacional
- Indicadores de educación

d) Aspectos socio-económicos

- Población Económicamente Activa (PEA)
- Indicadores de desocupación
- Atractivos turísticos

1.1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO Nº 1.1

OBJETIVOS, VARIABLES, INDICADORES Y FUENTES DE INFORMACIÓN

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA
Determinar los antecedentes históricos del área de influencia del proyecto (Ibarra).	Antecedentes Históricos	Origen del nombre	Secundaria	Documental
Analizar aspectos geográficos del área de investigación.	Aspectos geográficos	Ubicación Límites División político-administrativa	Secundaria	Documental
Establecer los aspectos socio-demográficos de Ibarra.	Aspectos socio-demográficos	Población Crecimiento poblacional Indicadores de educación	Secundaria	Documental
Analizar la situación socio-económica de los habitantes de Ibarra.	Aspectos socio-económicos	Población económicamente activa (PEA) Índice de desocupación Atractivos turísticos	Secundaria	Internet

FUENTE: Formulación de Objetivos, Variables e Indicadores

ELABORACIÓN: La Autora.

1.1.5. FUENTES DE INFORMACIÓN

1.1.5.1. Información primaria

a. Encuestas

Se aplicarán encuestas a los productores y comercios dedicados a la venta de artículos decorativos en madera de San Antonio de Ibarra, lo que ayudará a determinar el verdadero fundamento para la creación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de artículos decorativos hechos en madera.

Además el Tamaño del Universo para la realización del proyecto investigativo será definido por la cantidad de la población del casco

urbano del Cantón Ibarra, provincia de Imbabura que está comprendida por 181.175 habitantes.

b. Entrevista

Se aplicará una entrevista a la presidenta de la Asociación de Artesanos de la ciudad de Ibarra, persona que ayudará a conocer aspectos importantes de esta actividad dentro del campo administrativo, financiero y organizativo.

c. Observación directa

Se realizará una observación a los talleres, almacenes y comercios de artesanías en madera, para conocer las condiciones del espacio físico, su infraestructura, tipo de materia prima, herramientas, tecnología y el recurso humano con el que cuentan estos talleres.

1.1.5.2. Información Secundaria

Para esta investigación se utilizarán textos, documentos, catálogos, folletos e internet que permitan investigar material informativo sobre el tema.

1.2. ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Seguidamente se analiza cada una de las variables determinadas para desarrollar el presente diagnóstico general o situacional. Las variables serán medidas con los indicadores señalados, para lo cual se hizo necesario desplegar la búsqueda de información y datos, especialmente de fuentes secundarias, entrevistas y observación directa de la zona donde se ubicará el proyecto.

1.2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE IBARRA

GRÁFICO N° 1.1
MAPA POLÍTICO DEL CANTON IBARRA



FUENTE: Ilustre municipio de San Miguel de Ibarra

ELABORACIÓN: La Autora

Ibarra (nombre completo: **Villa de San Miguel de Ibarra**), es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La ciudad blanca" por sus fachadas y por los asentamientos de españoles en la villa. También es muy común la frase "ciudad a la que siempre se vuelve" por su fantástica naturaleza, clima veraniego y amabilidad de sus habitantes. Es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso, paisajismo, cultura e historia. Es una ciudad cultural en donde predomina el arte, la escritura y la historia; además existe una gran producción turística y hotelera ofrecida para toda la zona. Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura (Ecuador) y es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador. La ciudad se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia. Fue fundada por el español Cristóbal de Troya, el 28 de septiembre de 1606. Por su ubicación geográfica se la nombró sede administrativa de la región 1

conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura.

1.2.2. ASPECTOS GEOGRÁFICOS

1.2.2.1. Ubicación.- El área de investigación y entorno del proyecto se encuentra ubicada en la zona norte de Ecuador. Su clima es Templado seco. Su temperatura media es de aproximadamente 16° Centígrados.

1.2.2.2. Límites.- Los límites son:

- Al norte limita con la provincia del Carchi
- Al noroeste con la provincia de Esmeraldas
- Al oeste con los cantones de Urcuqui, Antonio Ante y Otavalo
- Al este con el Cantón Pimampiro
- Al sur con la provincia de Pichincha

1.2.2.3. División político-administrativa

**CUADRO Nº 1.2
CANTÓN IBARRA: POR PARROQUIAS URBANAS Y RURALES**

PARROQUIAS	NOMBRE
URBANAS	San Francisco
	La Dolorosa del Priorato
	Caranqui
	El Sagrario
	Alpachaca
RURALES	Angochagua
	La Esperanza
	San Antonio
	Ambuqui
	Salinas
	La Carolina
	Lita

FUENTE: Investigación Propia.2011

ELABORACIÓN: La Autora.

1.2.3. ASPECTOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS

1.2.3.1. Población.

Según el censo realizado por el INEC en el 2010, Ibarra cuenta con una población total de 181.175 habitantes.

CUADRO Nº 1.3

CANTÓN IBARRA: POBLACIÓN URBANA Y RURAL

Sector	Nº de Habitantes	Porcentaje
Rural	49.319	27.30%
Urbano	131.856	72.70%
TOTAL	181.175	100.00%

FUENTE: INEC. Censo Poblacional 2010

ELABORACIÓN: La Autora.

La población total del cantón alcanza a 181.175 habitantes, de los cuáles 131.856 habitan en la cabecera cantonal y 49.319 en las parroquias rurales, que corresponde al 72.70% y 27.30% respectivamente.

1.2.3.2. Crecimiento poblacional.

La tasa de crecimiento anual es de 2,3%, siendo ligeramente menor a la provincial que es de 2,4%.

CUADRO Nº 1.4

IMBABURA: TASA DE CRECIMIENTO ANUAL DE LA POBLACIÓN

CANTÓN	POBLACIÓN	
	TOTAL	TCA%
PROVINCIA	400.359	2,4
IBARRA	181.175	2,3

FUENTE: INEC, VI censo de población, 2010

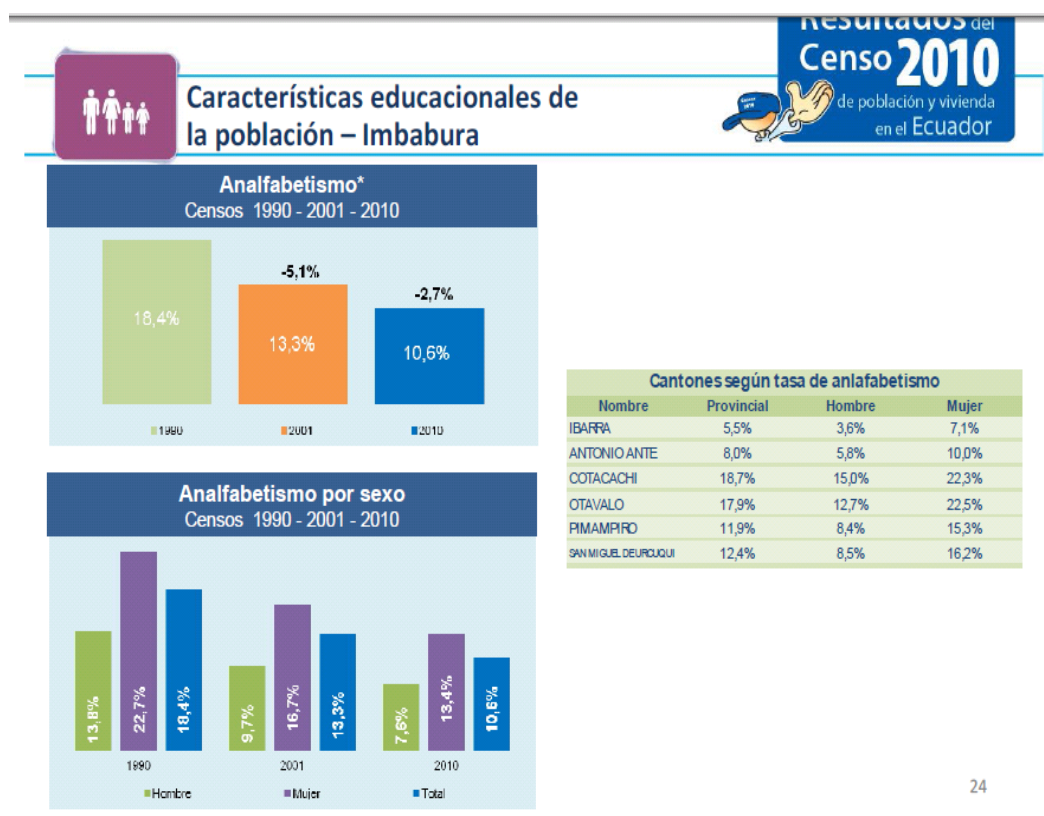
ELABORACIÓN: La Autora

La población de Ibarra desde una población de 61.163 habitantes en 1950 pasa a 181.175 habitantes en el 2010. En la tabla anterior se puede visualizar la evolución de la población y la tasa de crecimiento intercensal

1.2.3.3. Indicadores de educación.

La tasa de analfabetismo en el cantón Ibarra es de 10,6% siendo menor en las parroquias rurales la escolaridad de la población de 24 años. Los niveles de instrucción van decreciendo en la primaria completa, en la secundaria completa y finalmente en la instrucción superior.

CUADRO N° 1.5
INDICADORES DE EDUCACIÓN




FUENTE: Municipalidad de Ibarra. Línea base educación 2010

ELABORACIÓN: Equipo Técnico Municipal


CUADRO N° 1.6

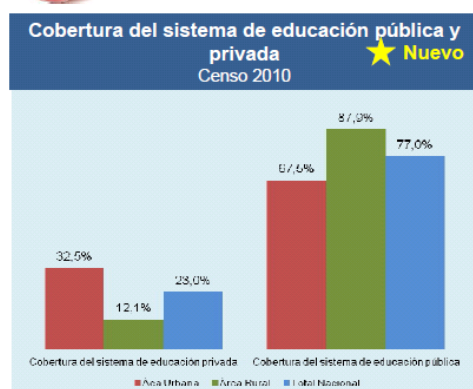
INDICADORES DE EDUCACIÓN



Características educacionales de la población - Imbabura

Resultados del Censo 2010
de población y vivienda en el Ecuador





Cantones con cobertura del sistema de educación pública

Cantonal	Área urbana	Área rural	
IBARRA	70,2%	64,7%	85,4%
ANTONIO ANTE	78,7%	71,9%	85,3%
COTACACHI	86,0%	67,8%	91,3%
OTAVALO	82,1%	71,9%	88,0%
PIMAMPIRO	85,7%	76,1%	92,3%
SAN MIGUEL DE URQUQUI	88,7%	83,4%	90,2%

FUENTE: Municipalidad de Ibarra. Línea base educación 2010

ELABORACIÓN: Equipo Técnico Municipal

Los indicadores de educación, para un Proyecto de factibilidad o de inversión es muy importante analizarlos, por cuanto nos da la medida en qué situación de instrucción y capacitación se encuentra la mano de obra no calificada y calificada que podría utilizar el nuevo emprendimiento económico.

1.2.4. ASPECTOS SOCIO-ECONÓMICOS

1.2.4.1. Población Económicamente Activa.

La Población Económicamente Activa - PEA - de Ibarra es de 60.082, teniendo el 77,49% en la cabecera cantonal y el 22,51% en las parroquias rurales. En las parroquias rurales tienen mayor porcentaje San Antonio (9,27%), La Esperanza (3,81%) y Ambuqui (3,07). Correspondiendo el 62,25% son hombres y el 24,75% mujeres.

CUADRO Nº 1.7
POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA

TOTAL		HOMBRES		MUJERES	
60.082	100%	39.205	65.25%	20.877	34.75%

FUENTE: INEC, VI Censo de Población, 2001

ELABORACIÓN: Equipo Técnico Municipal

1.2.4.2. Índice de Desocupación.

El 2,41% de la PEA está desempleado.

CUADRO Nº 1.8
INDICE DE DESOCUPACIÓN

TOTAL	TOTAL		OCUPADOS		DESOCUPADOS	
	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%
	60.085	100	58.632	97.59	1.450	2.41

FUENTE: INEC, VI Censo de Población, 2001

ELABORACIÓN: Equipo Técnico Municipal

1.2.4.3. Caracterización de atractivos turísticos por ubicación de acuerdo a parroquia que posibilitan el crecimiento económico

Se ha identificado un total de 33 sitios naturales y 76 de manifestaciones culturales.

CUADRO Nº 1.9
CARACTERIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS POR UBICACIÓN DE ACUERDO A PARROQUIA QUE POSIBILITAN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO

ESTADO	SITIO NATURAL	%	MANIFESTACIONES CULTURALES	%
Conservado	12	36%	46	61%
Alterado	6	18%	12	16%
Deteriorado	3	9%	13	17%
En proceso de deterioro	12	36%	5	7%
TOTAL	33	100%	76	100%

FUENTE: INEC, VI Censo de Población, 2001

ELABORACIÓN: Equipo Técnico Municipal

1.3. DIAGNÓSTICO EXTERNO

1.3.1. ALIADOS:

Es la ventaja competitiva para obtener mayor rendimiento que la competencia:

- Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura donde existen las instituciones públicas a nivel provincial y se concentra la mayor parte de la población para vivir.
- El turismo será nuestro principal aliado por que Ibarra es una ciudad de paso de Pichincha al Carchi y viceversa, además es visitada constantemente por personas de cantones vecinos y de otras provincias.
- Existe mano de obra calificada y la venta de materia prima a bajo costo en San Antonio de Ibarra lo que facilita las posibilidades de productividad para la microempresa.
- Hay la posibilidad de realizar contactos con comerciantes internacionales que buscan estos productos para llevarlos al extranjero como por ejemplo a EE. UU, y países Europeos.
- Las instituciones financieras y cooperativas de ahorro y crédito proporcionan créditos y micro créditos en corto tiempo y con condiciones favorables que permitan la implementación de las nuevas microempresa.

1.3.2. OPONENTES:

Las desventajas competitivas son aspectos negativos que tendría la microempresa con relación a la competencia:

- Existe un bajo nivel de competencia local porque hay almacenes en Ibarra que exhiben artículos decorativos hechos en madera y puede ser parte de interés de los clientes.
- La competencia de Otavalo puede ser tomada en cuenta ya que los fines de semana realizan ferias en donde existe esta clase de artículos.

1.3.3. OPORTUNIDADES:

A continuación se prevén las siguientes oportunidades de crecer y posesionarse en el mercado, por parte de la microempresa:

- El mercado de este tipo de artículos decorativos es amplio por lo que esta posesionado en el sector, gracias a la presencia de los artesanos de San Antonio de Ibarra.
- Existe gran demanda de estos artículos decorativos por la gente extranjera y además por medio del internet se puede hacer contactos para negociar esto productos.
- La implementación de esta microempresa fomentara una fuente adicional de ingresos, que ayudará a mejorar la economía de la ciudad.

1.3.4 RIESGOS

A continuación se plantean los posibles riesgos que se tendrá al implementar la microempresa:

- El control de madera que existe en el país.
- La posibilidad de que existan paros y movilizaciones dentro del país.
- La inestabilidad política, social y económica del Ecuador que determinaría el incremento de precios en los productos desestabilizando así la producción.

1.4. IDENTIFICACION DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Con los resultados del Diagnóstico situacional y diagnóstico externo, se establecen aspectos positivos para la implementación de una microempresa de elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.” lo que garantiza condiciones necesarias para la ejecución del proyecto.

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
ARTÍCULOS DECORATIVOS HECHOS EN MADERA, EN LA
CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Para sustentar una nueva teoría en si debe basarse en otras investigaciones realizadas, o sea en el avance teórico-científico sobre el tema formulado para el estudio. Conocimientos previos que se convierten en referentes importantes del tema de investigación; teniendo así, un respaldo de información actual y verídica que sirva de guía para el desarrollo de todas las fases del trabajo de investigación propuesto.

ROBERTO, Hernández; FERNÁNDEZ, Collado C. y otros (2004) destacan: “las siguientes funciones que cumple el marco teórico dentro de una investigación son: ayuda a prevenir errores que se han cometido en otros estudios, orienta sobre cómo habrá de realizarse el estudio, Amplía el horizonte del estudio y guía al investigador, conduce al establecimiento de hipótesis o afirmaciones, inspira nuevas líneas y áreas de investigación, finalmente provee de un marco de referencia para interpretar los resultados del estudio”.

Para el desarrollo del Marco Teórico se han respetado las citas bibliográficas de conceptos y opiniones científicas, que se las ha incorporado en cada tema o subtema a lo largo de toda la investigación realizada. A continuación se presenta una síntesis de lo abordado en cada uno de ellos.

2.1. LA MICROEMPRESA

2.1.1. Definición

AGUIRRE, Enriqueta (2006) señala: “Entiéndase por microempresa la unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho, formales o informales, que tienen varias características indispensables”.

LONGENECKER, Justin G. (2007) expresa: “Las pequeñas empresas incluyen microempresas de una sola persona, las pequeñas empresas incluyen también a los que tienen hasta 100 empleados. Sin embargo, en la mayoría de los casos son drásticamente diferentes a su estructura y funcionamiento de las gigantescas corporaciones que suelen aparecer en los medios de comunicación especializados en negocios”.

DE LOS ANGELES, Yajaira y CHAVEZ (2008) dicen: “Son unidades muy pequeñas que generan ingresos que son propiedad y administradas por los propios empresarios que trabajan ellos mismos en sus unidades, las que constituyen su principal medio de vida; que no tienen empleados o emplean muy poco, recurriendo principalmente a los miembros de la familia, que usan muy poco capital y pueden tener o no un carácter semi legal o informal, según la estructura jurídica del país de que se trate”.

La microempresa es una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios, además las pequeñas empresas incluyen microempresas de una sola persona, sin embargo, en la mayoría de los casos son drásticamente diferentes a su estructura y funcionamiento también se puede manifestar que son unidades productivas con reducidos capitales que funcionan bajo riesgo propio en el mercado local, con utilización de mano de obra limitada y poca formación académica

Desde el punto de vista del financiamiento a las microempresas se les puede conceptualizar como unidades económicas de carácter familiar, cuyas necesidades de financiamiento son para capital de trabajo.

De acuerdo a las palabras de SALAZAR Daniela (2008) según la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS año 2009 Las Pequeñas, medianas y grandes empresas “No existe acuerdo entre los economistas sobre la variable a utilizar: variable de ventas, número de empleados, activo total, capital propio, valor añadido, etc.; para medir el tamaño o dimensión de las empresas, ni tampoco sobre la longitud de los tramos o intervalos en que la variable elegida debe subdividirse para calificar a una empresa de pequeña mediana o grande”. (PAG. 1)

Según la terminología de la comunidad Europea, son microempresas las que no tienen empleados, ni a tiempo completo ni parcial, pequeñas empresas las que tienen menos de 10 empleados, empresas medianas las que tienen entre 10 y 499 empleados, y empresas grandes las que tienen 500 o más empleados. En Ecuador, de acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las categorías siguientes:

- **Microempresas:** emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares.
- **Talleres artesanales:** se caracterizan por tener una labor manual, con no más de 20 operarios y un capital fijo de 27 mil dólares.
- **Pequeña Industria:** puede tener hasta 50 obreros
- **Mediana Industria:** alberga de 50 a 99 obreros, y el capital fijo no debe sobrepasar de 120 mil dólares.
- **Grandes Empresas:** son aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos

Otro dato importante es el tomado del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010 de la presidencia de la República del Ecuador donde se establece:

CUADRO N° 2.1
MICRO, PEQUEÑAS, MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS

	Micro	Pequeñas	Medianas	Grandes
Número empleados	1-9	Hasta 49	50-199	Mayor a 200
Valor bruto de ventas anuales	100.000	Hasta 1'000.000	1'000.001 a 5'000.000	Mayor a 5'000.000
Valor activos totales	Menor a 100.000	De 100.001 hasta 750.000	750.001 a 4'000.000	Mayor 4'000.000

FUENTE: Proyecto de Ley PYMER y Proyecto de Estatuto Andino para las MIPYMES

ELABORACIÓN: La Autora.

2.1.2. IMPORTANCIA DE LAS MICROEMPRESAS

Mac-Clure Oscar (2008) dice: “La Microempresa como dimensión de un sector económico, social y político de la sociedad de vieja data, precisa de aproximaciones conceptuales que permitan un acercamiento a su realidad, en el entendido que sus siempre parciales interpretaciones no cuenten con pretensiones hegemónicas ni totalizadoras”.

La importancia del sector micro empresarial de un país, lo constituye su contribución desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo.

Mac-Clure Oscar (2008) manifiesta: “Las microempresas abarcan una parte importante del empleo. Sea que representen un cambio en la estructura del empleo o más bien una nueva manera de visualizarla, se les otorga una creciente atención. Las microempresas son vistas como una nueva y potente alternativa para enfrentar problemas de empleo, desigualdad y pobreza, a escala nacional y mundial”, “Las microempresas: ¿una solución a los problemas de empleo?””

La microempresas demanda de condiciones objetivas y subjetivas estos dos universos se superponen muy estrechamente. Las microempresas que reúnen simultáneamente las condiciones objetivas y subjetivas de crecimiento, y el deseo de involucrarse en este proceso por parte de su conductor, conforman el grupo de microempresas que tienen como desarrollo posible en tanto unidades individuales el tránsito hacia pequeñas y medianas empresas.

2.1.3. CLASIFICACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS

De acuerdo a la Dirección de Microempresas y Artesanías del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración, Pesca y Competitividad, MICIP, (2009) las actividades que desarrollan las microempresas pueden ser: Comercio, Producción, De sobrevivencia, subsistencia, crecimiento y servicios.

- **Comercio:** Son las que tienen como actividad la compra-venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.
- **Producción:** Las microempresas de producción son las más importantes ya que son las que generan empleo productivo. Son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados, dentro de esta actividad se encuentra la elaboración de artesanías cuya actividad del MICIP se regula en base a la Ley de Fomento Artesanal.

- **De sobrevivencia:** Tienen la urgencia de conseguir ingresos y su estrategia de competencia es ofrecer su mercadería a precios que apenas cubren sus costos. Como no llevan ningún tipo de contabilidad a menudo confunden sus ingresos con el capital. El dueño hace uso indistinto del dinero y hasta de la mercadería.
- **Subsistencia:** Son aquellas que logran recuperar la inversión y obtienen ingresos para remunerar el trabajo.
- **En crecimiento:** Tienen la capacidad de retener ingreso y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadoras de empleos. Aquí microempresa se convierte en empresa.
- **Servicios:** La cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad.

2.1.4. CLASIFICACIÓN DE LA MICROEMPRESA EN IMBABURA POR ACTIVIDADES

Según el documento de la EFE (Escuela de Formación Micro empresarial) (2009) "en Imbabura existe varios tipos de microempresas dedicadas a contribuir a la economía del sector" (PAG.13.)

- **Artesanales:** Son aquellas que se dedican a la elaboración de artesanías en sus diversos campos como: tejidos y bordados, madera, adornos y bisutería, cuero y otros.
- **Industriales:** Estas empresas cuentan con maquinaria para producir los artículos como: confección de ropa, agroindustrias, mecánicas y otras
- **Bienes y servicios:** Son todas las microempresas dedicadas al turismo, hotelerías, restaurantes, agencias de viaje, y otros
- **Asistencia:** Por lo general son microempresas familiares dedicadas a asesoramientos educativos, contables, arreglo de artefactos, artículos, prendas u otros,
- **Comercialización:** Microempresas dedicadas a la compra venta de todo tipo de artículos al por mayor y menor.

2.1.5. CARACTERÍSTICAS DE UNA MICROEMPRESA

<http://microempresa.blogdiario.com/1206741300/> (2008) manifiesta: “Las características principales de la microempresa no sólo se la determina por su tamaño, sino por su diversidad, vulnerabilidad y por su potencialidad. La microempresa como unidad económica, posee ciertas características especiales, que la distinguen de otra clase de empresa”.

La Micro Empresa reúne adicionalmente las siguientes características de acuerdo a: ***La microempresa es nuestro mejor producto (Escrito por microempresa el 28/03/2008 22:55)***

- a. El propietario o propietarios de la empresa laboran en la misma.
- b. El número total de trabajadores y empleados no excede de diez (10) personas.
- c. El valor total anual de las ventas no excede de doce (12) Unidades Impositivas tributarias

La Pequeña Empresa reúne adicionalmente las siguientes características:

- a. El número total de trabajadores y empleados no excede de veinte (20) personas.
- b. El valor total anual de las ventas no excede de veinticinco (25) Unidades Impositivas Tributarias.

2.1.6. CONSTITUCIÓN DE UNA MICROEMPRESA

Una vez obtenido el reconocimiento legal y en atención a la normativa nacional se deben obtener una serie de permisos o registros administrativos, que se pueden agrupar en dos grandes grupos:

2.1.6.1. Registros y licencias del gobierno central.

KOONTZ Harold, WEHRICH Heinz, (2009) “Los registros y licencias son otorgados a través de sus Ministerios y Organismos Desconcentrados. La finalidad de éstos es cautelar y supervisar la actividad empresarial para evitar perjuicios a la colectividad, así como controlar y fiscalizar el cumplimiento de obligaciones tributarias y laborales. Pág. 1

Los registros a los que debe acudir toda empresa que inicia operaciones son:

- **Registro Único de Contribuyentes (RUC):** el trámite se realiza ante el Servicio de Rentas Internas.
- **Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social:** obtención de la cédula patronal para realizar los pagos de los derechos laborales, seguro médico y pensión.
- **Ministerio de Trabajo:** inscripción de trabajadores en la Inspectoría de Trabajo.

Las licencias del gobierno central más importantes son:

- **Permiso Sanitario:** licencia otorgada por la Dirección General de Salud del Ministerio de Salud Pública. Los requisitos generales son sencillos de cumplir. Existen requisitos adicionales que varían de acuerdo al tipo de actividad.
- **Licencia Ambiental:** es la autorización que otorga el Ministerio del Ambiente, para la ejecución de una actividad que pueda afectar el medio ambiente.

2.1.6.2. Licencias municipales.

IMI (2009) expresa: “Tienen por finalidad velar por el crecimiento ordenado y seguro de la actividad empresarial dentro de su competencia territorial, aunque en algunos casos se trata simplemente de un impuesto”.

En la Municipalidad las licencias más importantes son:

- **Permiso sanitario de funcionamiento:** el trámite demora 15 días hábiles. Sólo se puede obtener el permiso hasta el 30 de junio de cada año; pasada esa fecha debe pagarse mora.
- **Patente municipal:** El trámite es sencillo y se realiza en el día ante la Dirección Financiera Municipal. La tasa equivale al 1% del capital hasta US\$ 10,000; 100 más el 1.2% sobre el excedente entre 10,000 y 20,000; 220 más el 1.4% sobre el excedente entre 20,000 y 30,000 etc.
- **Comercio en espacio de circulación pública:** es una licencia para realizar comercio minorista en la vía pública, lo que la propia Municipalidad denomina “comercio informal”.

2.2. ADMINISTRACIÓN DE PYMES.

Actualmente los negocios a gran escala han disminuido el mercado del negocio pequeño. Sin embargo, para mantener la supremacía y prosperar en este campo, el negocio en pequeño debe aprovechar sus ventajas naturales y administrar sus operaciones con efectividad. **Hammer (2008)** En la fase de planeación hay que establecer objetivos generales para el negocio, tomando en cuenta las características de una imagen de éste.

DÍEZ, de Castro; GARCÍA, del Junco; MARTÍN Jiménez y PERIÁÑEZ Cristóbal; (2001) manifiestan: "la administración es el conjunto de las funciones o procesos básicos (planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar) que, realizados convenientemente, repercuten de forma positiva en la eficacia y eficiencia de la actividad realizada en la organización".

Existen en Administración algunos términos que se utilizan tanto por su impacto dentro de la actividad diaria de la empresa o microempresa, como por su aplicabilidad. Estos son los términos de eficiencia, eficacia y productividad, que se refieren a:

- **Eficacia:** consiste en alcanzar las metas establecidas en la empresa.
- **Eficiencia:** consiste en el logro de las metas con la menor cantidad de recursos. Obsérvese que el punto clave en ésta definición es ahorro o reducción de recursos al mínimo.
- **Productividad:** consiste en la relación producto insumo en un período específico con el adecuado control de la calidad.

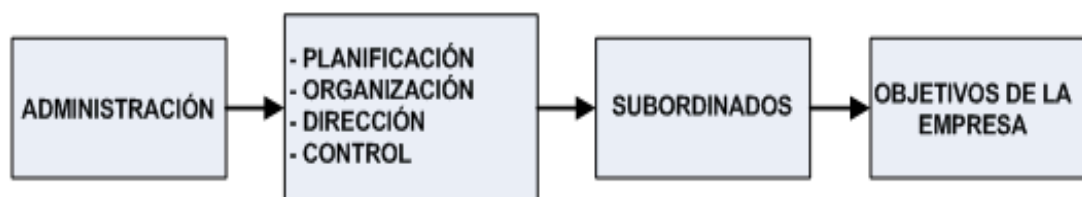
2.2.1 FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR.

Los autores HAROLD Koontz y HEINZ Wehrick, (2009) manifiestan las funciones del administrador son: Planificación, Organización, Dirección y Control que conforman el Proceso Administrativo cuando se las considera desde el punto de vista sistémico. Fayol señala que estos elementos se aplican en negocios, organizaciones políticas, religiosas, filantrópicas y militares.

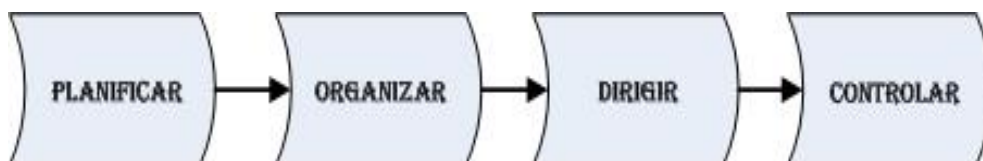
CHIAVENATO Idalberto “Las funciones Administrativas en un enfoque sistémico conforman el proceso administrativo, cuando se consideran aisladamente los elementos Planificación, Organización, Dirección y Control, son solo funciones administrativas, cuando se consideran estos cuatro elementos (Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar) en un enfoque global de interacción para alcanzar objetivos, forman el Proceso Administrativo” Pág. 225-231

La Administración es la principal actividad que marca una diferencia en el grado que las Organizaciones les sirven a las personas que afectan.

El éxito que puede tener la Organización al alcanzar sus objetivos y también al satisfacer sus obligaciones sociales depende en gran medida, de sus gerentes. Si los gerentes realizan debidamente su trabajo, es probable que la organización alcance sus metas, por lo tanto se puede decir que el Desempeño Gerencial se mide de acuerdo al grado en que los gerentes cumplen la secuencia del Proceso Administrativo, logrando una Estructura Organizacional que la diferencia de otras Organizaciones.



Las Funciones del Administrador, como un proceso sistemático; se entiende de la siguiente manera:



2.2.1.1. Planeación.

Planear es función del administrador, aunque el carácter y la amplitud de la planeación varían con su autoridad y con la naturaleza de las políticas y planes delineados por su superior.

2.2.1.2. Organización

Es la parte de la administración que supone el establecimiento de una estructura intencionada de los papeles que los individuos deberán desempeñar en una empresa. La estructura es intencionada en el sentido de que debe garantizar la asignación de todas las tareas necesarias para los cumplimientos de las metas, asignación que debe hacerse a las personas mejor capacitadas para realizar esas tareas. El propósito de la estructura organizacional como instrumento administrativo, es contribuir a la creación de un entorno favorable para el desempeño humano.

2.2.1.3. Dirección

Es la aplicación de los conocimientos en la toma de decisiones; para la discusión de este papel se debe saber cómo es el comportamiento de la gente, como individuo y como grupo. De manera apropiada para alcanzar los objetivos de una organización.

La definición de dirección es: El considerar los esfuerzos esenciales de aquellos que integran el sistema cooperativo. Se hace notar debido que es parte esencial y central de la administración, a la cual se debe ordenar los demás elementos. En fin la dirección es guiar a un grupo de individuos para lograr los objetivos de la empresa. Dirigir implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales.

La relación y el tiempo son fundamentales para las actividades de la dirección. De hecho, la dirección llega al fondo de las relaciones de los gerentes con cada una de las personas que trabajan con ellos. Los gerentes dirigen tratando de convencer a los demás de que se les unan

para lograr el futuro surge de los pasos de la planificación y la organización. Los gerentes al establecer el ambiente adecuado ayudan a sus empleados a hacer sus mejores esfuerzos.

La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente o delegando dicha autoridad, y se vigila de manera simultánea que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitidas.

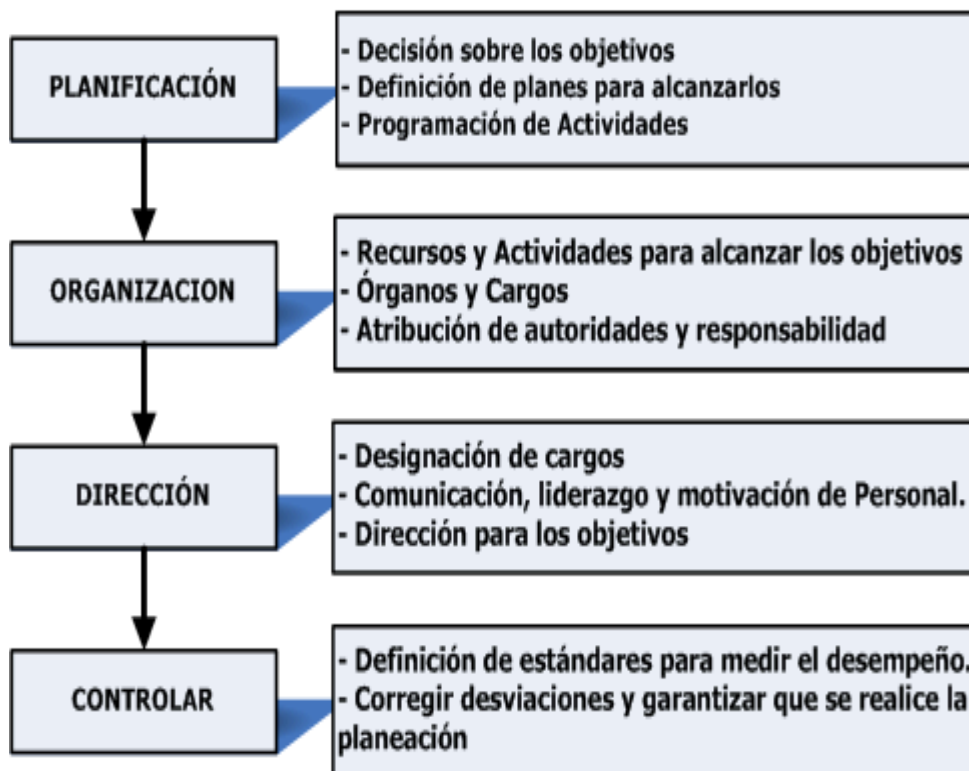
2.2.1.4. Control.

El control es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización si no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos.

Es una función administrativa que permite verificar, constatar, palpar, medir, si la actividad, proceso, unidad, elemento o sistema seleccionado está cumpliendo y/o alcanzando o no los resultados que se esperan.

EL DESEMPEÑO DE LAS FUNCIONES CONSTITUYE EL LLAMADO CICLO ADMINISTRATIVO, COMO SE OBSERVA A CONTINUACIÓN:

Las funciones del administrador, es decir el proceso administrativo no solo conforman una secuencia cíclica, pues se encuentran relacionadas en una interacción dinámica, por lo tanto. Y por ello en el gráfico anterior también se muestra el Proceso Administrativo es cíclico, dinámico e interactivo, como se muestra en el siguiente gráfico.



2.3. ELABORACIÓN DE LOS ARTÍCULOS DECORATIVOS HECHOS EN MADERA

2.3.1. LA MADERA Y EL TALLADO

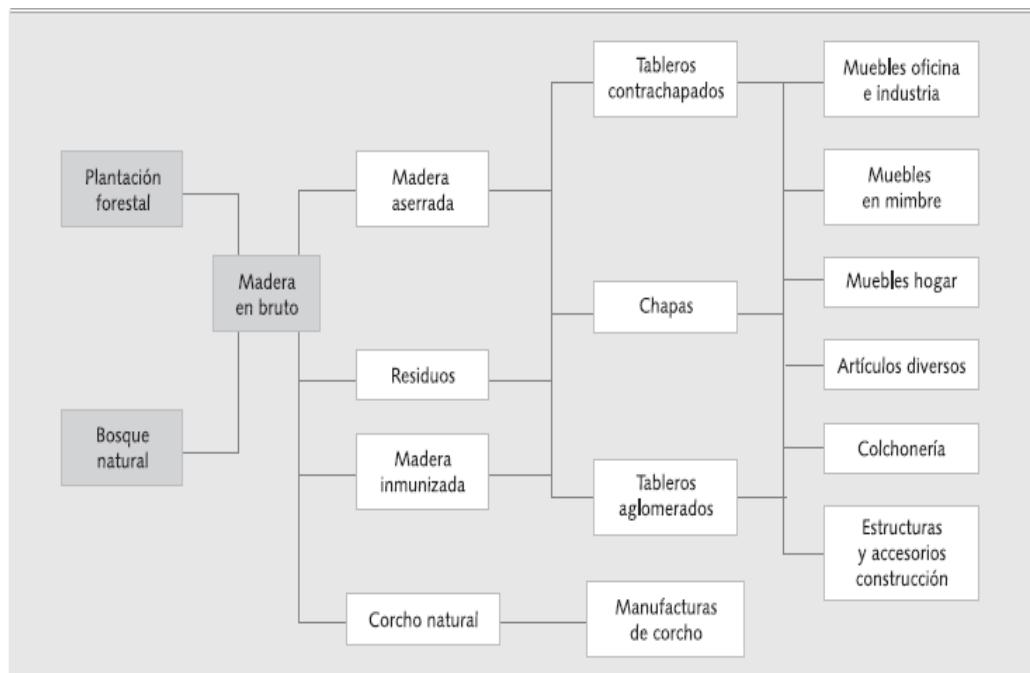
“La talla en madera es una actividad muy antigua y extendida. Sus aplicaciones son variadísimas, aunque su principal función es la decoración y el ornamento. Es utilizada tanto a nivel arquitectónico como para el embellecimiento de objetos de uso cotidiano”. www.conquismania.cl

Como toda artesanía, tiene un componente artístico, en el cual el tallista-artesano vuelca su talento creativo para sacar de unas simples tablas una obra de arte, y otro componente, técnico y mecánico, que hay que tener en cuenta para que la materia prima responda a nuestros esfuerzos y lograr el resultado deseado.

“Desde los tiempos más remotos el hombre ha tenido la necesidad y la oportunidad de esculpir. Al principio lo hacían con los materiales más simples y que estaban a la mano: barro y madera. Después fueron empleándose la piedra, los metales y todos los demás que pueden verse en la sección "Materiales y técnicas tradicionales" y en "Materiales y técnicas de los tiempos modernos". www.conquismania.cl

Los pueblos de la prehistoria hicieron esculturas relacionadas con la religión y los mitos. A veces eran simples amuletos. Las grandes civilizaciones antiguas (Roma, Grecia, Mesopotámia, Egipto, Asia) realizaron grandes batallas y escenas de la vida cotidiana. Estas civilizaciones supieron admirar la escultura como arte y dejaron para la posteridad figuras de adorno hechas por el simple placer de su contemplación.

CUADRO N° 2.2. PROCESO DE LA MADERA



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: La Autora.

2.3.2. USOS DE LA MADERA

DÍAZ, Rigoberto, (2005) dice: “Los árboles presentan unos troncos con diámetros más o menos limitados y eso obliga a veces a que se hagan piezas diferentes y apropiadas para llevar a cabo la obra. Los trozos se unen con espigas y se pegan a veces con una cola especial. Si la escultura tiene un acabado de policromía, las juntas pueden disimularse menos, ya que la pintura tapará el material de relleno, de lo contrario hay que hacer una labor de verdadero artista. A veces las esculturas de madera se aligeran haciendo hueco su interior”.

La madera es un material muy apreciado por los escultores, por sus propiedades físicas y buenos resultados. Hay muchos tipos de madera y según sus cualidades pueden dejarse la escultura en su color natural o por el contrario pintarse en un policromado adecuado a cada textura. Las maderas llamadas nobles se dejan en su color natural tal es el caso del Nogal, roble, haya, cedro, caoba y otras.

2.3.3. TIPOS DE MADERA QUE EXISTEN

Pazmiño T. Thomas (2008) dice: “La elección de la madera más adecuada al formato de la talla que se vaya a realizar resulta sumamente importante. Se debe adecuar la elección también al grado de experiencia como tallistas de cada uno, porque se estropearán bastantes trozos de madera antes de conseguir resultados medianamente aceptables”.

(PAG. 67)

Las primeras maderas que se suelen emplear para estos menesteres son las de pino, al ser más baratas, pero tienen el gran inconveniente de ser excesivamente blandas y producir demasiadas astillas.

Un poco más adelante, resulta recomendable utilizar el cedro, que no es excesivamente caro y su estructura densa y compacta facilita el trabajo de tallado. Cuando se tenga más experiencia, se pueden emplear maderas como el nogal, el roble o el castaño, que ofrecen resultados espectaculares.

Según Pazmiño: La madera se compone de cuatro partes a lo largo del tronco:

- **La médula o corazón del árbol** es la parte central del tronco y la que es válida para trabajar.
- **La albura** es la parte que recubre el corazón, es la parte del árbol más recientemente formada y tiene fibras blandas de poca calidad
- **La capa de cambium** es donde se va formando la madera.
- **La corteza** es la parte exterior del tronco que protege al interior del árbol.

La madera viva es muy húmeda, pero después de cortar deja de actuar como ser vivo y empieza a secarse, pierde humedad y se contrae. El proceso de desecación es importantísimo, tiene por objeto producir madera con un contenido de humedad estable sin que la madera se rajé.

La madera puede rajarse si su secado no es uniforme. Se puede secar al aire o al horno pero es fundamental almacenarla de manera que el aire circule bien entre ella. Una vez seca la madera sigue conteniendo un cierto grado de humedad, pero permaneciendo en el interior de una casa, ya no corre el riesgo de rajarse.

2.3.3.1 MADERAS NACIONALES

GLOPTER, R. técnico de Edimca. S.A (2003) dice: En Ecuador para clasificar los diferentes tipos de madera tenemos dos grandes categorías dentro de las maderas nacionales:

a) DE HOJA CADUCA

Dentro de las maderas de hoja caduca:

- **Las maderas muy ligeras** (densidad 0,4 a 0,5): chopo, tilo, sauce.
- **Las maderas ligeras** (densidad 0,5 a 0,65): aliso, abedul.
- **Las maderas semi pesadas** (densidad 0,65 a 0,8): roble, castaño, cerezo, fresno, haya, nogal, olmo, peral.
- **Las maderas pesadas** (densidad 0,8 a 0,95): Boj, encina.

b) **RESINOSAS**, en orden creciente de densidad, tenemos: pino, ciprés, abetos, alerce y cedros.

- **El cerezo** es una madera dura de textura fina y se talla bastante bien.
- **El cedro** tiene una textura muy fina y se talla bien.
- **El fresno** es una madera dura y elástica, uno de sus empleos es para astiles de herramientas.
- **El acebo** tiene una textura muy fina y se talla bien.
- **El pino amarillo** tiene una textura fina que los demás pinos y se talla bien.
- **La haya** es bastante dura utilizada entre otras para cabezas de mazos.
- **El peral** tiene una textura muy fina y se talla muy bien.
- **El abedules** una madera dura con textura fina, la que tiene la veta derecha se talla bastante bien.
- **El boj** es una madera muy dura utilizada para piezas pequeñas y usada por algunos maquettistas.
- **El iroko** es una madera muy resistente para exteriores.

2.4. LA COMERCIALIZACIÓN

2.4.1 QUE ES LA COMERCIALIZACIÓN

Microsoft, Encarta (2009) expresa: “Comercialización, en marketing, planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requeridos, garantizando así unas ventas rentables. Para el responsable de este proceso, la comercialización abarca tanto la planificación de la producción como la gestión. Para el mayorista y para el minorista implica la selección de aquellos productos que desean los consumidores. El correcto emplazamiento del producto, en el momento adecuado, es relevante en grado sumo cuando se trata de bienes que están de moda, de bienes temporales, y de productos nuevos cuya tasa de venta es muy variable. El precio se suele fijar de tal manera que el bien se pueda vender rápido, y con una tasa de beneficios satisfactoria. La cantidad producida tiene que ser la suficiente como para satisfacer toda la demanda potencial, pero tampoco debe resultar excesiva, evitando la reducción forzosa del precio con el fin de incrementar las ventas y aminorar el nivel de existencias.

La comercialización es la planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requerida, garantizando así unas ventas rentables además manifiestan que abarca tanto la planificación de la producción como la gestión. Para el mayorista y para el minorista implica la selección de aquellos productos que desean los consumidores convirtiéndose de esta manera en un proceso por el cual, los productos pasan de los centros de producción a sus destinos de consumo, a través de diferentes fases u operaciones de compraventa de mayoristas o minoristas

La comercialización es un proceso de compra- venta por medio del cual se compran o se venden (intermediarios) productos y servicios, los mismos que permiten satisfacer las necesidades de los consumidores.

2.4.2 COMERCIALIZACIÓN PROGRESIVA

2.4.2.1 Micro comercialización

RODRÍGUEZ, Mónica, <http://es.scribd.com/doc/59078823/8/Definicion-de-microcomercializacion> (2011) expresa: “La micro comercialización es la realización de aquellas actividades que tratan de lograr los objetivos de una organización anticipándose a las necesidades del cliente y orientando un flujo de bienes y servicios que satisfacen necesidades del producto al cliente”.

Aquí se enfoca primordialmente la micro comercialización tal como se la observa desde el punto de vista del gerente comercial. Sin embargo, resulta vitalmente importante que los gerentes comerciales no olviden nunca que sus organizaciones son apenas pequeños componentes interactivos de un sistema de macro comercialización.

2.4.2.2 Macro comercialización

RODRÍGUEZ, Mónica, <http://es.scribd.com/doc/59078823/8/Definicion-de-macrocomercializacion> (2011) expresa: “La macro comercialización constituye un proceso socio económico que orienta un flujo de bienes y servicios de una economía desde los productores hasta los consumidores

en una forma que haga corresponder de una manera efectiva las heterogéneas capacidades de la oferta con una demanda heterogénea y que cumpla a la vez los objetivos a corto y a largo plazo de la sociedad”.

Al igual que en el micro nivel, la macro comercialización se ocupa del flujo de los bienes y servicios que satisfacen necesidades, desde el producto hasta el consumidor. Sin embargo, no se trata de destacar las actividades que realizan las organizaciones individuales, sino la forma en que opera todo el sistema, tomado en consideración las acciones acumulativas e interrelacionadas de todos los productores y consumidores.

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

2.4.3. ESTRATEGIAS DE LA COMERCIALIZACIÓN

MARTÍNEZ, T. y FLORES, C. (2009) expresan: “las estrategias de mercado o comercialización son estrategias de plaza, servicio, precio, promoción”. Estas son:

2.4.3.1. Estrategias de plaza

- La microempresa deberá estar ubicada en un lugar especial donde sea concurrido por todo tipo de personas tanto adineradas, como de clase media y baja; este espacio será estratégicamente seleccionado inclusive para que los proveedores y los empleados puedan llegar con facilidad.
- Los espacios deben estar distribuidos de tal manera que se pueda tener el almacén abierto al público y muy bien decorado y el taller

donde exista organización, comodidad para los trabajadores y orden para colocar los productos en proceso y terminados.

- El espacio debe ser amplio y con buena ventilación por que de la madera sale gran cantidad de polvo y aserrín muy fino que puede causas daño a las personas.
- La infraestructura debe ser adecuada a la circunstancia, ya que en la parte frontal debe estar el almacén y en la parte posterior, o a un lado puede estar el taller.

2.4.3.2. Estrategias de servicio

- La organización contará con personal operativo con experiencia en el campo del tallado y el personal administrativo serán profesionales que sepan de sus funciones.
- Se diseñara modelos diferentes y nuevos cada cierto tiempo.
- Se desarrollará una feria exposición trimestralmente con invitados de San Antonio de Ibarra que expongan sus creaciones.
- El almacén será muy confortable de excelente decoración y con espacios para que el cliente se sienta confortable.
- La organización y control del trabajo será direccionado a través de un seguimiento y evaluación de calidad a los productos.

2.4.3.3. Estrategias de precio

- Los precios se definen en función del estudio de mercado realizado tomando en cuenta que estos no sean muy elevados para poder vender los productos a todo tipo de personas, sean de posibilidades económicas o no.
- Por cada compra de productos se ofrecerá un llavero tallado con el logo de la microempresa.
- Los precios deben ser competitivos y accesibles al consumidor.

2.4.3.4. Estrategias de promoción

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

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

- Rotulo grande y luminoso que llame la atención en el día y en la noche
- Elaborar trípticos con los artículos que se elaboran.
- Volantes para ser entregados en las casas
- Se venderá con catálogos de puerta en puerta en sectores representativos de la ciudad y en instituciones públicas y privadas.
- Se enviará artículos de prensa, radio y TV.

2.4.4. DEMANDA

GAUT VEL HARTMAN Sergio (2004) define a la demanda como “la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado”. La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor.

La demanda se expresa gráficamente por medio de la curva de la demanda. La pendiente de la curva determina cómo aumenta o disminuye la demanda ante una disminución o un aumento del precio. Este concepto se denomina la elasticidad de la curva de demanda. En general, la ley de la demanda indica que existe una relación inversa entre el precio y la cantidad demandada de un bien durante un cierto período; es decir, si el precio de un bien aumenta, la demanda por éste disminuye; por el contrario, si el precio del bien disminuye, la demanda tenderá a subir. Cabe indicar que existen excepciones a esta ley, dependiendo del bien del que se esté hablando.

Hay una serie de factores determinantes de las cantidades que los consumidores desean adquirir de cada bien por unidad de tiempo, tales como las preferencias, la renta o ingresos en ese período, los precios de

los demás bienes y sobre todo, el precio del propio bien en cuestión. Si consideramos constantes todos los valores salvo el precio del bien, podemos hablar, de la tabla de demanda del bien por un consumidor determinado cuando consideramos la relación que existe entre la cantidad demandada y el precio de ese bien.

2.4.5. OFERTA

GAUT VEL HARTMAN Sergio (2004) dice que “oferta como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado”. Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros.

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

La ley de la oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, la oferta que exista de ese bien va a ser mayor; es decir, los productores de bienes y servicios tendrán un incentivo mayor para ofrecer sus productos en el mercado durante un período, puesto que obtendrán mayores ganancias al hacerlo.

LEFCOVICH. Mauricio (2006) expresa que “en la mayoría de los mercados los compradores y los vendedores se encuentran frente a frente. Pero la proximidad física no es un requisito imprescindible para conformar un mercado”. Algunos mercados son muy simples y la transacción es directa. En otros casos los intercambios son complejos. En todos los casos, el precio es el instrumento que permite que las transacciones se realicen con orden. El precio cumple dos funciones básicas, la de suministrar información y la de proveer incentivos.

El sistema de economía de mercado, para desarrollar sus funciones, descansa en el libre juego de la oferta y la demanda.

- **Competencia perfecta:** Un mercado es perfectamente competitivo cuando hay muchos vendedores pequeños en relación con el mercado, el producto es homogéneo, los compradores están bien informados, existe libre entrada y salida de empresas y decisiones independientes, tanto de los oferentes como de los demandantes.
- **Competencia imperfecta:** Una empresa es de competencia imperfecta cuando las empresas oferentes influyen individualmente en el precio del producto de la industria. Las empresas concurrentes no actúan como precio-aceptantes, sino como precio-oferentes, puesto que, de alguna forma, imponen los precios que rigen en el mercado.
- **Determinación del precio:** El precio de un bien es su relación de cambio por dinero, esto es, el número de unidades monetarias que se necesitan obtener a cambio una unidad del bien.
- **Economía de mercado:** El sistema de economía de mercado o sistema capitalista se caracteriza porque los medios de producción son propiedad privada. Las decisiones sobre qué producir, cómo producir y para quién producir las toma el mercado.

2.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

2.5.1. INDICADORES FINANCIEROS

<http://www.gestiopolis.com/canales5/fin/anfinancier.htm> (2012) expresa: "Los indicadores financieros agrupan una serie de formulaciones y relaciones que permiten estandarizar e interpretar adecuadamente el comportamiento operativo de una empresa, de acuerdo a diferentes circunstancias. Así, se puede analizar la liquidez a corto plazo, su estructura de capital y solvencia, la eficiencia en la actividad y la rentabilidad producida con los recursos disponibles".

2.5.1.1. Índices de liquidez

Permiten ver cuánto del activo circulante está financiado por los accionistas y cuánto corresponde a terceros (préstamos, financiamiento de proveedores, etc.) con lo cual se puede esperar su respuesta a los compromisos financieros que efectúe. Ya que representa su capacidad para cubrir sus deudas tomando en cuenta la comercialización de sus inventarios y otras cuentas. El más utilizado es:

Prueba ácida

Representa la liquidez inmediata (efectivo) que puede tener un cliente para cubrir sus deudas con proveedores y acreedores diversos.

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

2.5.1.2. Índices de solvencia.

Nos indica hasta por cuánto puede comprometerse la empresa. No debe ser mayor a 2 aunque a veces depende del giro de la empresa. El más utilizado es:

Índices de endeudamiento

Es el porcentaje de capital que se encuentra comprometido con terceros y cuánto más se pueden comprometer aún sin arriesgar su capacidad para cubrir cualquier pérdida que pueda haber en los activos.

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

2.5.1.3. Índices gerenciales

Miden el nivel de compromiso de los activos y su eficiencia de uso.

2.5.1.4. Rotación del inventario

Es el número de veces que se ha agotado el inventario de acuerdo a las ventas en un período estipulado.

Costo de Ventas

Inventario

2.5.1.5. Índices de rentabilidad

Miden la capacidad para producir ganancias de ventas y de uso de activos. El más utilizado es:

Rendimiento del capital

Es el porcentaje de la inversión de los accionistas que se encuentra trabajando en la operación de la empresa.

Utilidad Neta después de Impuestos

Capital Total

Es de suma importancia para una empresa, responder oportunamente para alcanzar la misión trazada y para ello se requiere estar al día con los cambios, reconocer las dificultades y saber anticiparlas para dar una respuesta más justa y precisa. Éstos son elementos que identifican y caracterizan una filosofía empresarial, una identidad corporativa que valora en sumo grado los siguientes puntos:

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

2.6. HERRAMIENTAS PARA EVALUAR PROYECTOS DE INVERSIÓN

2.6.1. BALANCE DE SITUACIÓN AÑO 0

SANTOS A. (2008) “Un balance de comprobación (balance de situación año 0) es un instrumento financiero que se utiliza para visualizar la lista del total de los débitos y de los créditos de las cuentas, junto al saldo de cada una de ellas (ya sea deudor o acreedor). De esta forma, permite establecer un resumen básico de un estado financiero”.

Es la situación de la empresa en el año 0 es decir el año que comienza.

2.6.2. BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADAS

Este balance permite determinar las pérdidas y ganancias de la microempresa proyectadas a por lo menos 5 años.

2.6.3. FLUJO DE CAJA PROYECTADA

Es una descripción de cómo se lleva la caja dentro de una proyección a 5 años, determinando las inversiones, egresos, mano de obra, costos indirectos, costos operativos.

2.6.4. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Este elemento permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de la caja proyectada.

2.6.5. COSTO DE OPORTUNIDAD

SANTOS A. (2008) “Es el valor máximo sacrificado alternativo al realizar alguna decisión económica”. En el proceso productivo, la empresa incorpora distintos factores con el fin de obtener un bien final. Algunos de estos factores los adquiere en el mercado, por consiguiente, paga por ellos, el precio que prevalece en el mercado. Pág. 301

El costo de oportunidad de una inversión es la erogación inicial del efectivo para comenzar una microempresa. Una inversión puede estar financiada por capital propio y/o financiado, El costo de oportunidad,

entonces, estaría dado por la sumatoria de las tasas activas y pasivas promedio en el mercado.

2.6.6. TASA DE REDESCUENTO

El cálculo de la tasa del redescuento se emplea el costo de oportunidad (Ck) y la tasa del 11% que corresponde al riesgo de nuestro país. $(R_p)i = Ck + R_p$

2.6.7. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

GAVA, L.; E. ROPERO; G. SERNA y A. UBIERNA (2008), “procede de la expresión inglesa Net present value. El acrónimo es NPV en inglés y VAN en español. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto”. Pág. 28

El valor actual neto permite conocer el valor actual de los ingresos y gastos que en el futuro se alcanzaran. El VAN sirve para analizar la seguridad del autofinanciamiento, es decir la posibilidad de que el proyecto genere un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión.

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

2.6.8. COSTO DE BENEFICIO

Este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos. Para este cálculo se emplea los ingresos y egresos proyectados en el flujo de caja.

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

2.6.9. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

BREALEY, MYERS Y ALLEN (2006), La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad. Pág. 114

Es el indicador más conveniente para conocer la factibilidad de una microempresa. Utilizando dos tasas de descuento arbitrarias que permita conseguir un VAN positivo y otro negativo. Esto posibilitará obtener una Tasa Interna de Retorno. Esta tasa sirve para identificar la rentabilidad del capital invertido en el proyecto, es decir la tasa interna de retorno que debe obtener el negocio para saber si es rentable.

$$TIR = \text{Tasa VAN (+)} = \frac{VAN (+)}{VAN (+) + \text{Valor absoluto VAN (-)}} \quad (\text{tasa VAN (+)} - \text{Tasa VAN (-)})$$

2.6.10. PUNTO DE EQUILIBRIO.

BETANCOURT P. (2008) “Este procedimiento sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder ni ganar. En el punto de equilibrio de un negocio las ventas son iguales a los costos y gastos; al aumentar el nivel de ventas se obtiene utilidad, y al bajar, se produce pérdida”. Pág.20

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

2.6.10.1. Costos fijos

Son los que se causan invariablemente con cualquier nivel de ventas. Por ejemplo, el seguro contra incendio de Propiedades, Planta y Equipo, la depreciación por línea recta, sueldos y prestaciones del personal administrativo.

2.6.10.2. Costos variables

Son los que se realizan proporcionalmente con el nivel de ventas de una empresa. Por ejemplo, comisión de vendedores y, en general, los gastos relacionados directamente con las ventas.

2.6.10.3. Fórmula para calcular el punto de equilibrio

La fórmula que la empresa debe utilizar para establecer su punto de equilibrio es la siguiente:

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

2.6.10.4. Aplicación de un punto de equilibrio

En la práctica, el punto de equilibrio sirve para calcular el volumen de ventas que debe realizar una empresa para obtener un porcentaje de utilidad determinado sin perder ni ganar.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

MOCHON, F. (2010) manifiesta: “Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo” (Pág. 53)

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

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

3.1. ANTECEDENTES

3.1.1. FINALIDAD DEL ESTUDIO DE MERCADO

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

3.1.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.1.2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad de mercado para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

3.1.2.2. Objetivos Específicos

- Definir las características que debe poseer el producto.
- Identificar parámetros para establecer la oferta
- Analizar el comportamiento de la demanda.
- Analizar los precios existentes en el mercado.

VARIABLES

- Producto
- Oferta
- Demanda
- Precios

INDICADORES

Producto

- Gustos y preferencias de los consumidores
- Tipos de artículos
- Calidad del producto
- Presentación del producto
- Cualidades del producto

Oferta

- Producción mensual
- Mercado meta
- Rentabilidad
- Adquisición de artículos
- Nivel de ventas
- Lugares de venta
- Nivel de inversión
- Origen del capital
- Materia prima
- Lugar de compra de herramientas
- Mano de obra
- Nivel de educación
- Afiliación gremial
- Organización de personal
- Existencia de almacenes

Demanda

- Nivel de compra
- Capacidad de Compra
- Lugar de preferencia para comprar

Precios

- Gasto en comprar artículos decorativos
- Margen de Utilidad
- Precio de Venta
- Precios del mercado en general

3.1.3. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO N° 3.1
OBJETIVOS, VARIABLES, INDICADORES Y FUENTES DE
INFORMACIÓN

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	POBLACIÓN A INVESTIGAR
Definir las características que debe poseer el producto	Producto	Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Encuesta	Propietarios de los comercios y Consumidores
		Tipos de artículos		Encuesta	Consumidores
		Calidad del producto		Encuesta	Productores artesanos
		Presentación del producto		Encuesta	Propietarios de los comercios
		Cualidades del producto		Encuesta	Consumidores
Identificar parámetros para establecer la oferta	Oferta	Producción mensual	Primaria	Encuesta	Productores artesanos
		Mercado meta		Encuesta	Productores artesanos
		Rentabilidad		Encuesta	Productores artesanos
		Adquisición de artículos		Encuesta	Propietarios de los comercios
		Nivel de ventas		Encuesta	Propietarios de los comercios
		Lugares de venta		Encuesta	Propietarios de los comercios
		Nivel de inversión		Encuesta	Propietarios de los comercios
		Origen del capital		Encuesta	Propietarios de los comercios
		Materia prima		Encuesta	Productores artesanos
		Lugar de compra de herramientas		Encuesta	Productores artesanos
		Mano de obra		Encuesta	Productores artesanos
		Nivel de educación		Encuesta	Productores artesanos
		Afiliación gremial		Encuesta	Productores artesanos
		Organización del personal		Encuesta	Propietarios de los

					comercios
		Existencia de almacenes		Encuesta y entrevista	Propietarios de los comercios, Productores artesanos y presidenta de la asociación de artesanos de San Antonio
Analizar el comportamiento de la demanda	Demanda	Nivel de compra	Primaria	Encuesta	Propietarios de los comercios
		Capacidad de Compra		Encuesta	Consumidores
		Lugar de preferencia para comprar		Encuesta	Consumidores
Analizar los precios existentes en el mercado	Precios	Gasto en comprar Art.	Primaria	Encuesta	Consumidores
		Margen de Utilidad		Entrevista	Presidenta de la asociación de artesanos de San Antonio
		Precio de Venta		Entrevista	Presidenta de la asociación de artesanos de San Antonio
		Precios del mercado en general		Observación directa	Competencia en General

Técnicas de procedimientos y análisis de datos

- a) Determinación de la Población y Muestra
- b) Procesamiento de Datos
- c) Tabulación de Información y sistematización
- d) Estructura de cuadros
- e) Análisis de Resultados
- f) Interpretaciones

3.1.4. POBLACIÓN Y MUESTRA PARA EL ESTUDIO DE MERCADO

3.1.4.1. Población investigada

Para la presente investigación se tomará como universo a la población urbana de Ibarra que es de 181.175 habitantes. Considerando que esta

clase de productos se lo hace por familia, se toma en cuenta el promedio de miembros por familia entregado por el INEC que es de 3,87 a nivel de Imbabura. Por lo tanto, la población a investigar es de 46.815 hogares, por ser una población mayor a cien y finita, se aplicará la fórmula de la muestra.

La población de posibles consumidores a ser estudiada es: Población Urbana de Ibarra

CUADRO N° 3.2
ESTIMACIÓN DE LA POBLACIÓN

Población urbana de la ciudad de Ibarra de acuerdo al ultimo censo poblacional (2010)	181.175
N° promedio de miembros por hogar de acuerdo al INEC	3,87
N° de consumidores potenciales (hogares)	46.815

FUENTE: INEC censo poblacional (Equipo del Municipio de Ibarra e INEC)

ELABORACIÓN: La autora.

3.1.4.2. Cálculo de la muestra para los consumidores

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

N= tamaño de la población = 46.815

n= tamaño de la muestra

σ= desviación estándar = 0,25

Z= nivel de confianza = 1,96

E= error = 5%

$$n = \frac{46.815 \cdot (0.25)^2 \cdot (1.96)^2}{(46.815 - 1) \cdot (0.05)^2 + (0.25)^2 \cdot (1.96)^2}$$

$$n = \frac{46.815 \cdot (0.0625) \cdot (3.8416)}{(46.814) \cdot (0.0025) + (0.0625) \cdot (3.8416)}$$

$$n = \frac{11.240,2815}{117.0350 + 0,2401}$$

$$n = \frac{11.240,2815}{117,2751}$$

n= 95,86

n= 96

El tamaño de la muestra es de 96, que corresponden a las familias de la cabecera cantonal de la ciudad de Ibarra, parroquias urbanas de la ciudad indicada.

Dentro de la población a investigarse también se encuentran los propietarios y maestros artesanos de los talleres San Antonio de Ibarra que son 200 talleres con un promedio de 4 empleados cada uno, que suman un total de 800 personas, así como los propietarios de los almacenes de la misma parroquia que son 80. Otro aspecto importante de los involucrados en la investigación es la presidenta de la Asociación de Artesanos de San Antonio de Ibarra, a quien se le aplicará una entrevista.

CUADRO N°. 3.3
POBLACIÓN DE ESTUDIO

POBLACIÓN	N° TALLERES	PROMEDIO DE EMPLEADOS POR TALLER	PROPIETARIO POR TALLER O COMERCIO	TOTAL
Propietarios y maestros de Talleres de artesanías en madera de S. Antonio de Ibarra	200	4	1	800
Propietarios de los almacenes en madera de San Antonio de Ibarra	80	-	1	80

FUENTE: Investigación Propia

ELABORACIÓN: La autora.

3.1.4.3. Cálculo de la muestra para los talleres de producción

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

N= tamaño de la población = 800

n= tamaño de la muestra

σ = desviación estándar = 0,25

Z= nivel de confianza = 1,96

E= error = 5%

$$n = \frac{800 \cdot (0.25)^2 \cdot (1.96)^2}{(800 - 1) \cdot (0.05)^2 + (0.25)^2 \cdot (1.96)^2}$$

$$n = \frac{800 \cdot (0.0625) \cdot (3.8416)}{(799) \cdot (0.0025) + (0.0625) \cdot (3.8416)}$$

$$n = \frac{192,08}{1.9975 + 0,2401}$$

$$n = \frac{192,08}{2,2376}$$

n= 85,8

n= 86

Resumen de la población a investigarse

- 96 posibles consumidores
- 86 propietarios y maestros artesanos de los talleres de artículos decorativos en madera
- 80 propietarios de almacenes de artículos decorativos en madera
- 1 experto en el tema (Presidenta de la asociación de artesanos de San Antonio de Ibarra)

3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTA APLICADA

3.2.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A LOS PRODUCTORES DE ARTÍCULOS DECORATIVOS EN MADERA

Pregunta: ¿Dónde encuentra la madera que usted utiliza para su trabajo?

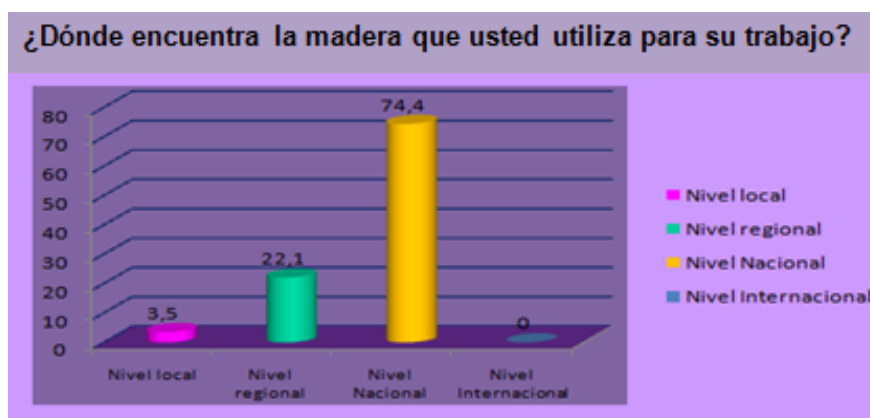
CUADRO N° 3.4
FUENTE DE LA MATERIA PRIMA (MADERA)

No.	INDICADORES	F	%
1	Nivel local	3	3,5
2	Nivel regional	19	22,1
3	Nivel Nacional	64	74,4
4	Nivel Internacional	0	0
	TOTAL	86	100

FUENTE: Encuesta a productores de San Antonio de Ibarra. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

De acuerdo a los resultados se establece que la mayoría de los encuestados consiguen la materia prima a nivel nacional, principalmente del oriente ecuatoriano, pocos consiguen a nivel regional y poquísimos a nivel local. Con este resultado obtenido se considera que existe materia prima suficiente y de alta calidad.

Pregunta: ¿Dónde consigue las herramientas que usted utiliza para su trabajo?

CUADRO N°3.5

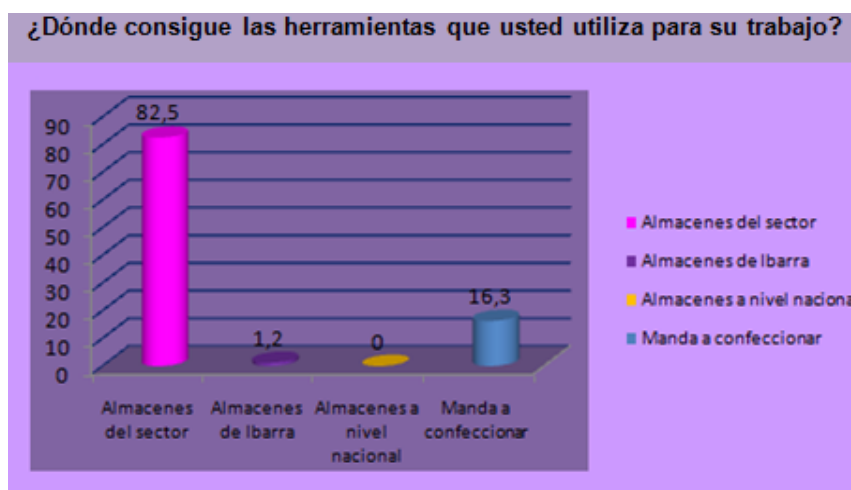
LUGAR DE COMPRA DE HERRAMIENTAS

No.	INDICADORES	f	%
1	Almacenes del sector	71	82,5
2	Almacenes de Ibarra	1	1,2
3	Almacenes a nivel nacional	0	0
4	Manda a confeccionar	14	16,3
	TOTAL	86	100

FUENTE: Encuesta a productores de San Antonio de Ibarra. Mayo,2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Los resultados definen que las herramientas que utilizan para esta actividad artesanal se las consigue en los almacenes del San Antonio, y pocas personas manda a elaborarlas. Entonces se establece que existen las herramientas necesarias a la mano.

Pregunta: ¿Cuenta con mano de obra calificada para trabajar en talleres de objetos decorativos en San Antonio?

CUADRO N°3.6

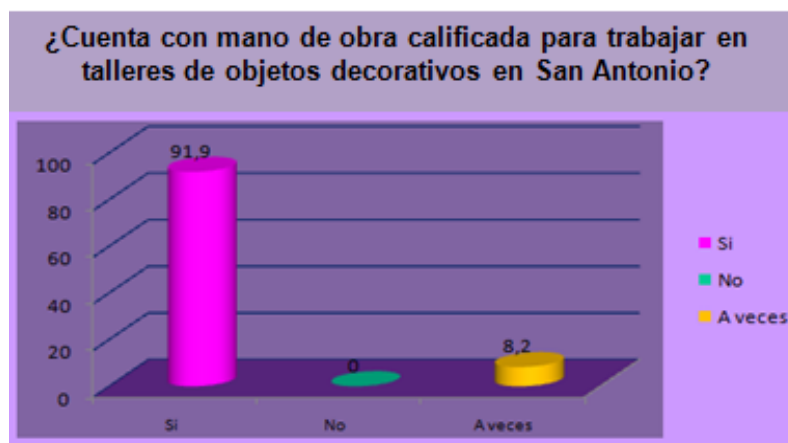
EXISTENCIA DE MANO DE OBRA CALIFICADA

INDICADORES	f	%
Si	79	91,9
No	0	0
A veces	7	8,2
TOTAL	86	100

FUENTE: Encuesta a productores de San Antonio de Ibarra. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Los resultados determinan que casi la totalidad de los encuestados sí tiene mano de obra calificada para trabajar en talleres de objetos decorativos en San Antonio; y poquísimas personas expresan que hace falta mano de obra para los talleres. En consecuencia existe personal que si trabaja todo el tiempo.

Pregunta: ¿Qué se necesita para trabajar en estos talleres de tallado?

CUADRO N° 3.7

NIVEL DE CONOCIMIENTOS PARA LA PRODUCCIÓN

INDICADORES	f	%
Conocer de tallado y pintura	86	100
Ser Bachiller	0	0
Tener título universitario	0	0
TOTAL	86	100

FUENTE: Encuesta a productores de San Antonio de Ibarra. Mayo, 2011
ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Todos los encuestados tanto propietarios y obreros de los talleres expresan que para trabajar estas artesanías sólo se necesita conocer de tallado y pintura; y definitivamente no se requiere títulos ni estudios universitarios.

Pregunta: ¿Qué cantidad de artículos decorativos produce al mes, Usted en su taller?

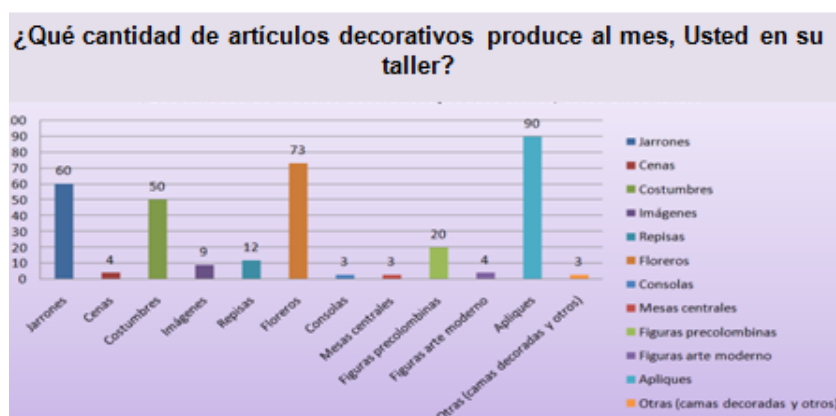
CUADRO N°. 3.8
PRODUCCIÓN MENSUAL DE ARTÍCULOS

ARTÍCULOS DECORATIVOS EN MADERA	PROD. PROMEDIO	%
Jarrones	60	18,13
Cenas	4	1,21
Costumbres	50	15,11
Imágenes	9	2,72
Repisas	12	3,63
Floreros	73	22,05
Consolas	3	0,91
Mesas centrales	3	0,91
Figuras precolombinas	20	6,04
Figuras arte moderno	4	1,21
Apliques	90	27,19
Otras (camas decoradas y otros)	3	0,91
TOTAL:	331	100,00

FUENTE: Encuesta a productores de San Antonio de Ibarra. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Los datos determinan que en los talleres se elaboran buenas cantidades de artículos decorativos, en forma jerárquica de acuerdo a la cantidad de artículos primeramente están los apliques, luego jarrones y floreros, le sigue costumbres, repisas y figuras precolombinas, consolas, mesas redondas y finalmente tenemos imágenes, cenas, figuras de arte moderno y otras.

Además los dueños de estos talleres supieron manifestar la cantidad de trabajadores que tienen y en base a esta información recolectada se realizó un promedio de trabajadores que corresponde al 2,5 por taller los mismos que elaboran las cantidades de artículos señaladas en el cuadro anterior consideradas como la producción mensual.

Pregunta: ¿Dónde vende los productos tallados que usted elabora?

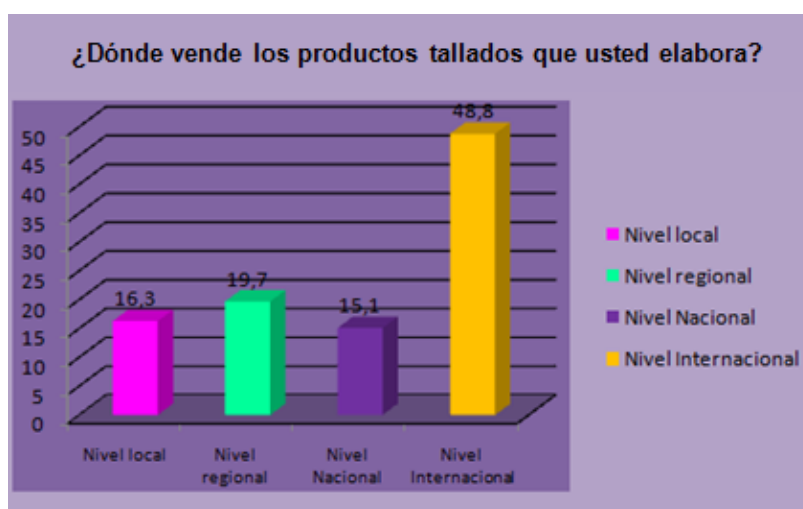
**CUADRO N° 3.9
DESTINO DE LA PRODUCCIÓN**

DESTINO VENTA	Nº	%
Nivel local	14	16,3
Nivel regional	17	19,7
Nivel Nacional	13	15,1
Nivel Internacional	42	48,8
TOTAL	86	100

FUENTE: Encuesta a productores de San Antonio de Ibarra. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Los datos reflejan que todos entregan sus productos en un porcentaje equilibrado venden a nivel local, regional, nacional e internacional; por lo que se determina que los productos si se los puede vender.

Pregunta: ¿Qué artículos prefieren los consumidores?

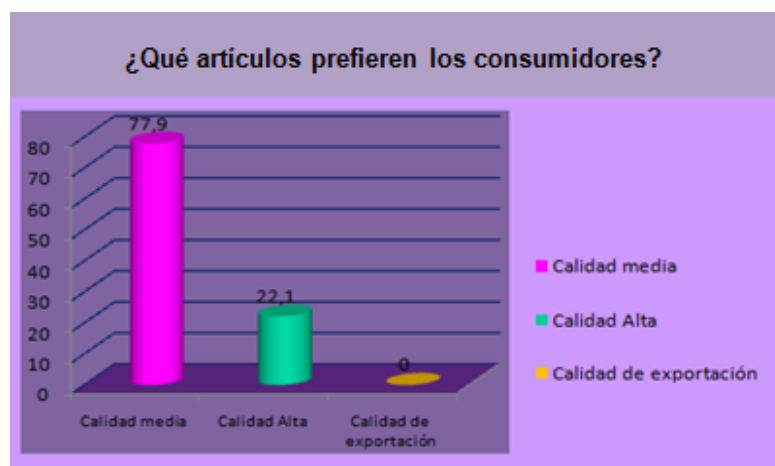
CUADRO N° 3.10

PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES

PREFERENCIA DE LOS CONSUMIDORES	Nº	%
Calidad media	67	77,9
Calidad Alta	19	22,1
Calidad de exportación	0	0
TOTAL	86	100

FUENTE: Encuesta a productores de San Antonio de Ibarra. Mayo, 2011
ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Los datos resumidos establecen que la gran mayoría de los encuestados buscan artículos decorativos de calidad media para comprarlos debido a los costos; además es importante considerar que los artículos de alta calidad son sólo para exportación.

Pregunta: ¿Cuenta usted con afiliación legal a un centro artesanal?

CUADRO N° 3.11

AFILIACIÓN GREMIAL

INDICADORES	f	%
Si	59	68,6
No	27	31,4
TOTAL	86	100

FUENTE: Encuesta a productores de San Antonio de Ibarra. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

La mayor parte de los encuestados determinan que sí son afiliados a un centro artesanal, una buena parte en cambio expresan que no son afiliados y que no necesitan de ello para poder trabajar dentro de este negocio.

Pregunta: ¿Cree que es rentable la producción de estos artículos?

CUADRO N° 3.12

RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD

INDICADORES	f	%
Si	79	91,8
No	0	0
En parte	7	8,3
TOTAL	86	100

FUENTE: Encuesta a productores de San Antonio de Ibarra. Mayo, 2011
ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Casi la totalidad de las personas que participaron en las encuestas dicen que sí es rentable esta actividad productiva porque existen pedidos de estos productos a nivel local, regional, nacional e internacional.

3.2.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTAS APLICADAS A COMERCIOS DE ARTÍCULOS DECORATIVOS EN MADERA DE SAN ANTONIO DE IBARRA

Pregunta: ¿Cómo adquiere los artículos decorativos en madera que distribuye usted?

CUADRO N° 3.13

FUENTE DE ADQUISICIÓN DE ARTÍCULOS

INDICADORES	f	%
San Antonio de Ibarra	68	85,0
Talleres de Otavalo	2	2,5
Talleres de Ibarra	0	0
Trasladándose a otros Lugares	10	12,5
TOTAL	80	100

FUENTE: Encuesta a Comerciantes de artículos de madera. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Los resultados obtenidos en la encuesta a propietario de los almacenes de San Antonio de Ibarra expresan que los artículos que tienen en su almacén en su mayoría son comprados a los artesanos del mismo lugar, y muy pocos dicen que compran en otros lugar.

Pregunta: ¿Qué tipo de productos prefiere el consumidor?

CUADRO N° 3.14

PREFERENCIA DE LOS CONSUMIDORES

INDICADORES	f	%
Jarrones	80	100
Cenas	15	18,7
Costumbres	76	95,0
Imágenes	80	100
Repisas	46	57,5
Floreros	80	100
Consolas	28	35,0
Mesas centrales	12	15,0
Figuras precolombinas	47	58,7
Figuras arte moderno	13	16,3
Apliques	80	100
Otras (camas decoradas y otros)	31	38,7

FUENTE: Encuesta a Comerciantes de artículos de madera. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

De acuerdo a los resultados se determina que los artículos que más se venden o les gusta a los consumidores son los jarrones, imágenes, floreros apliques, costumbres, figuras precolombinas, y quizá por el costo los clientes compran menos las cenas, figuras modernas, repisas, mesas, consolas u otros.

Pregunta: ¿Cómo es la demanda de estos productos?

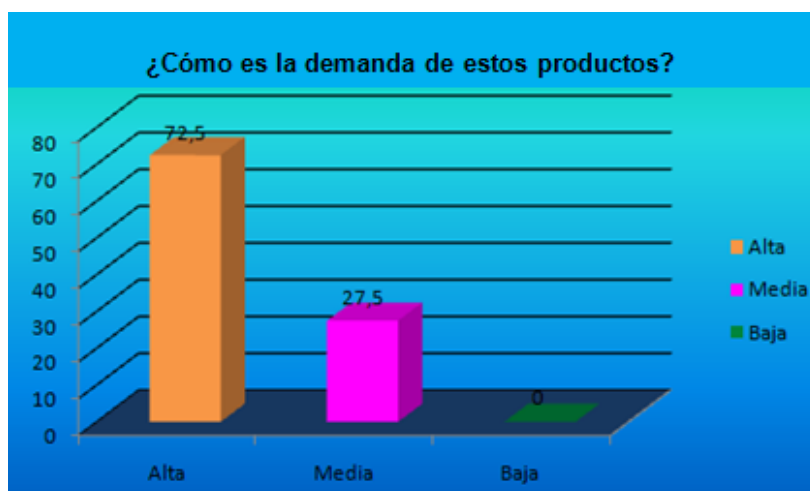
CUADRO N° 3.15

NIVELES DE COMPRA DE LOS PRODUCTOS

INDICADORES	f	%
Alta	58	72,5
Media	22	27,5
Baja	0	0
TOTAL	80	100

FUENTE: Encuesta a Comerciantes de artículos de madera. Mayo, 2011
ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

La demanda del producto es alta principalmente para comerciantes que llevan el producto a vender en otras ciudades, además es importante señalar que esta demanda es alta en productos pequeños con precios cómodos, ya que las imágenes, cenas u otros son costos elevados que la gente no lleva.

Pregunta: ¿Cuántos almacenes exclusivos de artículos decorativos en madera cree usted que existe en Ibarra?

CUADRO N° 3.16

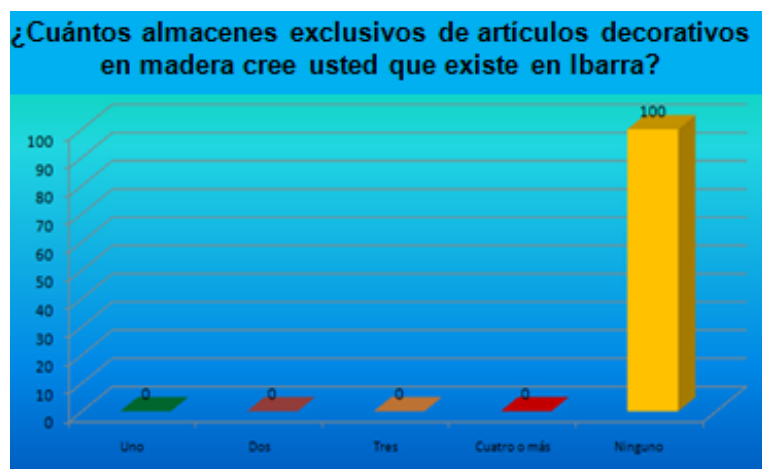
IBARRA: EXISTENCIA DE ALMACENES EXCLUSIVOS DE ARTÍCULOS DECORATIVOS EN MADERA

INDICADORES	f	%
Uno	0	0
Dos	0	0
Tres	0	0
Cuatro o más	0	0
Ninguno	80	100
TOTAL	80	100

FUENTE: Encuesta a Comerciantes de artículos de madera. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Los encuestados expresan que en la ciudad de Ibarra definitivamente no existen este tipo de almacenes, en algunos lugares se exhiben uno que otro artículo, pero no es almacén de productos decorativos en madera. Estos resultados ratifican que en Ibarra no existe un almacén dedicado a vender estos productos como tampoco se conoce que existe un taller de estos artículos.

Pregunta: ¿Qué cantidad de artículos decorativos en madera adquiere a los talleres para comercializar en su almacén?

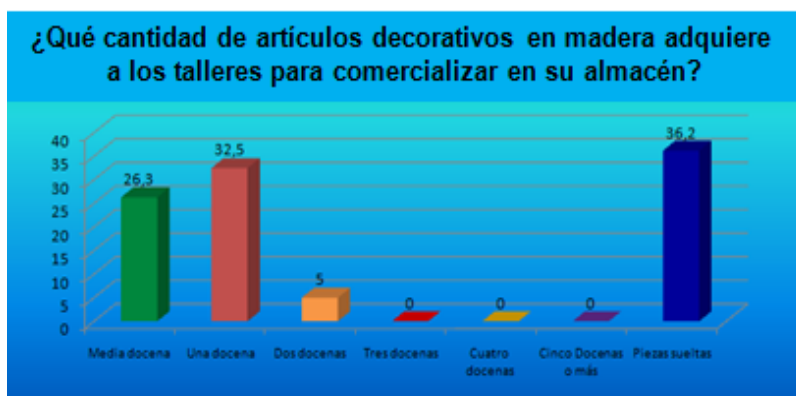
CUADRO N° 3.17

NIVELES DE VENTA DE LOS PRODUCTOS

INDICADORES	f	%
Media docena	21	26,3
Una docena	26	32,5
Dos docenas	4	5,0
Tres docenas	0	0
Cuatro docenas	0	0
Cinco Docenas o más	0	0
Piezas sueltas	29	36,2
TOTAL	80	100

FUENTE: Encuesta a Comerciantes de artículos de madera. Mayo, 2011
ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Los resultados de esta pregunta expresan que casi dependiendo del producto, si es objetos pequeños y de bajo costo una tercera parte de los encuestados compran medias docenas a la semana, otra tercera parte compra una docena semanal o al mes si son productos como jarrones o floreros grandes y otros expresan que compran piezas sueltas especialmente en productos de alto costo como imágenes, cenas, consolas y otros.

Pregunta: ¿Cómo comercializa el producto que usted adquiere?

CUADRO N° 3.18

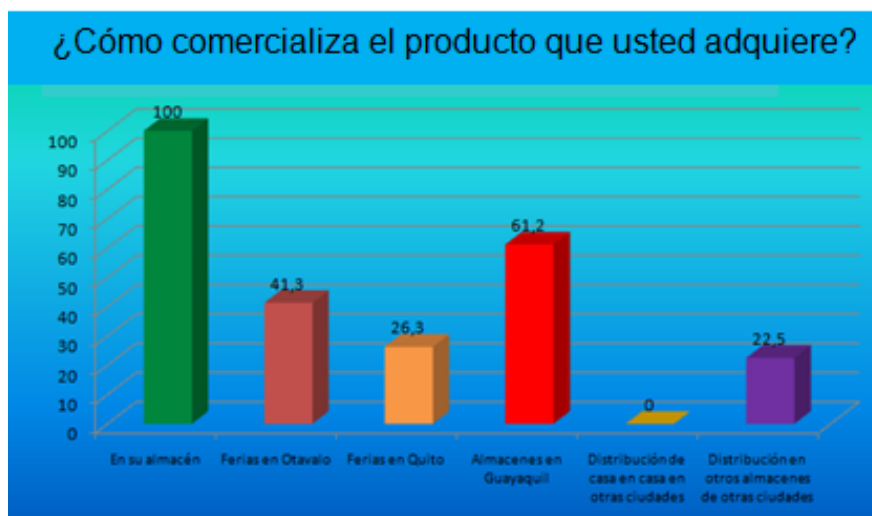
LUGARES DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS ARTÍCULOS

INDICADORES	f	%
En su almacén	80	100
Ferias en Otavalo	33	41,3
Ferias en Quito	21	26,3
Almacenes en Guayaquil	49	61,2
Distribución de casa en casa en otras ciudades	0	0
Distribución en otros almacenes de otras ciudades	18	22,5

FUENTE: Encuesta a Comerciantes de artículos de madera. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

De acuerdo a estos resultados se determina que todos venden los productos en su almacén, y además salen a las ferias de Otavalo, Quito, llevan mucho a Guayaquil y también distribuyen a otros almacenes principalmente en Cuenca y Baños.

Pregunta: ¿Cuenta con alguna forma especial de presentar el producto?

CUADRO N° 3.19

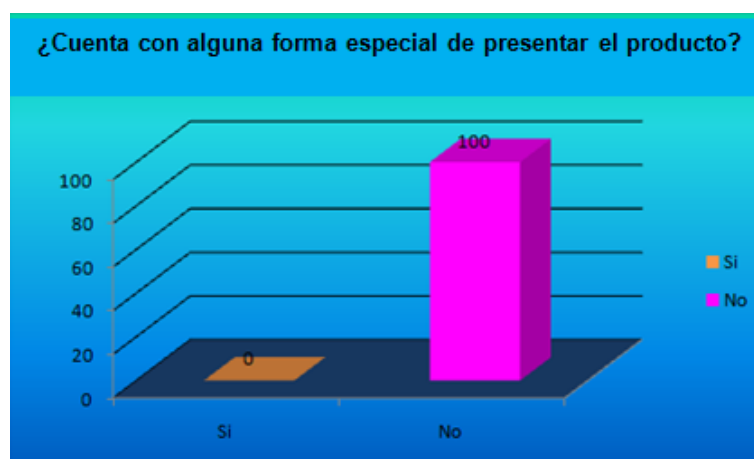
FORMA ESPECIAL DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

INDICADORES	f	%
Si	0	0
No	80	100
TOTAL	80	100

FUENTE: Encuesta a Comerciantes de artículos de madera. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

La presentación de estos artículos decorativos no requiere de ninguna forma especial de presentación, sino más bien de ser exhibidos para el público, sólo de esta manera serán apreciados.

Pregunta: ¿Cuál es la forma de financiamiento de los artículos que comercializa?

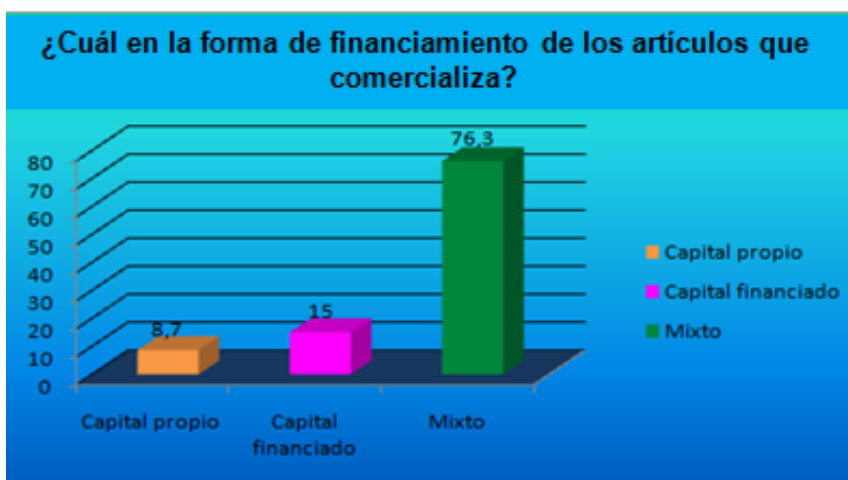
CUADRO N° 3.20

ORIGEN DEL CAPITAL CON QUE TRABAJA

INDICADORES	f	%
Capital propio	7	8,7
Capital financiado	12	15,0
Mixto	61	76,3
TOTAL	80	100

FUENTE: Encuesta a Comerciantes de artículos de madera. Mayo, 2011
ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

De acuerdo a los resultados la mayoría de los propietarios de los comercios de San Antonio determinan que su capital en mixto, pocos tienen un financiamiento total o un capital propio total; ellos se manejan con parte propia y parte financiada, todo el tiempo.

Pregunta: ¿Qué nivel de inversión se requiere para implementar un taller de esta naturaleza?

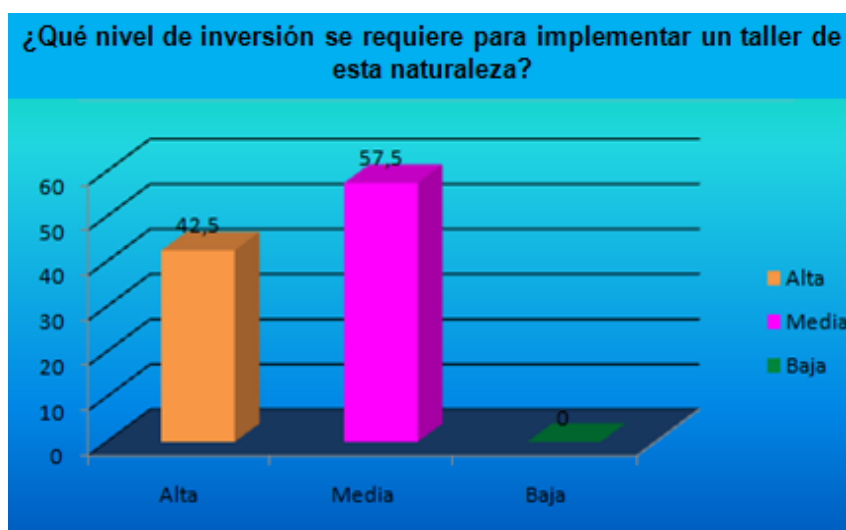
CUADRO N° 3.21

REQUERIMIENTO DE INVERSIÓN PARA EL NEGOCIO

INDICADORES	f	%
Alta	34	42,5
Media	46	57,5
Baja	0	0
TOTAL	80	100

FUENTE: Encuesta a Comerciantes de artículos de madera. Mayo, 2011
ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

De acuerdo a los encuestados la inversión para este tipo de microempresas casi la mitad dice que es alta porque el almacén debe estar lleno todo el tiempo y la otra mitad expresa que la inversión es media porque la materia prima no es muy cara, las herramientas tienen un costo mínimo y no requiere equipos tecnificados para producir.

Pregunta: ¿Cuenta en su almacén con alguna forma organizativa del personal?

CUADRO N° 3.22

MANEJO DE ALGUNA FORMA ORGANIZATIVA DE PERSONAL

INDICADORES	f	%
Si	5	6,3
No	75	93,7
TOTAL	80	100

FUENTE: Encuesta a Comerciantes de artículos de madera. Mayo, 2011
ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Los encuestados casi en su totalidad determinan que no tienen una forma organizativa en su almacén, ya que no han visto la necesidad de hacerlo a no ser que se tenga un almacén y se produzca al mismo tiempo.

3.2.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A POTENCIALES CONSUMIDORES

Pregunta: ¿Tiene gusto por artículos de madera para decorar su hogar?

CUADRO N° 3.23

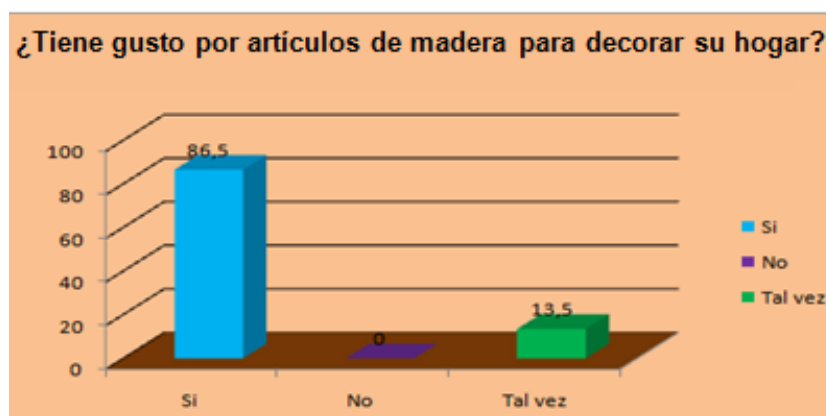
GUSTO POR ARTÍCULOS DECORATIVOS DE MADERA

INDICADORES	F	%
Si	83	86,5
No	0	0
Medianamente	13	13,5
TOTAL	96	100

FUENTE: Encuesta a posibles consumidores de Ibarra. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Los resultados obtenidos establecen que una gran mayoría de los encuestados gusta de tener artículos decorativos en madera en su hogar, y son pocas las personas que respondieron tal vez.

Pregunta: ¿Qué artículos decorativos compraría usted para su casa?

CUADRO N° 3.24

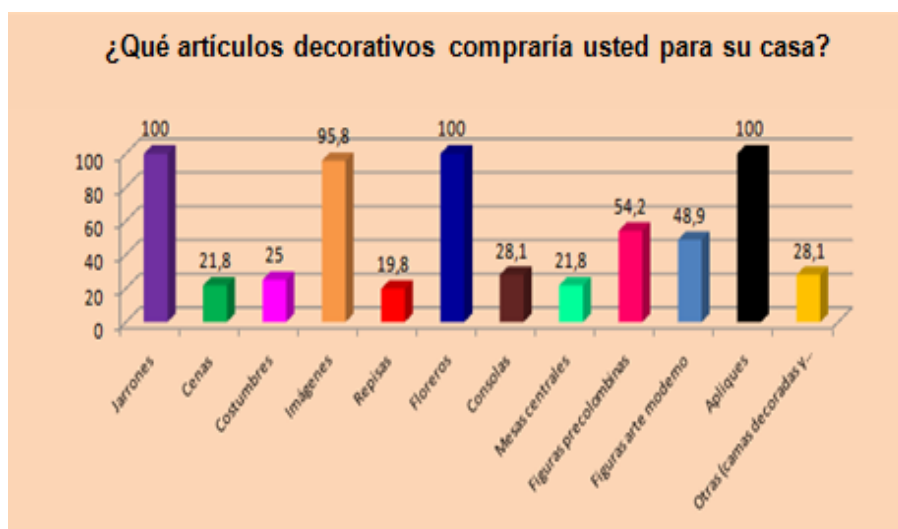
PREFERENCIA POR ARTÍCULOS DECORATIVOS DE MADERA

INDICADORES	f	%
Jarrones	96	100
Cenas	21	21,8
Costumbres	24	25,0
Imágenes	92	95,8
Repisas	19	19,8
Floreros	96	100
Consolas	27	28,1
Mesas centrales	21	21,8
Figuras precolombinas	52	54,2
Figuras arte moderno	47	48,9
Apliques	96	100
Otras (camas decoradas y otros)	27	28,1

FUENTE: Encuesta a posibles consumidores de la Ciudad de Ibarra. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Las personas encuestadas expresan los artículos que más fácilmente comprarían para decorar sus casa es jarrones, floreros, imágenes religiosas, apliques para pared, pocos expresan que comprarían mesas, consolas, figuras decorativas, repisas, cenas u otras.

Pregunta: ¿Cuántos productos decorativos de madera estaría dispuesto a comprar para su hogar al año?

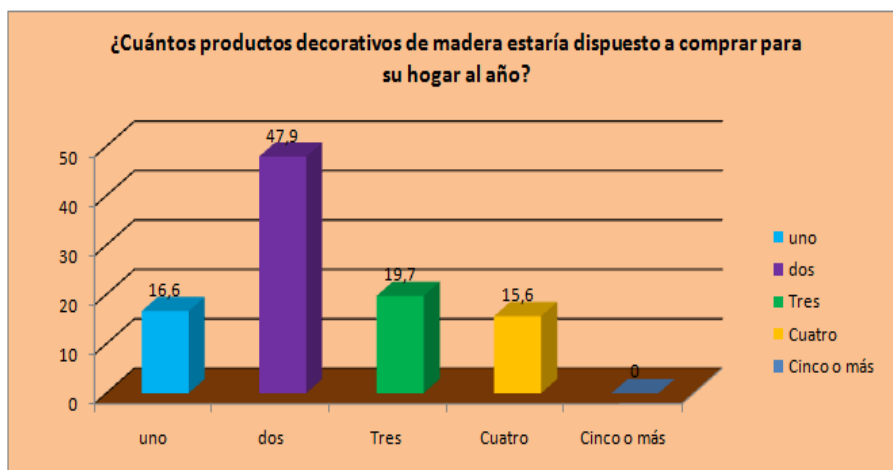
CUADRO N° 3.25

CANTIDAD DE PRODUCTOS A COMPRAR

INDICADORES	F	%
Uno	16	16,6
Dos	46	47,9
Tres	19	19,7
Cuatro	15	15,6
Cinco o más	0	0
TOTAL	96	100
PROMEDIO	24	

FUENTE: Encuesta a posibles consumidores de la Ciudad de Ibarra. Mayo, 2011
ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Las personas encuestadas expresan que al año su economía podría alcanzarles para comprar dos artículos al año, ya que son objetivos de adorno y siempre en el hogar hay prioridades dentro de los gatos familiares.

Pregunta: ¿Donde compraría los artículos decorativos para su hogar?

CUADRO N° 3.26

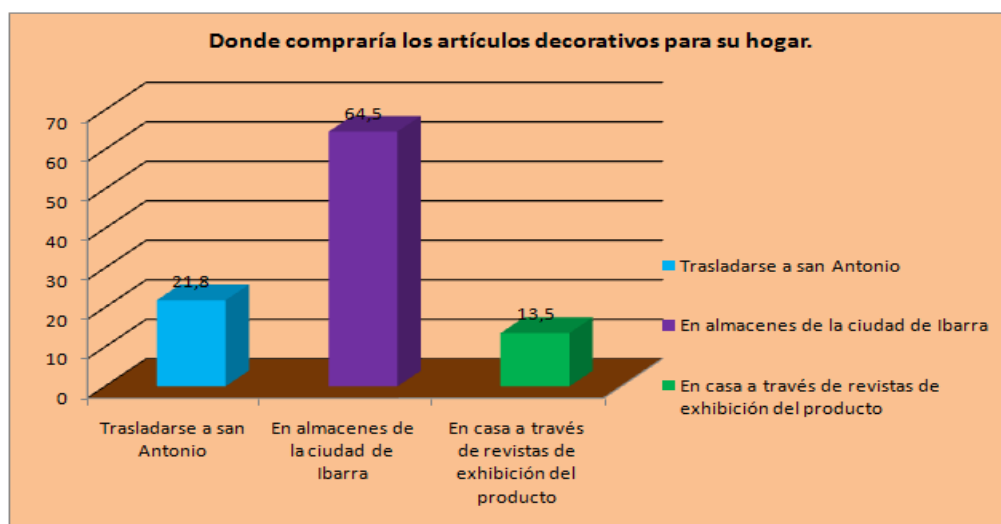
LUGARES DE PREFERENCIA PARA COMPRAR

INDICADORES	f	%
Trasladarse a San Antonio	21	21,8
En almacenes de la ciudad de Ibarra	62	64,5
En casa a través de revistas de exhibición del producto	13	13,5
TOTAL	96	100

FUENTE: Encuesta a posibles consumidores de la Ciudad de Ibarra. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Más de la mitad de los encuestados dicen que por el tiempo les gustaría comprar en almacenes en Ibarra, pocos expresan que les gustaría irse a San Antonio por ver mayor variedad de modelos y un número reducido determina que les gustaría comprar por medio de revistas de exhibición.

Pregunta: ¿Cuenta Ibarra con algún almacén que se dedique exclusivamente a la venta de artículos decorativos en madera?

CUADRO N° 3.27

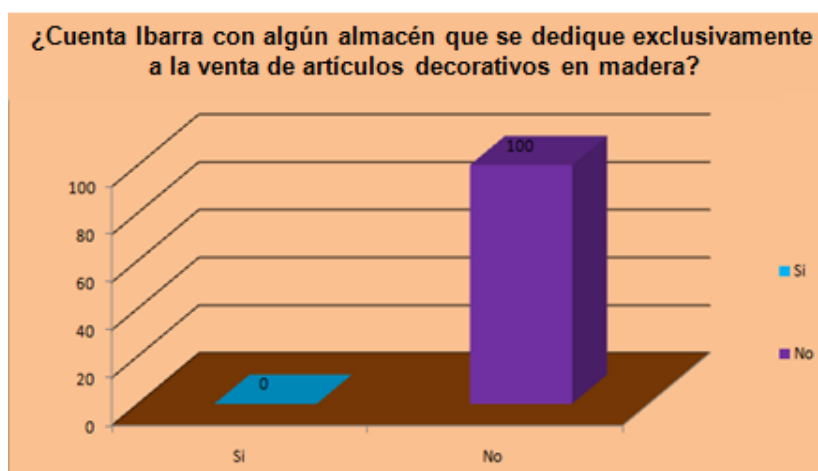
CONOCIMIENTO DE ALMACENES QUE DISTRIBUYEN EL PRODUCTO

INDICADORES	f	%
Si	0	0
No	96	100
TOTAL	96	100

FUENTE: Encuesta a posibles consumidores de la Ciudad de Ibarra. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Todas las personas encuestadas determinan que no existe ningún almacén que se dedique exclusivamente a la venta de artículos decorativos en madera, hay almacenes que esporádicamente exhiben algún jarrón.

Pregunta: ¿Qué es lo que más le atrae para comprar artículos decorativos en madera?

CUADRO N° 3.28

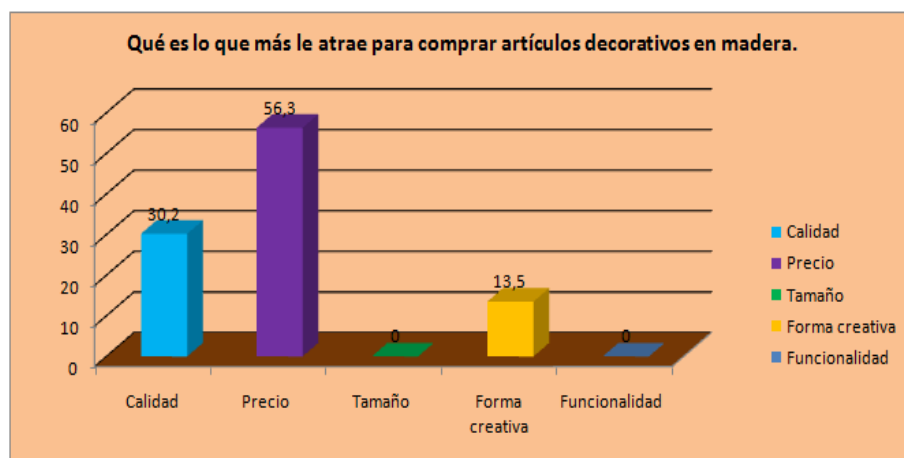
CUALIDADES DEL PRODUCTO QUE MÁS LE ATRAEN

INDICADORES	f	%
Calidad	29	30,2
Precio	54	56,3
Tamaño	0	0
Forma creativa	13	13,5
Funcionalidad	0	0
TOTAL	96	100

FUENTE: Encuesta a posibles consumidores de la Ciudad de Ibarra. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a los consumidores lo que más les atrae para comprar artículos decorativos en madera es el precio, luego viene la calidad y por ultimo toman en cuenta la forma creativa. A las personas no les interesa mucho el tamaño y la funcionalidad del artículo.

Pregunta: ¿Cómo considera usted los precios de estos productos?

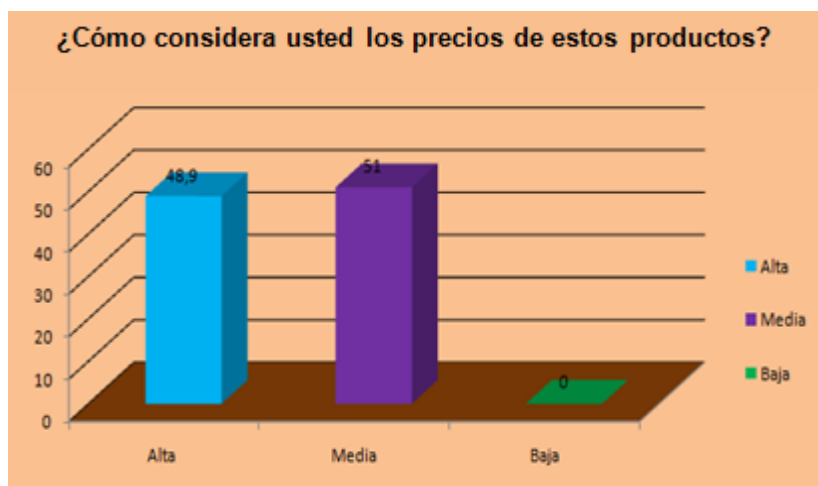
CUADRO N° 3.29

CALIFICACIÓN SOBRE EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS

INDICADORES	f	%
Altos	47	48,9
Medios	49	51,0
Bajos	0	0
TOTAL	96	100

FUENTE: Encuesta a posibles consumidores de la Ciudad de Ibarra. Mayo, 2011
ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

Más de la mitad de las personas encuestadas expresan que los precios de estos productos son altos y la otra mitad determinan que son de precio de término medio.

Pregunta: ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un adorno de esta naturaleza para su casa?

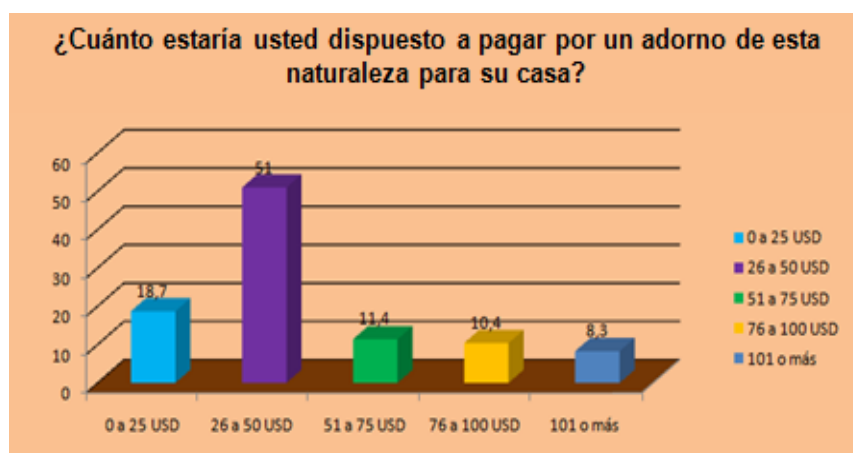
CUADRO N° 3.30

GASTO EN COMPRA DEL PRODUCTO, SEGÚN SUS INGRESOS

INDICADORES	F	%
0 a 25 USD	18	18,7
26 a 50 USD	49	51,0
51 a 75 USD	11	11,4
76 a 100 USD	10	10,4
101 o más	8	8,3
TOTAL	96	100

FUENTE: Encuesta a posibles consumidores de la Ciudad de Ibarra. Mayo, 2011
ELABORACION: La Autora.

Gráfico



Interpretación

De acuerdo a estos resultados la mitad de los encuestados establecen que de acuerdo a su presupuesto están en condiciones de pagar hasta **50USD** por un artículo, pocos determinan que pagarían hasta 25, otros pocos dicen que pagarían hasta 75, y 100USD, y muy poca gente está dispuesta a pagar más de 100 dólares.

3.2.4. ENTREVISTA A LA SRA. ANA VILLALBA PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.

Entrevistada: Sra. Ana Villalba

Fecha: 6 de junio del 2011

Lugar: San Antonio de Ibarra

CUESTIONARIO:

1.- ¿La actividad artesanal de artículos decorativos en madera es cotizada en el sector?

Si estos productos son cotizados grandemente no sólo en el Sector de san Antonio y en Imbabura sino también en otras provincias en todo el Ecuador y exclusivamente en el extranjero; ya que son productos realizados manualmente lo que es muy apreciado por los extranjeros.

2.- ¿Qué tipo de organización administrativa tienen los talleres y almacenes de San Antonio de Ibarra?

Ninguno de los almacenes y talleres en San Antonio tiene ningún tipo de organización, solo el propietario contrata a los operarios o vendedores, esto en ocasiones si perjudica a las microempresas porque existen pérdidas, no hay organización, no hay quien controle a los empleados; sin embargo a nadie le gusta tener este tipo de organización.

3.- ¿Los talleres y almacenes del sector llevan contabilidad o algún tipo de organización contable?

Los talleres y almacenes grandes si llevan contabilidad, pagando a un contador que haga los papeles una vez al mes; lo que si pagan todos los dueños de los almacenes es al SRI. Los talleres generalmente no llevan contabilidad.

4.- ¿Generalmente que margen de utilidad tienen los artesanos y los propietarios de los almacenes?

El margen de utilidad, los artesanos toman en cuenta cuánto vale la materia prima y cuanto cuesta el producto y según ello la utilidad sobrepasa el 70%, pero ellos no toman en cuenta la mano de obra, el desgaste de herramientas, alquiler de los talleres, entre otros.

Un aspecto que hay que reconocer es que si bien no se gasta muchos dinero en la materia prima y en las herramientas, es muy demoroso y complicado el tallado de las obras.

En cambio en los almacenes existe de un 30 a 40% de ganancia en cada producto.

5.- ¿Conoce usted si existe algún almacén de artículos decorativos en madera en la ciudad de Ibarra?

Definitivamente en Ibarra no existe un almacén exclusivo de este tipo de productos decorativos en madera, más bien en Otavalo por el alto nivel de comercialización de artesanías

6.- ¿Usted conoce cual son los costos de los artículos y podría darme un promedio de estos?

Los costos son muy variados existe artículos decorativos que pueden costar 5 dólares, otros 20 así como productos que cuestan 100, 200 USD o más según la figura, el tamaño y la calidad. Pero un término promedio del costo de estos productos para la economía de del sector de Imbabura fue al año pasado 2010 de 35%.

3.3. DESCRIPCION DEL PRODUCTO A OFERTAR

De acuerdo a las condiciones para la implementación de un taller y a la producción que se requiere es importante definir los artículos que la microempresa puede producir conforme a las necesidades de la población y de acuerdo al de las encuestas realizadas a los consumidores de la ciudad de Ibarra se establece que del producto hay una extensa variedad, en cuanto al tamaño y la forma de los artículos, tenemos desde jarrones, imágenes, mesas, costumbres y hasta pequeños apliques, para mayor explicación se coloca el cuadro respectivo

CUADRO N° 3.31

PREFERENCIA POR ARTÍCULOS DECORATIVOS DE MADERA

INDICADORES	F	%
Jarrones	96	100
Imágenes	92	95,8
Floreros	96	100
Figuras precolombinas	52	54,2
Figuras arte moderno	47	48,9
Apliques	96	100

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 3.24

ELABORACION: La Autora.

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

3.4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

De acuerdo al cuadro N° 3.28 de la encuestas realizadas a la comunidad de la cabecera cantonal de Ibarra, el 56.3% de las personas expresan que el precio es uno de los aspectos más importante para adquirir el producto y en segunda instancia determinan que es la calidad. Así mismo el cuadro N° 3.30 de las mismas personas encuestadas se establece que de acuerdo al presupuesto de las personas un 51% están dispuestas a pagar de 26 a 50 dólares por un artículo decorativo.

El mercado al cual se busca introducir los artículos decorativos hechos en madera a través de la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de estos es en la población de la cabecera cantonal de Ibarra, para posteriormente salir con el producto a otros cantones y provincias.

El segmento al cual está dirigido el proyecto es:

CUADRO N° 3.32
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

PRIMERA SEGMENTACIÓN	SEGUNDA SEGMENTACIÓN
1. Población de la cabecera cantonal de Ibarra	2. Población de otros cantones vecinos y otras provincias

FUENTE: Investigación Propia. Mayo 2011

ELABORACIÓN: La Autora

3.5. ANALISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La oferta es el comportamiento y determinación de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar varios negocios quienes dentro de sus actividades proveen de bienes o servicios a los consumidores, los mismos

que en base a esto establecen las cantidades de producto que se está dispuesto a vender, a determinados precios.

En este caso para poder establecer qué cantidad de artículos decorativos hechos en madera se puede elaborar es importante realizar el análisis de la oferta el mismo que ayudara a establecer estructuras de costos, cantidades, calidad, presentación de los productos, sistemas de comercialización, entre otros.

3.5.1. DATOS PARA DETERMINAR LA OFERTA

De acuerdo con los datos presentados en el cuadro estadístico N° 3.13, los artículos decorativos en madera que ofrecen algunos almacenes de la ciudad de Ibarra, provienen de talleres ubicados en San Antonio, puesto que en Ibarra, no existen almacenes exclusivos de producción y comercialización de este tipo de bienes que son tan apetecidos por turistas tanto internos como externos que visitan frecuentemente la capital de provincia de Imbabura.

De acuerdo a los datos obtenidos en el cuadro N° 3.27 de la encuesta a la comunidad de la cabecera cantonal de Ibarra se establece que ninguno de los participantes 100% conoce de la existencia de un almacén exclusivo de artículos decorativos en madera. De igual manera en el cuadro N° 3.16 de la encuesta aplicada a propietarios de comercios dedicados a la venta de artículos decorativos en madera de San Antonio de Ibarra, el 100% determina que no existe algún almacén de la ciudad de Ibarra que se dedique exclusivamente a la venta de artículos decorativos en madera.

3.5.2. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Al no contar con almacenes o talleres que oferten el producto en la ciudad de Ibarra, no se cuenta con información para poder registrar datos sobre producción u oferta generada en la ciudad de Ibarra y así realizar la proyección del mismo.

3.6. ANALISIS Y PROYECCION DE LA DEMANDA

Para la realización del análisis de la demanda se ha tomado la información del cuadro estadístico N° 3.23, de las encuestas realizadas a la población de la cabecera cantonal de Ibarra en el cual se establece que los ibarreños y turistas en un 86.5% sí gustan comprar artículos decorativos en madera para sus hogares; de la misma manera un dato interesante es el cuadro N° 3.25 donde se establece que un 47,9% de la población está dispuesto a comprar dos artículos para su hogar al año.

Es importante también mencionar que los artículos de mayor preferencia por los consumidores potenciales es: en un 100% gustan de jarrones, floreros y apliques, un 95,8% prefieren imágenes religiosas, un 54,2% gustan de figuras precolombinas y el 48,9% prefiere el arte moderno.

Con el primer cuadro se desarrolla la proyección de la demanda ya que el número de personas de acuerdo a los datos del ultimo censo del INEC para el 2010 es de 181.175, los cuales de acuerdo al INEC se considera el 3,87 como N° promedio de miembros por hogar a nivel Imbabureño por lo tanto el número de habitantes a ser considerados para el cálculo de la muestra que son la jefa o jefe de hogar es de 46.815

CUADRO N° 3.33
PROYECCION DE LA DEMANDA

NUMERO DE FAMILIAS	% DE CONSUMO	NÚMERO DE HOGARES (POSIBLES CONSUMIDORES)	PROMEDIO DE COMPRA ANUAL DE ARTÍCULOS	COMPRA POTENCI AL ANUAL
46.815	86,50%	40.495	2	80.990

FUENTE: Investigación Propia. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora

3.6.1. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

Para establecer la demanda proyectada se utilizó información recolectada de las encuestas realizadas tanto a propietarios como a consumidores tomando en cuenta que el año base del proyecto en este caso es el 2010. La proyección se realizará para cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto.

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

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

TC = Tasa de crecimiento

UV = Ultimo valor

VA = Valor Anterior

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

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

CUADRO N° 3.34
DATOS HISTÓRICOS DE LA POBLACIÓN

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN JEFE/A DE HOGAR
2006	173.749	41.369
2007	175786	41.854
2008	177.702	42.310
2009	179.511	42.741
2010	181.175	46.815

FUENTE: Investigación Propia. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

CUADRO N° 3.35**POBLACIÓN POR NÚMERO DE PRODUCTOS A CONSUMIR**

POBLACIÓN TOTAL JEFE/A DE HOGAR	PORCENTAJE DE CONSUMO	COSUMIDORES POTENCIALES (X2)	NÚMERO DE PRODUCTOS A CONSUMIR
41.369	86,50%	35.784	71.568
41.854	86,50%	36.204	72.407
42.310	86,50%	36.598	73.196
42.741	86,50%	36.971	73.941
46.815	86,50%	40.495	80.990

FUENTE: Investigación Propia. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

CUADRO N° 3.36**HISTORICO DE CONSUMO DEL PRODUCTO CON PROYECCION**

AÑOS	CONSUMO APARENTE DEL PRODUCTO	TASA DE CRECIMIENTO %
2006	71.568	
2007	72.407	1,17%
2008	73.196	1,09%
2009	73.941	1,02%
2010	80.990	9,53%
SUMATORIA		12,81%
TCPA		3,20%

FUENTE: Investigación Propia. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

CUADRO N° 3.37**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL**

AÑOS	PROYECCIÓN (3,20)
2010	80.990
2011	83.585
2012	86.262
2013	89.026
2014	91.877
2015	94.821
2016	97.858

FUENTE: Investigación Propia. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

De acuerdo a los datos de la proyección de la demanda se establece que la tasa de crecimiento promedia anual no tiene mucha variación, más bien se mantiene en cantidades aproximadas; por lo que permite la TCPA ha sido establecida en 3,20%, esto define las expectativas del crecimiento al ser estables garantizan una factibilidad real del proyecto.

3.7. BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA (Demanda Insatisfecha)

Aunque es muy relativo hablar de demanda insatisfecha, puesto que muchas veces la realidad del mercado refleja otra situación, sólo con el propósito de ser más explicativos, a continuación se presenta un balance entre la oferta (nula) y la demanda de las familias por artículos decorativos confeccionados en madera.

CUADRO N° 3.38
BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA
(En número de objetos)

AÑO	PRODUCCIÓN EN IBARRA	DEMANDA GENERAL	DEMANDA INSATISFECHA
2010	0	80.990	80.990
2011	0	83.585	83.585
2012	0	86.262	86.262
2013	0	89.026	89.026
2014	0	91.877	91.877
2015	0	94.821	94.821
2016	0	97.858	97.858

FUENTE: Investigación Propia. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

La demanda insatisfecha se define bajo el método de la tasa de crecimiento promedio anual, aplicando la fórmula establecida en el texto preparación y evaluación de proyectos de Edilberto Meneses Este análisis permitió determinar el balance entre la oferta y la demanda potenciales. Este dato determina la condición para la factibilidad del proyecto.

La demanda insatisfecha es de un 100% de ahí el proyecto puede cubrir una parte de esta población insatisfecha.

3.8. ANÁLISIS DE PRECIOS

De acuerdo a las palabras expresadas por la Sra. Ana Villalba Presidenta de la Asociación de Artesanos en Artesanías artísticas de la parroquia de San Antonio de Ibarra el precio promedio del valor de un artículo decorativo en madera entre grandes y pequeños fue en el año 2010 de entre 35,00 USD a 40.

Corroborando este dato tenemos los resultados de una de las preguntas de la encuesta aplicada a la población de la cabecera cantonal de Ibarra en el cuadro N° 3.27 donde expresan el 51% de las personas que estarían dispuestas a pagar de 26 a 50 dólares por un artículo decorativo en madera.

CUADRO N° 3.39

**PRECIO DE MERCADO DE LOS PRODUCTOS
QUE MÁS SE VENDEN**

PRODUCTOS CON MAYOR ACOGIDA	PRECIO PROMEDIO AÑO (2011)
Jarrones	20,67
Costumbres	28,93
Imágenes	103,33
Floreros	10,33
Figuras precolombinas	25,83
Figuras de arte moderno	82,66
Apliques	5,17

FUENTE: Encuesta a productores de San Antonio de Ibarra. Mayo, 2011

ELABORACION: La Autora.

Para realizar la proyección de precios del mercado se ha tomado en cuenta la tasa de inflación en el país a diciembre del 2010, que en promedio se ubicó en 3,33 %.

CUADRO N° 3.40

PROYECCION DE PRECIOS

ARTICULO	AÑO (2011)	AÑO (2012)	AÑO (2013)	AÑO (2014)	AÑO (2015)	AÑO (2016)
Jarrones	20,67	21,35	22,07	22,80	23,56	24,34
Costumbres	28,93	29,90	30,89	31,92	32,98	34,08
Imágenes	103,33	106,77	110,33	114,00	117,80	121,72
Floreros	10,33	10,68	11,03	11,40	11,78	12,17
Figuras precolombinas	25,83	26,69	27,58	28,50	29,45	30,43
Figuras de arte moderno	82,66	85,42	88,26	91,20	94,24	97,38
Apliques	5,17	5,34	5,52	5,70	5,89	6,09

FUENTE: Cuadro Estadístico N°. 3.39

ELABORACION: La Autora.

3.9. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En el diagnóstico realizado tanto a la población de Ibarra, artesanos de la parroquia de San Antonio de Ibarra y a los propietarios de los comercios de la misma parroquia se determina que en la ciudad de Ibarra donde se procura implementar la microempresa de elaboración y comercialización de artículos decorativos en madera no existe almacenes, o talleres que elaboren estos productos.

Consiguientemente, en la ciudad de Ibarra no existen almacenes o talleres que se dediquen exclusivamente a la elaboración de estos productos razón por la cual no existe competencia para la nueva microempresa a implantarse.

3.10. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- Del análisis cualitativo y cuantitativo se establece la factibilidad del proyecto y las expectativas para que la microempresa a crearse cubra las necesidades de la demanda.
- En función del mercado meta se puede visualizar que el producto está enfocado tanto para personas adineradas como para personas de clase media o baja que guste de un artículo decorativo. Inclusive porque las personas hacen un esfuerzo por tener una imagen religiosa, o un producto que de funcionalidad a los espacios de la casa.
- Este estudio de mercado basado en la investigación de campo define que no existe competencia, es decir que no hay en Ibarra talleres o almacenes exclusivos de este tipo de productos, por lo que no existe oferta alguna.
- El gusto de las personas por los artículos definen que en su mayoría las personas gustan de artículos decorativos pero tienen límites económicos.
- De los datos obtenidos en las encuestas y en la entrevista se puede definir que existe réditos económicos en este tipo de actividad y que la inversión en materia prima no es muy alto pero que requiere de un trabajo manual arduo y de una creatividad muy especial de los maestros artesanos.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El presente estudio técnico busca establecer los componentes principales para implementar la microempresa de elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Para ello se analizó el tamaño óptimo de la micro-empresa, su ubicación, herramientas, equipos necesarios, materia prima, personal entre otros; su adecuada instalación o distribución de los espacios, sin dejar de lado la organización requerida; es decir, todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad física del proyecto.

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN

Desde una visualización panorámica la microempresa estará ubicada en:

País: Ecuador.

Provincia: Imbabura.

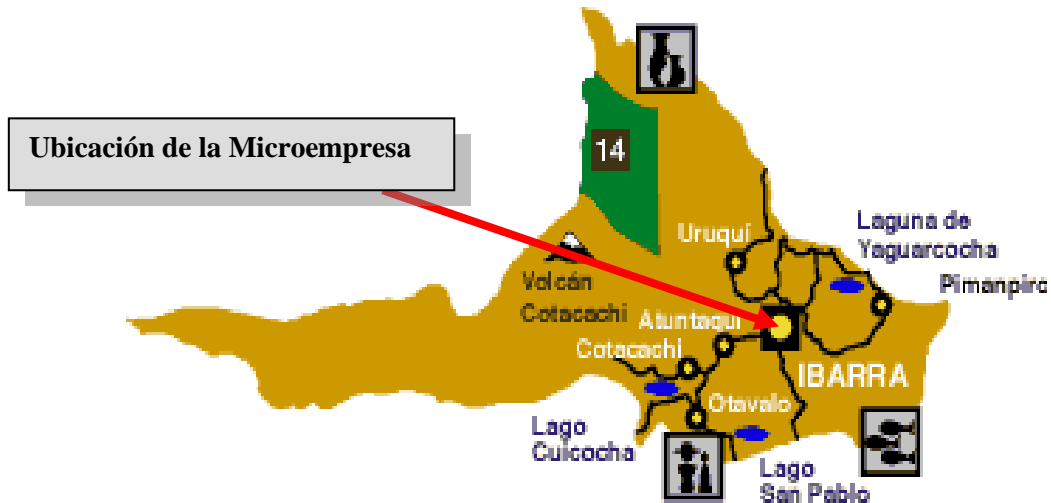
Región: Sierra.

Sector: Norte.

Cantón: Cantón de Ibarra.

GRAFICO N° 4.1

PROVINCIA DE IMBABURA



FUENTE: Atlas del Ecuador
ELABORACIÓN: La Autora

4.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN

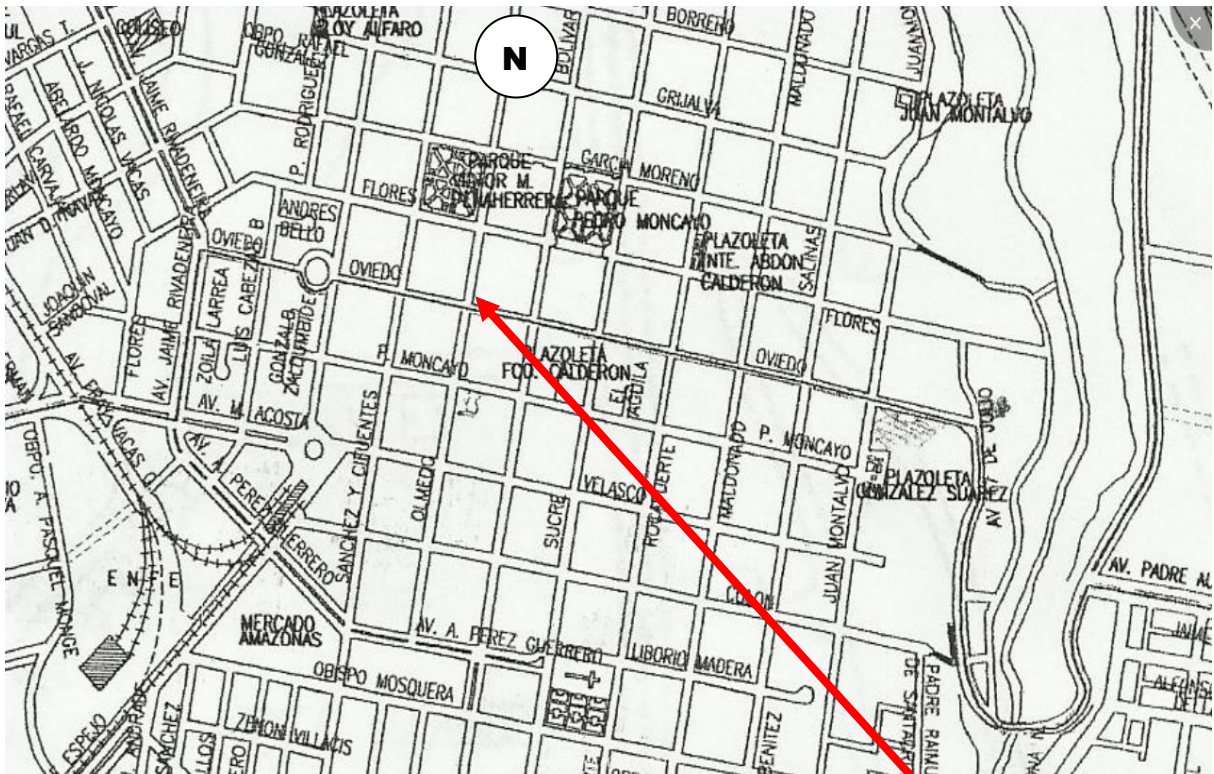
Para determinar la Micro localización se realizó un análisis exhaustivo del sector donde debe estar ubicada la microempresa; para ello, se tomó en cuenta una serie de factores influyentes, los que ayudaron a determinar el lugar más idóneo:

CANTÓN: Ibarra

BARRIO: La Merced

DIRECCIÓN: Olmedo y Oviedo. (Esquina)

GRAFICO N° 4.2 CROQUIS DEL SECTOR DONDE DEBE ESTAR UBICADA LA MICROEMPRESA



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: La Autora

**Ubicación de la
Microempresa**

Para lograr un flujo razonable de las actividades a desarrollar en el presente proyecto, el área a necesitar se evaluara bajo las siguientes consideraciones:

4.1.3. FACTORES DETERMINANTES DE LA MICROLOCALIZACIÓN

4.1.3.1. Costos y disponibilidad del espacio físico.

El lugar donde va a funcionar la microempresa es una casa de corte colonial con dos habitaciones a la calle que pueden servir: el un cuarto de almacén y el otro de bodega de productos terminados, además cuenta con un patio grande que se le puede cubrir para poder trabajar en

él y 5 habitaciones alrededor del patio que servirán de bodegas de material prima y talleres. En el lugar existe acceso fácil, seguridad, movimiento económico y cuenta con todos los servicios necesarios para el funcionamiento de la microempresa. El costo del arrendamiento del área a ocupar es fundamental ya que está previsto dentro de las posibilidades con las que se cuenta para la implantación de la microempresa.

4.1.3.2. Fuentes de Abastecimiento de materia prima

La materia prima no se encuentra en Ibarra, más bien se la consigue en San Antonio de Ibarra, y también se puede hacer contacto directo con empresas madereras del oriente que vienen a entregar la materia prima al por mayor.

4.1.3.3. Disponibilidad de servicios básicos

La microempresa requiere los servicios básicos de agua, luz, alcantarillado y teléfono y al ser un lugar céntrico cuenta con estos servicios, además es importante colocar al menos dos ventiladores en el taller para evitar la acumulación de polvillo y que esta haga daño a los trabajadores.

4.1.3.4. Almacenamiento de la madera

Es importante tomar en cuenta que tanto la materia prima como los productos en proceso, terminados y a la venta necesitan de ventilación constante, para que la madera no se empiece a dañar (pudra), por este motivo el lugar de almacenamiento debe ser seco y la madera no debe tocar el piso ni estar arrimada a las paredes; con la finalidad de contar con materia prima de calidad, entonces no se puede olvidar los temas como la temperatura, ventilación y almacenaje; mismos que permitirán resultados que no afecten la autenticidad de un buen proceso y mantengan las bondades que el producto posee.

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

4.1.3.5. Herramientas y equipos

Es importante contar con herramientas de tallado (Paquete 50 fierros), lijadora, torno, cepillos para madera, tronzadora-Cortadora de madera, cepilladora eléctrica, esmeril, caladora, martillo, muñequillas rectas, muñequillas redondas, juego de desarmadores, taladro, eléctrico, escuadras, prensas, tupi, juego de fresas para tupi, piedra para afilar herramientas, compresor, pistola y aerógrafo. Algunas de estas herramientas se las puede encontrar en las ferreterías y otras se las encuentra en san Antonio de Ibarra o se puede mandar a elaborar principalmente los juegos de herramientas de tallado.

4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

En el presente proyecto se parte de la demanda potencial del producto tomado del Estudio de Mercado, de la misma manera se toma en cuenta el costo de la inversión en cifras.

4.2.1. FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO

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

4.2.1.1. Tamaño del proyecto según la demanda insatisfecha

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

La demanda potencial insatisfecha, se piensa cubrirla en base al criterio de dar un valor agregado al producto; es decir, hablamos mejoramiento de la calidad, presentación y derivados del producto. En la actualidad, la mayor demanda de artículos, de acuerdo al gusto de los clientes son: jarrones, costumbres, imágenes, floreros, figuras precolombinas, figuras arte moderno y apliques.

De acuerdo a este análisis se debe tener una excelente estrategia de marketing que permita introducir y colocar estos artículos decorativos hechos en madera en el mercado.

De acuerdo a los datos de los artesanos, en talleres de un promedio de 5 trabajadores, elaborarían el siguiente número de artículos al mes.

CUADRO N° 4.1
PRODUCCIÓN MENSUAL

Artículos	Promedio al mes (2,5 Trab.)	Promedio al mes (5 Trab.)	AL AÑO
Jarrones	60	120	1.440
Costumbres	50	100	1.200
Imágenes	9	18	216
Floreros	73	146	1.752
Figuras precolombinas	20	40	480
Figuras arte moderno	4	8	96
Apliques	90	180	2.160
TOTAL	306	612	7.344

FUENTE: Encuesta a Productores. Mayo 2011

ELABORACION: La Autora

Con la información recolectada en el estudio de mercado se desarrolla la proyección de la producción mensual ya que el número de personas que trabaja en un taller de acuerdo a la información proporcionada por los productores en las respectivas encuestas se considera el 2,5 como N° promedio de trabajadores por taller por lo tanto el número de artículos producidos al mes se multiplica por 2 debido a que la microempresa a ser creada contará con 5 trabajadores para producir dichos artículos.

CUADRO N° 4.2
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DEL PROYECTO

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	% CAPTACIÓN	PRODUC. ANUAL
2011	83.585	8,79	7.344
2012	86.262	8,79	7.579
2013	89.026	8,79	7.822
2014	91.877	8,79	8.073
2015	94.821	8,79	8.331
2016	97.858	8,79	8.598

FUENTE: Investigación Propia

ELABORACION: La Autora.

De acuerdo al promedio de artículos que se va a elaborar en la microempresa a crearse se cubre un 8,79% de la demanda insatisfecha.

4.2.1.2. Tamaño del proyecto según su organización

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

En lo referente a la mano de obra directa no existirán problemas ya que a pocos minutos de la ciudad de Ibarra se encuentra San Antonio de Ibarra

en donde existe mano de obra calificada que conoce acerca de la elaboración de los artículos en madera.

En el área administrativa se deberá poseer personal idóneo en cuanto a manejo y análisis de costos, análisis financieros, manejo de personal, manejo de marketing y comercialización. Por lo que la estructura organizativa que adoptaría sería inicialmente de una microempresa, estructurada básicamente por un gerente - marketing, secretaria – contadora, cajera- vendedora y el equipo de producción compuesto por 5 personas.

4.3.INGENIERIA DEL PROYECTO

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

4.3.1. PROCESOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS ARTÍCULOS DECORATIVOS

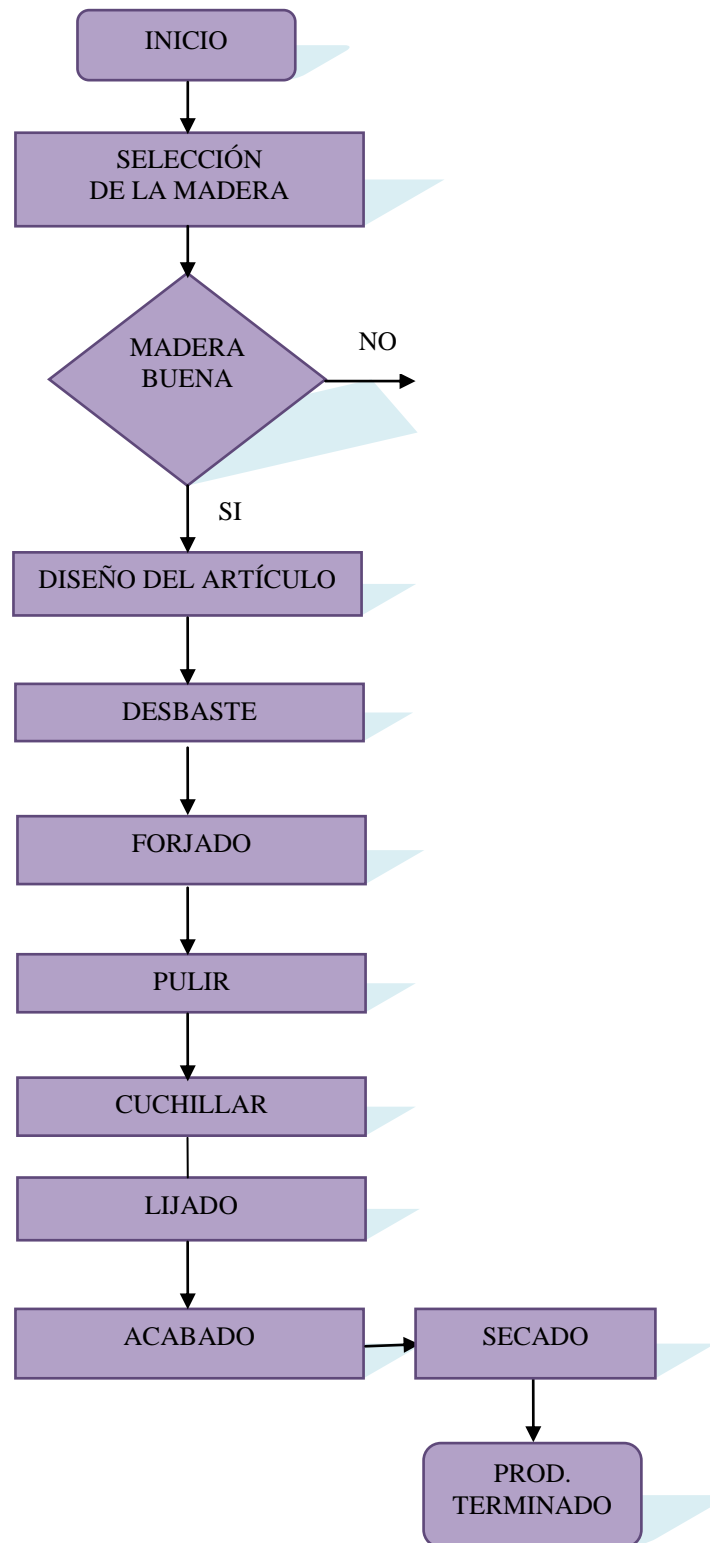
La elaboración de una escultura implica un largo proceso que se inicia con la selección de la madera hasta su acabado final, tiempo en el cual se dan los siguientes pasos:

- 1. Proceso de secado de la madera:** Dependiendo del tamaño y volumen de la escultura en madera de nogal toma por lo menos de 3 a 4 meses.
- 2. Selección de la madera:** Tomando en cuenta el tamaño y volumen de la obra que se requiere.

3. **Diseñar:** En el tronco seleccionado realizar un bosquejo de lo que se pretende formar
4. **Desbastar:** consiste en dar una forma general a la obra, usando herramienta doble y fuerte.
5. **Forjado:** Es la parte más esencial del proceso de elaboración ya que es un complemento del desbaste, en donde se dan las líneas definitivas de la escultura.
6. **Pulir:** Es un cambio de textura que toma la madera, ya que en este proceso se alisa y se da una textura uniforme a la escultura.
7. **Cuchillar:** consiste en corregir las figuras que por naturaleza tiene la madera, para ello se utilizan trozos o astillas del mismo tronco, para así evitar la notoriedad de las grietas, tratando siempre de dejar impecable la obra.
8. **Lijado:** Para esto se usa papel de lija de diferentes números, para lograr que la figura tome una textura de comparación a una porcelana o cristal.
9. **Acabado:** Aquí se logra el toque final de la obra, para lo cual se usa betún, lacas o barniz dependiendo del gusto del cliente; en cualquiera de los casos se consigue un acabado perfecto.

4.3.1.1. FLUJOGRAMA DEL PROCESO

GRÁFICO N° 4.3



FUENTE: Investigación propia
ELABORACION: La Autora

4.3.2. PROCESOS PARA LA VERIFICACIÓN DE LA FACTURA

Emisión de facturas.- Es la emisión de un documento que el vendedor entrega al comprador y contiene, a demás de los datos generales de los soportes de contabilidad, la descripción de la mercancía vendida o servicios prestados, los fletes e impuestos que se causen y las condiciones de pago.

Ingreso de datos al sistema informático.- Consiste en colocar los datos de comprador, cantidad y costos en un documento legalmente válido.

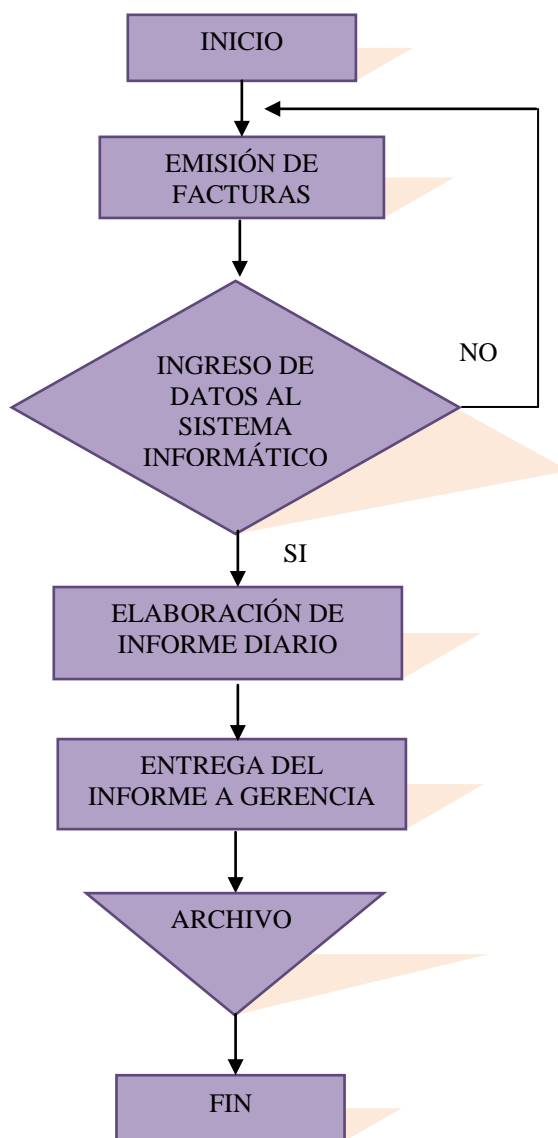
Elaboración de informe diario.- En dependencias de ventas los informes diarios son una obligatoriedad.

Entrega del informe a gerencia.- El informe detallado debe ser entregado a gerencia para que sea analizado y aprobado.

4.3.2.1. FLUJOGRAMA DE VERIFICACIÓN DE LA FACTURA

GRÁFICO N° 4.4

FLUJOGRAMA DE VERIFICACIÓN DE FACTURA



FUENTE: Investigación propia
ELABORACION: La Autora

4.3.3. PROCESOS PARA EL CIERRE DE CAJA DIARIO.

Cierre de caja diario.- Consiste en el cierre al día de la venta, los ingresos y egresos que se ha realizado.

Constatación por administrador o asistentes.- El supervisor realizará una revisión de las cuentas realizadas por el cajero con un cuidado en el efectivo, cheques, tarjetas y recibos de gasto.

Reporte de faltantes o sobrantes.- Cuando existe un faltante o sobrante se realizará un informe al gerente; en el caso de faltante el cajero deberá de forma inmediata reponer el dinero y en el caso de un sobrante se debe guardar el dinero por si aparece la persona a la cual se le dio mal el cambio.

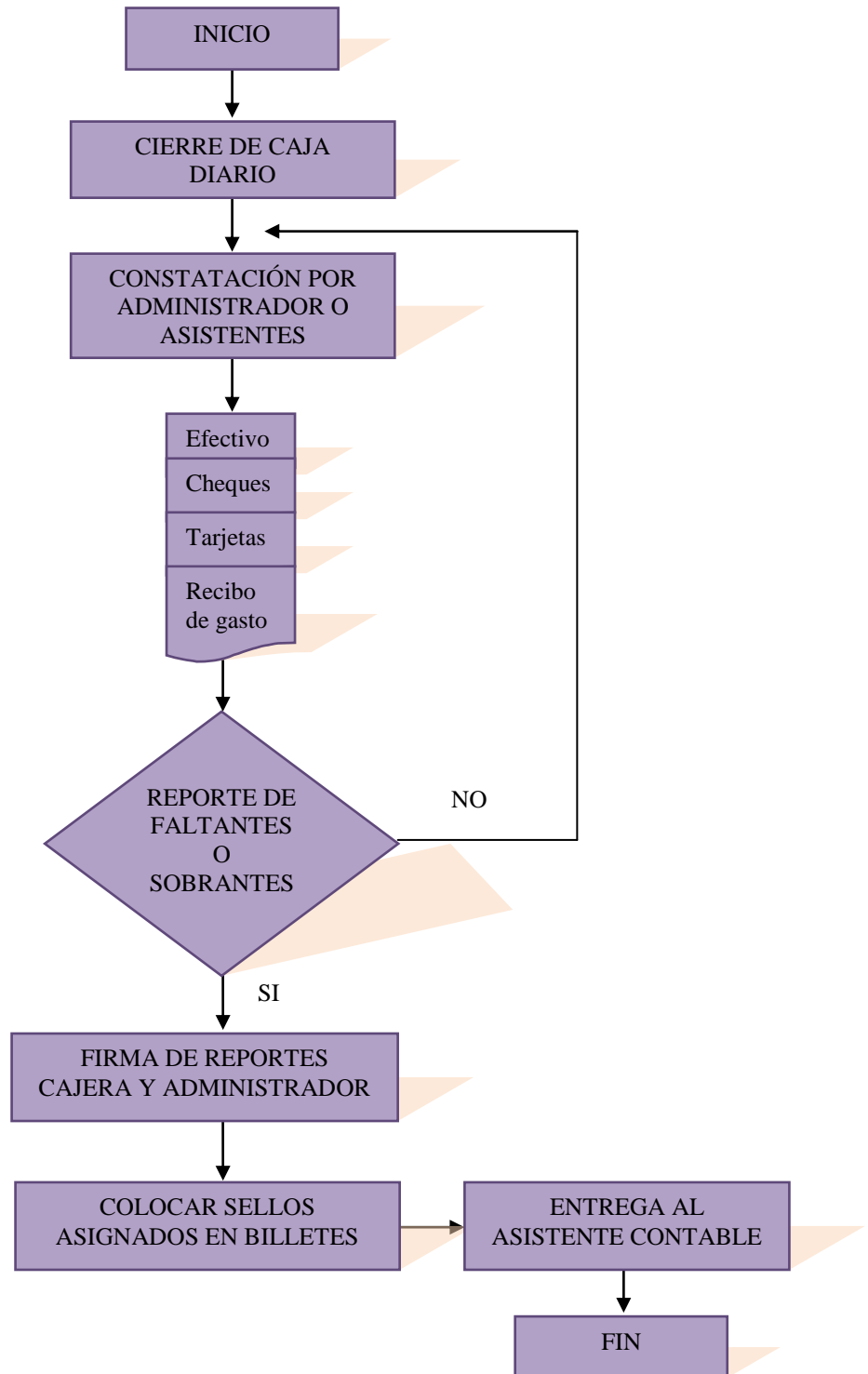
Firma de reportes cajera y administrador.- En los informes del cierre de caja debe constar la firma del cajero como responsable y del administrador como el responsable de la supervisión del cierre.

Colocar sellos asignados.- En este informe se coloca los sellos correspondientes de la institución, como también en los billetes.

Entrega al asistente contable.- Este informe posteriormente será ingresado al sistema por el asistente contable

4.3.3.1. FLUJOGRAMA DE CIERRE DE CAJA DIARIO

GRÁFICO N° 4.5
FLUJOGRAMA DE CIERRE DE CAJA DIARIO



FUENTE: Investigación propia
ELABORACION: La Autora

4.3.4. PROCESOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.

Exhibición del producto.- La exhibición del producto se lo hará en el almacén, a través de una pág. web que será creada por la empresa y en las ferias a las cuales asistirá la empresa.

Interés del cliente.- El interés está dado por el pedido de información sobre el producto que solicita el cliente al vendedor; en este caso podría ser jarrones, imágenes, floreros, u otros. El interesado hace el pedido mismo que es ingresado al sistema informático.

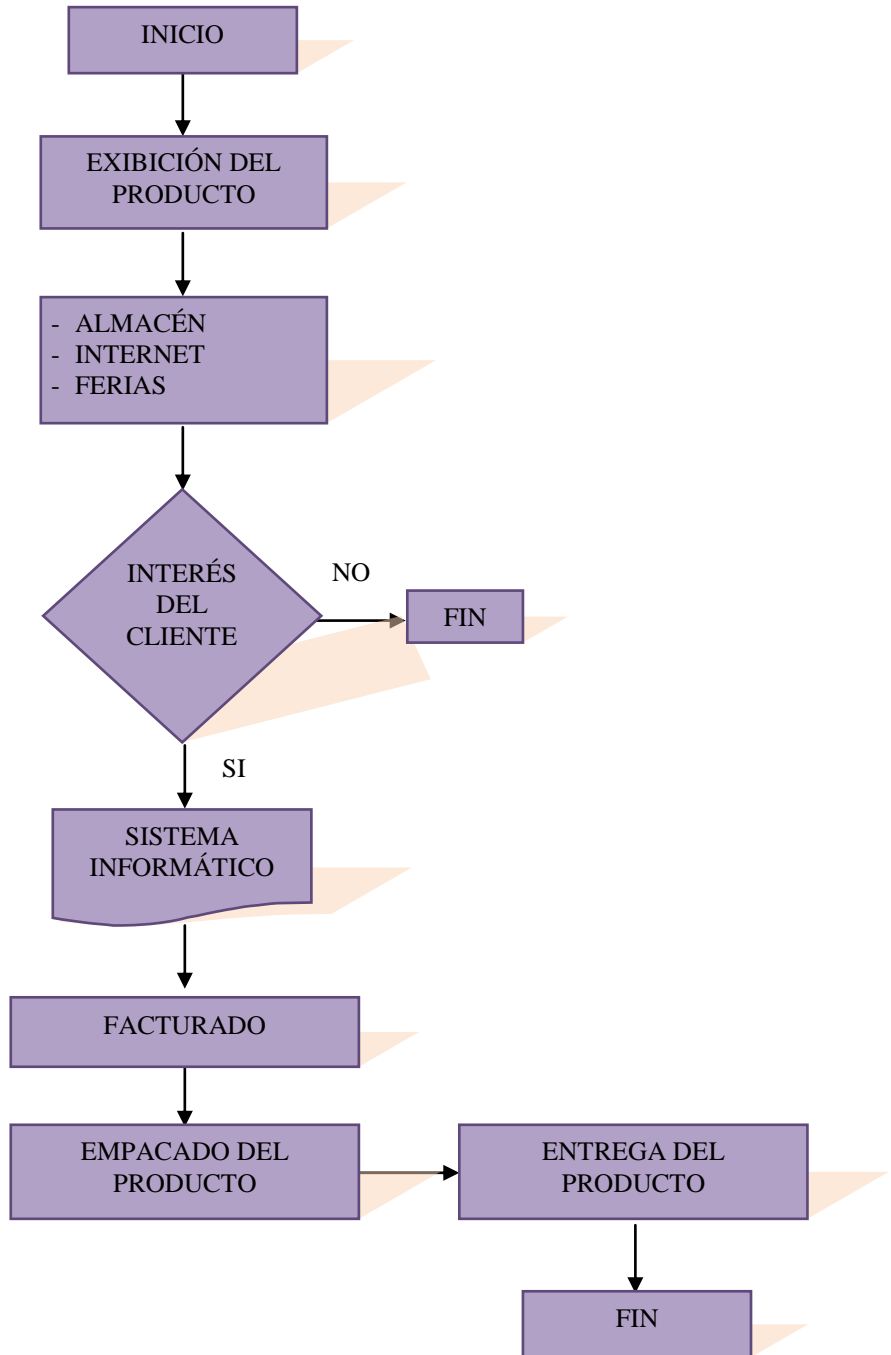
Facturado.- Cuando ya se ha realizado la transacción se imprime la factura para ser legalizado por el comprador y vendedor a través de sus firmas.

Empacado del producto.- Con la factura el cliente se acerca a retirar el producto mismo que es empacado por la vendedora.

Entrega del producto.- El producto comprado es entregado al comprador colocando en la factura el sello de entregado.

4.3.4.1. FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

GRÁFICO N° 4.6
FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO



FUENTE: Investigación propia
ELABORACION: La Autora

4.3.5. PRINCIPALES ARTÍCULOS DECORATIVOS HECHOS EN MADERA

Son artículos tallados a mano en madera grandes o pequeños, son muy cotizados por las personas y extremadamente elegantes como adornos de casas, oficinas, u otros lugares. Se los considera artesanías en muchos lugares y demandan de mucho, tiempo, creatividad, paciencia y muchas destrezas para ser realizados.

Existe una variedad de artículos o productos decorativos en madera como: animales y aves de todo tipo y variedad, arte moderno, repisas, adornos para espejos, jarrones, consolas, variedad de floreros, costumbres y otros.

Jarrones	Consolas
Cenas	Mesas centrales
Costumbres	Figuras precolombinas
Imágenes	Figuras arte moderno
Repisas	Apliques
Floreros	Otras

Ejemplos de Tallado en Madera es.wikipedia.org/wiki/Talla_de_madera





4.4. ESTUDIO DE REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN

Es necesario definir todos los requerimientos de infraestructura y obra civil, recursos materiales, necesidades de financiamiento y recursos humanos que la microempresa necesita para la elaboración y comercialización de artículos decorativos en madera.

4.4.1. TERRENO E INFRAESTRUCTURA

Es imposible encontrar un lugar amplio en el centro de Ibarra que deseen vender y si lo hay el costo de demasiado alto para el presente proyecto, por lo que se ha visto la necesidad de arrendar.

**CUADRO N° 4.3
CASA DE ARRIENDO**

CONCEPTO	m ²	COSTO MENSUAL EN USD.
CASA DE ARRIENDO	600	750,00

FUENTE: Observación personal, cotización del sector

ELABORACIÓN: La Autora

4.4.2. REQUERIMIENTOS DE LA READECUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA CIVIL

Es el área física donde se construirá e instalará la planta, para lo que detallaremos los espacios necesarios para la producción del producto así como también sus áreas administrativas. Por lo que podemos decir que el proyecto ocupara un área de 600m² distribuidos de la siguiente manera:

a) Área administrativas:

- Gerencia (9m²)
- Secretaria- Contadora (9m²)
- Sala de reuniones (12m²)
- Baño (3m²).

b) Talleres :

- Taller 1, (40m²)
- Taller 2 (40m²)
- Taller 3 (40m²)
- Área de secado (60m²)
- Bodega de materia prima (60m²)
- Bodega de herramientas y materiales (21m²)
- Baños (4) (12m²)

c) Área comercial

- Almacén (60m²)
- Bodega de producto terminado (60m²)
- Patio (174m²)

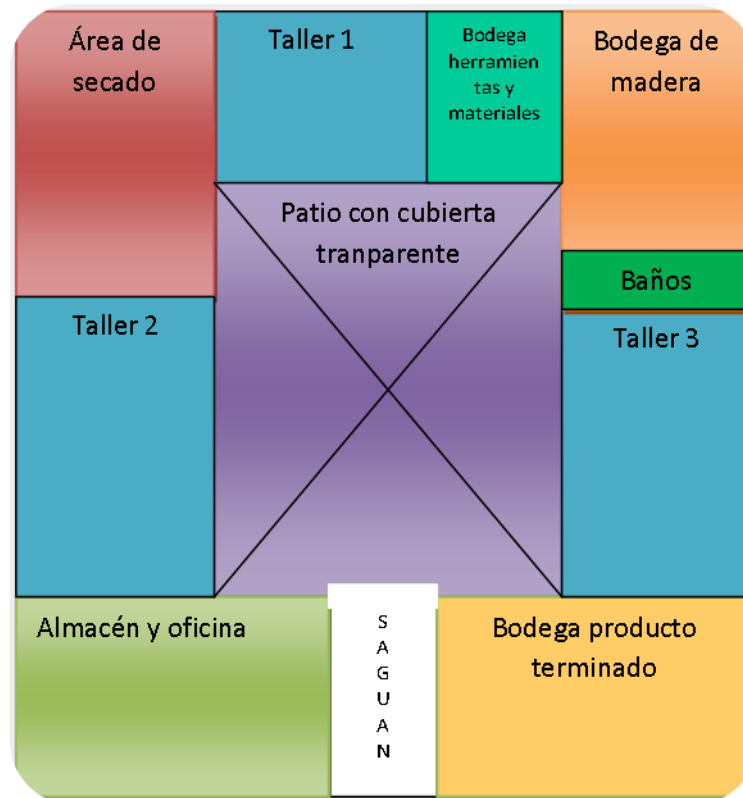
Total de metros cuadrados es 600.

La microempresa de acuerdo al número de metros que tiene el área y las habitaciones se organiza de la siguiente manera para lo cual se bosqueja el diseño de cada uno de los espacios de la microempresa, donde consta claramente el área de producción basada en un orden cronológico, el área administrativa, así como también puntos importantes como talleres, bodegas el patio y otros.

Partiendo de este bosquejo podemos concluir con los costos requeridos para la reconstrucción de los espacios existentes de acuerdo a las necesidades del proyecto, mismos que serán detallados posteriormente.

4.4.3. ÁREA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DECORATIVOS HECHOS EN MADERA

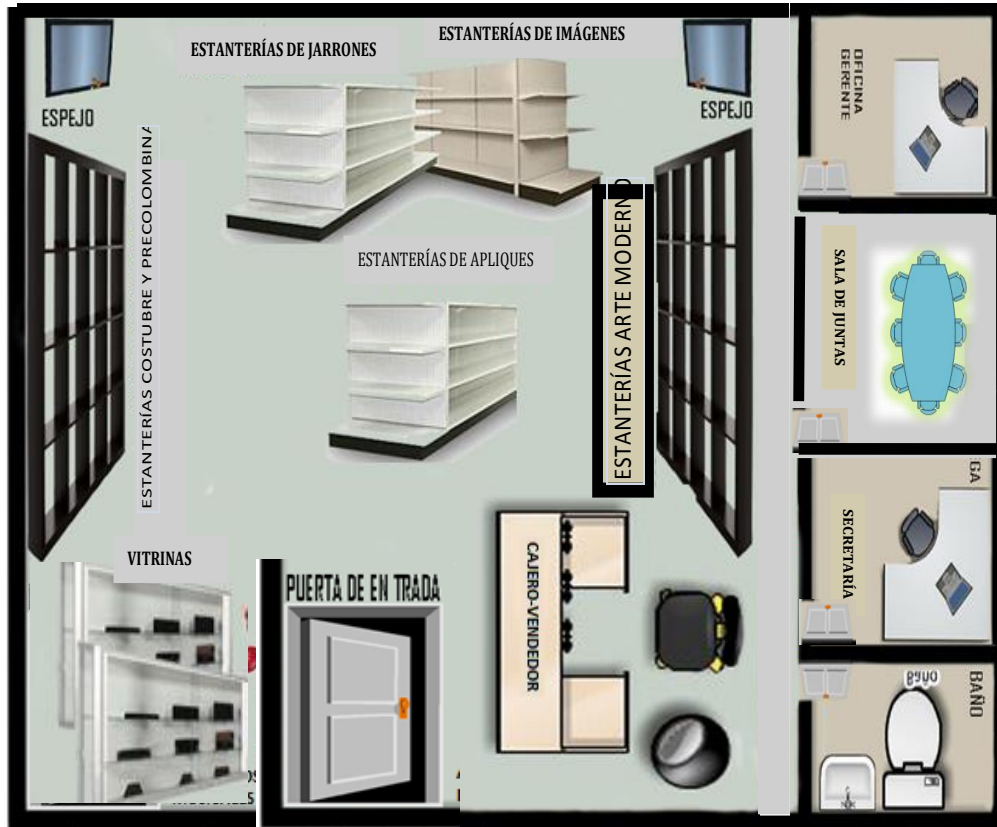
GRAFICO N° 4.7



Almacén	
Talleres	
Área de secado	
Bodega de producto terminado	
Bodega de madera (materia prima)	
Bodega herramientas y materiales	
Patio	
baños	

4.4.4. PLANO DEL ALMACÉN Y OFICINA

GRAFICO N° 4.8.



FUENTE: Arq. Patricio Cárdenas
ELABORACIÓN: La Autora

4.4.5. REQUERIMIENTOS DE ADECUACIÓN DE LA CASA (OBRA CIVIL)

Con el fin de que la microempresa se instale a desarrollar normalmente sus operaciones de producción y comercialización de artículos decorativos en madera, la casa prevista para arrendarla, necesita una serie de adecuaciones bastante importantes, como se detallan a continuación.

**CUADRO Nº 4.4
ADECUACIONES (OBRA CIVIL)**

ÁREA	DETALLE	Nº	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PRODUCCIÓN	Talleres	3	350,00	1.050,00
	Área de secado	1	380,00	380,00
	Bodegas	3	350,00	1.050,00
	Baños	4	57,50	230,00
	Reinstalaciones de servicios básicos	1	1.000,00	1.000,00
	Subtotal			
ADMINISTRACIÓN	Oficinas administrativas	2	350,00	700,00
	Sala de Reuniones	1	350,00	350,00
	Baños	1	57,50	57,50
	Subtotal			
VENTAS	Almacén	1	550,00	550,00
	Bodega de producto terminado	1	350,00	350,00
	Patio de exhibición de trabajo	1	3.000,00	3.000,00
	Subtotal			
				8.717,50
	Imprevistos 3%	1	261,53	261,53
	Subtotal			261,53
	T O T A L			8.979,03

FUENTE: Datos del arquitecto del Municipio de Ibarra

ELABORADO: La Autora

4.4.6. REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Para el presente proyecto se requiere implementos necesarios para la elaboración y comercialización de artículos decorativos en madera, tales como herramientas, maquinaria y equipos acordes al trabajo a realizar, a continuación se da a conocer las especificaciones y características generales de los requerimiento indispensables para el buen avance de los procesos a desarrollar.

CUADRO Nº 4.5
HERRAMIENTAS Y EQUIPO

Nº	HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Herramientas de tallado (Paquete 50 fierros)	2	200,00	400,00
3	Lijadora	2	60,00	120,00
4	Torno	1	1.200,00	1.200,00
5	Cepillos para madera	5	21,71	108,55
6	Tronzadora-Cortadora de madera	1	175,84	175,84
7	Cepilladora eléctrica	1	3.500,00	3.500,00
8	Esmeril	1	50,00	50,00
9	Caladora	1	700,00	700,00
10	Martillo	5	10,00	50,00
11	Muñequillas rectas	5	10,00	50,00
12	Muñequillas redondas	5	10,00	50,00
13	Juego de desarmadores	2	3,00	6,00
14	Taladro eléctrico	1	50,00	50,00
15	Escuadras	5	3,00	15,00
16	Prensas	4	20,00	80,00
17	Tupi	1	180,00	180,00
18	Juego de fresas para tupi	2	20,00	40,00
19	Piedra para afilar herramientas	1	5,00	5,00
20	Compresor	1	150,00	150,00
21	Pistola	2	20,00	40,00
22	Aerógrafo	1	35,00	35,00
TOTAL				6.780,39

FUENTE: Cotización de precios a productores y comercializadores

ELABORADO: La Autora

<p>Herramientas de tallado</p>	
<p>Lijadora</p>	
<p>Torno</p>	

<p>Cepillos de mano para madera</p>	<p>https://herramientasymas.wordpress.com</p> 
<p>Cortadora</p>	
<p>Cepilladora eléctrica</p>	
<p>Esmeril</p>	

Troqueladora	
---------------------	--

4.4.7. REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO

El presente proyecto requiere de muebles y enseres para cada área de trabajo, y para facilitar los usos y actividades habituales del personal; pues son accesorios importantes que corroboraran a brindar un producto de calidad a los clientes.

CUADRO Nº 4.6

MUEBLES Y ENSERES

ÁREA	DEP.	CONCEPTO	Nº	VALOR UNT.	VALOR TOTAL
OPERATIVA	Área de producción	Taburetes de madera	10	6,50	65,00
		Casilleros	10	25,00	250,00
		Subtotal			315,00
ADMINISTRAC	Gerencia	Escritorio ejecutivo	1	205,00	205,00
		Archivador	1	195,00	195,00
		Silla ejecutiva	1	120,00	120,00
		Sillas de recepción	2	35,00	70,00
		Sofá personal	1	120,00	120,00
		Basurero	1	8,50	8,50
		Subtotal			718,50
	Secretaría-Contadora	Escritorio ejecutivo	1	110,00	110,00
		Archivador	1	165,00	165,00
		Silla operativa	1	42,00	42,00
		sillas de recepción	2	35,00	70,00
		Basurero	1	5,00	5,00
		Subtotal			392,00
	Sala de Reuniones	Mesa operativa	1	180,00	180,00
		Sillas	8	30,00	240,00
Basurero		1	5,00	5,00	
Subtotal				425,00	
VENTAS	Vendedora-Cajera	Escritorio ejecutivo	1	110,00	110,00
		Silla operativa	1	42,00	42,00
		Basurero	1	5,00	5,00
		Subtotal			157,00
	Área de Ventas	Mesa de reuniones	1	130,00	130,00
		Espejos	2	10,00	20,00
		Estanterías	10	150,00	1.500,00
		Vitrinas	2	130,00	260,00
		Silla operativa	2	42,00	84,00
		Subtotal			1.994,00
TOTAL					4.001,50

FUENTE: Observación personal

ELABORADO: La Autora

4.4.8. REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE OFICINA

Son bienes tangibles de uso permanente referente a equipos y tecnología de oficina que colaboran a las operaciones y actividades administrativas de la empresa.

CUADRO Nº 4.7

EQUIPO DE OFICINA

ÁREA	DEP.	CONCEPTO	CANT.	VALOR UNT.	VALOR TOTAL
OPERATIVA	Área de producción	teléfono	3	36,00	108,00
		grapadora	1	1,80	1,80
		perforadora	1	4,65	4,65
		Subtotal			114,45
ADMINISTR.	Gerencia	teléfono	1	36,00	36,00
		porta papel	1	7,80	7,80
		grapadora	1	1,80	1,80
		perforadora	1	4,65	4,65
		Subtotal			50,25
	Secretaria-Contadora	Teléfono fax	1	68,00	68,00
		porta papel	2	7,80	15,60
		sumadora	1	21,00	21,00
		grapadora	1	1,80	1,80
		perforadora	1	4,65	4,65
		Subtotal			111,05
VENTAS	Vendedora-Cajera	teléfono	1	36,00	36,00
		porta papel	1	7,80	7,80
		grapadora	1	1,80	1,80
		perforadora	1	4,65	4,65
		sumadora	1	21,00	21,00
		Subtotal			71,25
	Total				347,00

FUENTE: Observación personal

ELABORADO: La Autora

4.4.9. REQUERIMIENTOS DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

El equipo de cómputo constituye una herramienta indispensable hoy por hoy, utilizada para el procesamiento y almacenamiento oportuno de la información; contribuyendo así, a la organización y mejora de la productividad administrativa agilizando el cumplimiento de las tareas.

CUADRO Nº 4.8

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	CANT.	VALOR UNT.	VALOR TOTAL
ADMINIS- TRACIÓN	Gerencia	Computadora	1	780,00	780,00
		Impresora	1	112,00	112,00
		Subtotal			892,00
	Secretaría- Contadora	Computadora	1	780,00	780,00
		Impresora	1	76,00	76,00
		Subtotal			856,00
VENTAS	Vendedora- Cajera	Computadora	1	780,00	780,00
		Impresora	1	76,00	76,00
		Subtotal			856,00
	T o t a l				2.604,00

FUENTE: Proforma

ELABORADO: La Autora

4.4.10. REQUERIMIENTOS DE TALENTO HUMANO

Para que empiece a funcionar la microempresa de elaboración y comercialización de artículos decorativos en madera se requiere personal mínimo indispensable para desarrollar las actividades de forma eficiente. El estudio de los requerimientos se lo realiza mediante un análisis de puestos, delimitando para saber el número de personal que la microempresa necesitará.

En el capítulo pertinente a la estructura organizacional y funcional de la empresa será donde se detallara los cargos y las funciones de cada persona, los requerimientos a cumplir y su respectivo organigrama funcional.

CUADRO N° 4.9
REQUERIMIENTO DE PERSONAL

ÁREA	CARGO	Nº	REMUN. MENSUAL	REMUN. MENSUAL TOTAL
PRODUCCIÓN	Trabajadores	5	292,00	1.460,00
	Subtotal			1.460,00
ADMINISTRACIÓN	Gerente	1	301,63	301,63
	Secretaria – Contadora	1	293,75	293,75
	Cajera-Vendedora	1	292,87	292,87
	Subtotal			888,25
T o t a l			1.180,25	2.348,25

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO: La Autora

4.4.11. INVERSIÓN A DIFERIRSE

Dentro de los activos a diferirse tenemos los gastos iniciales para la creación del negocio, nos referimos a gastos como: montaje, puesta en marcha, instrucciones al personal, supervisión de los equipos durante el período de normalización de las operaciones productiva, obtención de registros sanitarios y otros documentos legales; a estos, se unen los gastos incurridos en el estudio de factibilidad para realizar el proyecto por parte del investigador.

CUADRO N° 4.10
ACTIVO DIFERIDO

DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES	INVERSIÓN NUEVA	INVERSIÓN ACTUAL	TOTAL
Estudio de factibilidad	600,00	-	600,00
Gastos de constitución	-	500,00	500,00
Adecuación Instalaciones (Obra Civil)		8.979,03	8.979,03
TOTAL	600,00	9.479,03	10.079,03

FUENTE: Investigación sobre la base de la información

ELABORADO: La Autora

4.5. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

Se realizara un análisis minucioso del capital necesario para empezar a operar la microempresa, se definirá la forma y la fuente de financiamiento, es decir de donde provendrá el capital necesario que permita la implementación del nuevo proyecto.

4.5.1. LAS INVERSIONES Y SU FINANCIAMIENTO

**CUADRO N° 4.11
DETALLE DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO**

DETALLE	VALOR
INVERSIONES VARIABLES	
Capital de trabajo	8.372,81
TOTAL INVERSIONES VARIABLES	8.372,81
INVERSION FIJA	
Muebles y enseres de producción	315,00
Herramientas y equipos de producción	6.780,39
Equipo de oficina de producción	114,45
Muebles y enseres de Adm.	1.535,50
Equipo de Oficina de Adm.	161,30
Equipo Informático de Adm.	1.748,00
Muebles y enseres de Ventas	2.151,00
Equipo de Oficina de Ventas	71,25
Equipo Informático de Ventas	856,00
TOTAL INVERSIONES FIJAS	13.732,89
INVERSIONES DIFERIDAS	
Gasto de constitución	1.100,00
Mantenimiento Instalaciones (Obra Civil)	8.979,03
TOTAL INVERSIONES DIFERIDAS	10.079,03
TOTAL INVERSIONES	32.184,73

FUENTE: Investigación sobre la base de la información

ELABORADO: La Autora

A continuación se presenta la estructura del financiamiento, donde el 70 % se financiará con crédito y el 30 % será aporte propio del inversionista.

**CUADRO No 4.12
ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	9.655,42	30%
Capital Financiado	22.529,31	70%
TOTAL	32.184,73	100%

FUENTE: Investigación sobre la base de la información

ELABORACION: La Autora

4.5.2. CAPITAL DE TRABAJO

Constituyen todos los gastos necesarios para iniciar la operación de la empresa, se calculará los gastos de tres meses que se estima es el tiempo necesario para lograr el posicionamiento de la empresa y por consiguiente iniciará teniendo sus primeros ingresos por las ventas que realice. A continuación se detalla un resumen, más adelante se detallará más minuciosamente en la proyección de gastos.

**CUADRO N° 4.13
PRESUPUESTO CAPITAL DE TRABAJO**

CONCEPTO	COSTO
Sueldos y Salarios	3235,87
Costo de producción del articulo	4909,02
Servicios Básicos	116,80
Gastos Publicidad	100,00
Suministros de Oficina	11,12
Gasto Arriendo	750,00
TOTAL	8372,81

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 4.20

ELABORACION: La Autora

4.6. PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS

Corresponde a la sistematización contable de todos los desembolsos de dinero que se llevarán a cabo en la vida útil del proyecto incluyendo depreciaciones y amortizaciones de los respectivos activos, también se estiman los costos de producción, gastos administrativos, gastos de venta y gastos financieros necesarios para que el proyecto entre en operación.

A continuación se da a conocer la manera como van a estar distribuidos los costos y gastos de cada rubro que afecta al proyecto tanto de manera directa e indirecta:

4.6.1. COSTO DE PRODUCCION

Los costos de producción son aquellos egresos necesarios para la transformación de la materia prima en productos terminados o semielaborados, por medio de la fuerza de trabajo y la tecnología. Está conformado por la combinación de tres elementos, que son:

4.6.1.1. Materia Prima Directa (M.P.D.)

A continuación se detalla el costo total de la materia prima de acuerdo a la cantidad de productos y el precio promedio de cada uno tomando en cuenta la captación de la demanda insatisfecha, precios del mercado, la respectiva utilidad que ponen los productores de acuerdo a la competencia (70%) y la inflación:

**CUADRO N° 4.14
COSTO DE MATERIALES DIRECTOS POR AÑOS**

AÑO 2012					
ARTICULO	VALOR POR ART.	70% DE GANANCIA	M.P.D. UTILIZADA (UNITARIO)	CANTIDAD PRODUCIDA	TOTAL MPD UTILIZADA
Jarrones	21,35	14,95	6,41	124	793,38
Costumbres	29,90	20,93	8,97	103	925,61
Imágenes	106,77	74,74	32,03	19	595,03
Floreros	10,68	7,47	3,20	151	482,64
Figuras precolombinas	26,69	18,68	8,01	41	330,57
Figuras de arte moderno	85,42	59,79	25,63	8	211,57
Apliques	5,34	3,74	1,60	186	297,52
C. T. MPD (\$) MENSUAL				632	3.636,31
C. T. MPD (\$) ANUAL				7.579	43.635,70

AÑO 2013					
ARTICULO	VALOR POR ART.	70% DE GANANCIA	M.P.D. UTILIZADA (UNITARIO)	CANTIDAD PRODUCIDA	TOTAL MPD UTILIZADA
Jarrones	22,07	15,45	6,62	128	846,06
Costumbres	30,89	21,62	9,27	107	987,07
Imágenes	110,33	77,23	33,10	19	634,54
Floreros	11,03	7,72	3,31	156	514,68
Figuras Prec.	27,58	19,31	8,27	43	352,52
Fig. de arte Mod.	88,26	61,78	26,48	9	225,62
Apliques	5,52	3,86	1,65	192	317,27
C. T. MPD (\$) MENSUAL		206,97		652	3.877,76
C. T. MPD (\$) ANUAL		2483,67		7.822	46.533,13

AÑO 2014					
ARTICULO	VALOR POR ART.	70% DE GANANCIA	M.P.D. UTILIZADA (UNITARIO)	CANTIDAD PRODUCIDA	TOTAL MPD UTILIZADA
Jarrones	22,80	15,96	6,84	132	902,24
Costumbres	31,92	22,34	9,58	110	1052,61
Imágenes	114,00	79,80	34,20	20	676,68
Floreros	11,40	7,98	3,42	160	548,86
Figuras Prec.	28,50	19,95	8,55	44	375,93
Fig. de arte Mod.	91,20	63,84	27,36	9	240,60
Apliques	5,70	3,99	1,71	198	338,34
C. T. MPD (\$) MENSUAL		213,86		673	4.135,25
C. T. MPD (\$) ANUAL		2566,37		8.073	49.622,94

AÑO 2015					
ARTICULO	VALOR POR ART.	70% DE GANANCIA	M.P.D. UTILIZADA (UNITARIO)	CANTIDAD PRODUCIDA	TOTAL MPD UTILIZADA
Jarrones	23,56	16,49	7,07	136	962,14
Costumbres	32,98	23,09	9,89	113	1122,50
Imágenes	117,80	82,46	35,34	20	721,61
Floreros	11,78	8,25	3,53	166	585,30
Figuras Prec.	29,45	20,61	8,83	45	400,89
Fig. de arte Mod.	94,24	65,97	28,27	9	256,57
Apliques	5,89	4,12	1,77	204	360,80
C. T. MPD (\$) MENSUAL		220,99		694	4.409,83
C. T. MPD (\$) ANUAL		2651,83		8.331	52.917,93

AÑO 2016					
ARTICULO	VALOR POR ART.	70% DE GANANCIA	M.P.D. UTILIZADA (UNITARIO)	CANTIDAD PRODUCIDA	TOTAL MPD UTILIZADA
Jarrones	24,34	17,04	7,30	140	1026,03
Costumbres	34,08	23,86	10,22	117	1197,04
Imágenes	121,72	85,20	36,52	21	769,52
Floreros	12,17	8,52	3,65	171	624,17
Figuras precolombinas	30,43	21,30	9,13	47	427,51
Figuras de arte moderno	97,38	68,16	29,21	9	273,61
Apliques	6,09	4,26	1,83	211	384,76
C. T. MPD (\$) MENSUAL		228,34		717	4.702,64
C. T. MPD (\$) ANUAL		2740,14		8.598	56.431,70

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 4.15
RESUMEN DEL COSTO TOTAL DE MPD

CONCEPTO / AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
Artículos a producir mensual	632	652	673	694	717
Artículos a producir anual	7.579	7.822	8.073	8.331	8.598
COSTO TOTAL DE MPD (\$) MENSUAL	3.636,31	3.877,76	4.135,25	4.409,83	4.702,64
COSTO TOTAL DE MPD (\$) ANUAL	43.635,70	46.533,13	49.622,94	52.917,93	56.431,70

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

Para la elaboración de 7.579 artículos decorativos será necesario realizar un desembolso estimado de 43.635,70 dólares al año, por concepto de materia prima directa considerando que se necesitan diferentes cantidades de materia prima de acuerdo al artículo que se vaya a elaborar.

4.6.1.2. Mano de Obra Directa (M.O.D)

Es la fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de los materiales en productos acabados ya sea que intervenga manualmente o accionando maquinas.

Este segundo elemento del costo de producción es quizá el más importante, porque gracias al personal se puede transformar la materia prima en productos terminados de calidad.

Este rubro está compuesto por los sueldos de los obreros y beneficios sociales. Además la proyección de los sueldos se realizara con la variación porcentual de remuneraciones que según el Banco Central está en 9.86%.

**CUADRO Nº 4.16
SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL**

CARGO	2012	2013	2014	2015	2016
PRODUCCION					
(5) Trabajadores (\$ 292,00 c/u)	1.603,96	1.762,11	1.935,85	2.126,72	2.336,42
TOTAL MENSUAL	1.603,96	1.762,11	1.935,85	2.126,72	2.336,42
TOTAL ANUAL	19.247,47	21.145,27	23.230,20	25.520,69	28.037,03

FUENTE: Banco Central

ELABORACIÓN: La Autora

El gasto en pago de salarios unificados de mano de obra directa para el proyecto, será para el primer año de \$ 19.247,47. A continuación se hacen los cálculos respectivos para el pago legal de remuneraciones, con el fin de tener una valoración real del gasto salarios de la mano de obra directa a utilizar tomando en cuenta que la microempresa es artesanal motivo por el cual los operarios y aprendices de acuerdo a la tabla sectorial del ministerio de trabajo no gozaran de los fondos de reserva ni del décimo tercero y cuarto sueldo.

CÁLCULOS:	
Aporte Patronal	12,15% de S.B.U
Vacaciones	S.B.U/24
Variación porcentual	9.86%

CUADRO N° 4.17
PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO ÚNIFICADO

AÑOS RUBROS	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo Básico Unificado	19.247,47	21.145,27	23.230,20	25.520,69	28.037,03
Aporte Patronal	2.338,57	2.569,15	2.822,47	3.100,76	3.406,50
Vacaciones	801,98	881,05	967,92	1.063,36	1.168,21
TOTAL ANUAL	22388,02	24595,48	27020,59	29684,82	32611,74
TOTAL MENSUAL	1865,67	2049,62	2251,72	2473,74	2717,65

FUENTE: Banco Central

ELABORACIÓN: La Autora

Como se puede observar, la microempresa iniciará sus operaciones con un pago de mano de obra directa en roles de \$ 1.865,67 cada mes.

4.6.1.3. Gastos Generales de Fabricación

Llamados también carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrica. No se identifican con un solo producto o proceso productivo.

Los Gastos Generales de Fabricación están compuestos por los insumos o materiales indirectos de producción, servicios básicos, arriendo de fábrica, depreciaciones de los equipos y adecuación instalaciones los mismos que se detallan a continuación:

a) Materiales Indirectos (Lija, laca, entre otros)

Estos pueden o no formar parte del producto terminado, son de difícil cuantificación por dos razones fundamentales tiempo y costo.

CUADRO N° 4.18
MATERIALES INDIRECTOS

15% de la supuesta utilidad

%	RUBROS / AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
		15.272,49	16.286,59	17.368,03	18.521,27	19.751,10
10%	Lija	1527,25	1628,66	1736,80	1852,13	1975,11
3%	Pegamento	458,17	488,60	521,04	555,64	592,53
17%	Tinte	2596,32	2768,72	2952,57	3148,62	3357,69
50%	Laca	7636,25	8143,30	8684,02	9260,64	9875,55
20%	Otros	3054,50	3257,32	3473,61	3704,25	3950,22
100%	TOTAL AL AÑO	15.272,49	16.286,59	17.368,03	18.521,27	19.751,10

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

Como se puede observar los materiales indirectos son el 15% de la supuesta utilidad que los artesanos tienen en cada producto. Para establecer este porcentaje se realizó el respectivo cálculo de la cantidad de materiales que se utiliza en la elaboración de cada uno de los artículos.

b) Servicios básicos de producción

A continuación se realiza el cálculo de los servicios básicos para la producción de acuerdo a un crecimiento anual del 8% dato que se obtuvo de la observación directa en cada uno de los talleres encuestados.

CUADRO N° 4.19
SERVICIOS BÁSICOS DE PRODUCCIÓN

60% DE LUZ PARA PRODUCCIÓN Y 15% DE AGUA

RUBROS / AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
Energía Eléctrica	388,80	419,90	453,50	489,78	528,96
Agua Potable	58,32	62,99	68,02	73,47	79,34
Subtotal	447,12	482,89	521,52	563,24	608,30
Imprevistos 3%	13,41	14,49	15,65	16,90	18,25
SERVICIOS BASICOS ANUAL	460,53	497,38	537,17	580,14	626,55

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

Del costo total del gasto de los servicios básicos se distribuyo de manera porcentual para cada área de la microempresa en este caso para producción fue el 60% para la luz y el 15% de agua, debido a que el agua no se utiliza en grandes cantidades.

c) Arriendo de fábrica (producción)

**CUADRO N° 4.20
CASA DE ARRIENDO**

CONCEPTO	m²	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
CASA DE ARRIENDO	600	750,00	9.000,00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: La Autora

Del valor total del arriendo se realizó la respectiva distribución de los costos de acuerdo a los metros cuadrados que ocupa cada una de las áreas en este caso se detalla a continuación el costo de arriendo para el área de producción:

**CUADRO N° 4.21
ARRIENDO AREA DE PRODUCCIÓN**

RUBRO	m²	VALOR DEL m2	TOTAL
Taller 1	40	15,00	600,00
Taller 2	40	15,00	600,00
Taller 3	40	15,00	600,00
Área de Secado	60	15,00	900,00
Bodega de Materia Prima	60	15,00	900,00
Bodega de Herramientas y Materiales	21	15,00	315,00
Baños (4)	12	15,00	180,00
TOTAL			4095,00

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

d) Depreciación equipo de producción

Aquí se consideran los equipos que influyen directamente en el costo de producción de los artículos.

CUADRO N° 4.22
DEPRECIACIÓN ANUAL DEL EQUIPO DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR	% DEPREC.	DEPREC. ANUAL
Herramientas y Equipo de producción	6.780,39	10%	678,04
Muebles y enseres de producción	315,00	10%	31,50
Equipo de oficina de producción	114,45	10%	11,45
TOTAL	7.209,84		720,98

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

e) Adecuación instalaciones (obra civil)

En este rubro está considerada la cantidad de dinero que se invertirá en las readecuaciones de la casa de arriendo.

CUADRO N° 4.23
ADECUACIÓN INSTALACIONES

ÁREA	DETALLE	Nº	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
PRODUCCIÓN	Talleres	3	350,00	1.050,00
	Área de secado	1	380,00	380,00
	Bodegas	3	350,00	1.050,00
	Baños	4	57,50	230,00
	Reinstalaciones de servicios básicos	1	1.000,00	1.000,00
	Subtotal			3.710,00
	Imprevistos			111,30
TOTAL			3.821,30	764,26

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

4.6.2. PRESUPUESTO DE GASTOS O EGRESOS

4.6.2.1. Gastos de Administración

Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa.

Los gastos administrativos representan a los sueldos y beneficios sociales del personal administrativo y todos aquellos valores que se necesitan para que el área administrativa opere de la mejor manera.

a) Sueldos personal administrativo

CUADRO N° 4.24
SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL

ADMINISTRACIÓN	2012	2013	2014	2015	2016
(1) Gerente	331,37	364,04	399,94	439,37	482,69
(1) Secretaria - Contadora	322,71	354,53	389,49	427,89	470,08
TOTAL MENSUAL	654,08	718,58	789,43	867,27	952,78
TOTAL ANUAL	7.849,01	8.622,93	9.473,15	10.407,20	11.433,35

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

Luego de la determinación de salarios unificados, se pasa a calcular el valor en roles, incluyendo los beneficios de ley, tomando en cuenta la tabla sectorial, además se considera lo estipulado en la legislación laboral en la que manifiesta que en una microempresa con calificación artesanal solo el personal administrativo gozara de todos los beneficios de ley es decir de los fondos de reserva, décimo tercero y cuarto sueldo respectivamente.

CÁLCULOS:	
Aporte Patronal	12,15% de S.B.U
Fondo de Reserva	S.B.U/12
Décimo Tercer Sueldo	Valor igual al fondo de reserva
Décimo Cuarto	\$264 es el S.B.U.G * personal total
Vacaciones	S.B.U/24
Variación porcentual	9.86%

CUADRO N° 4.25**PROYECCIÓN DEL GASTO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO**

AÑOS RUBROS	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo Básico Unificado	7.849,01	8.622,93	9.473,15	10.407,20	11.433,35
Aporte Patronal	953,66	1.047,69	1.150,99	1.264,47	1.389,15
Fondos de Reserva	654,08	718,58	789,43	867,27	952,78
Décimo Tercer Sueldo	654,08	718,58	789,43	867,27	952,78
Décimo Cuarto Sueldo	580,06	637,25	700,09	769,12	844,95
Vacaciones	327,04	359,29	394,71	433,63	476,39
TOTAL ANUAL	11.017,94	12.104,31	13.297,79	14.608,96	16.049,40
TOTAL MENSUAL	918,16	1008,69	1108,15	1217,41	1337,45

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

b) Materiales de oficina

Para los suministros se tomo en cuenta del total el 80% para esta área de administración debido a que aquí se utilizara más este rubro:

CUADRO N° 4.26**MATERIALES DE OFICINA****80% PARA ADMINISTRACION**

RUBROS / AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
Suministros	103,68	111,97	120,93	130,61	141,06
Subtotal	103,68	111,97	120,93	130,61	141,06
Imprevistos 3%	3,11	3,36	3,63	3,92	4,23
MATERIALES DE OF. ANUAL	106,79	115,33	124,56	134,53	145,29

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

c) Servicios básicos de administración

Para los servicios básicos de administración se consideró del total un 25% de luz, un 45% de agua y un 80% de teléfono:

CUADRO Nº 4.27
SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN

25% DE LUZ PARA ADMINISTRACIÓN, 45% DE AGUA Y 80% TELEFONO

RUBROS / AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
Energía Eléctrica	162,00	174,96	188,96	204,07	220,40
Agua Potable	174,96	188,96	204,07	220,40	238,03
Teléfono	259,20	279,94	302,33	326,52	352,64
Subtotal	596,16	643,85	695,36	750,99	811,07
Imprevistos 3%	17,88	19,32	20,86	22,53	24,33
SERVICIOS BASICOS ANUAL	614,04	663,17	716,22	773,52	835,40

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

d) Arriendo oficinas de administración

CUADRO Nº 4.28
ARRIENDO OFICINAS DE ADMINISTRACIÓN

RUBRO	m²	VALOR DEL m2	TOTAL
Gerencia	9	15,00	135,00
Secretaría Contadora	9	15,00	135,00
Sala de reuniones	12	15,00	180,00
Baños (3)	3	15,00	45,00
TOTAL			495,00

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

e) Depreciación activos fijos de administración

CUADRO Nº 4.29
DEPRECIACIÓN ANUAL ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	VALOR	% DEPREC.	DEPREC. ANUAL
Muebles y Enseres de administración	1.535,50	10%	153,55
Equipo de Oficina de administración	161,30	10%	16,13
Equipo de Computación	1.748,00	33%	582,67
TOTAL	3.444,80		752,35

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

La vida útil de un equipo de computación es de 3 años; por lo que, en el año 2015 deberá adquirir un nuevo equipo para poder seguir con las actividades normales.

f) Adecuación instalaciones (obra civil)

**CUADRO N° 4.30
ADECUACIÓN INSTALACIONES ADMINISTRACIÓN**

ÁREA	DETALLE	Nº	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINIST.	Oficinas administrativas	2	350,00	700,00
	Sala de Reuniones	1	350,00	350,00
	Baños	1	57,50	57,50
	Subtotal			1.107,50
	Imprevistos			33,23
TOTAL				1.140,73
				228,15

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

4.6.2.2. Gastos de Ventas

Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas.

El Gasto de Venta está constituido principalmente por la publicidad de los artículos decorativos hechos en madera por la microempresa “**DECOR ARTE**”. Siendo importante el arranque y los primeros años gastar en publicidad, este valor se mantiene por la vida útil del proyecto.

a) Sueldos personal ventas

**CUADRO N° 4.31
SUELDOS PERSONAL VENTAS**

VENTAS	2012	2013	2014	2015	2016
(1) Vendedora-Cajera	321,75	353,47	388,32	426,61	468,68
TOTAL MENSUAL	321,75	353,47	388,32	426,61	468,68
TOTAL ANUAL	3.860,96	4.241,65	4.659,88	5.119,35	5.624,11

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

CÁLCULOS:

Aporte Patronal 12,15% de S.B.U

Fondo de Reserva S.B.U/12
Valor igual al fondo de

Décimo Tercer Sueldo reserva

Décimo Cuarto \$264 es el S.B.U.G * personal total

Vacaciones S.B.U/24

Variación porcentual 9.86%

Como el personal de ventas forma parte de lo administrativo también se considera que goza de todos los beneficios de ley.

**CUADRO N° 4.32
SUELDO EN ROLES DEL PERSONAL DE VENTAS**

AÑOS / RUBROS	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo Básico Unificado	3.860,96	4.241,65	4.659,88	5.119,35	5.624,11
Aporte Patronal	469,11	515,36	566,18	622,00	683,33
Fondos de Reserva	321,75	353,47	388,32	426,61	468,68
Décimo Tercer Sueldo	321,75	353,47	388,32	426,61	468,68
Décimo Cuarto Sueldo	290,03	318,63	350,04	384,56	422,48
Vacaciones	160,87	176,74	194,16	213,31	234,34
TOTAL ANUAL	5.424,47	5.959,32	6.546,91	7.192,44	7.901,61
TOTAL MENSUAL	452,04	496,61	545,58	599,37	658,47

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

b) Materiales de oficina

**CUADRO N° 4.33
MATERIALES DE OFICINA**

20% PARA VENTAS

RUBROS / AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
Suministros	25,92	27,99	30,23	32,65	35,26
Subtotal	25,92	27,99	30,23	32,65	35,26
Imprevistos 3%	0,78	0,84	0,91	0,98	1,06
MAT DE OFICINA ANUAL	26,70	28,83	31,14	33,63	36,32

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

c) Servicios básicos de ventas

Como en las anteriores áreas se consideró un determinado porcentaje, también se lo hizo en esta lo cual representa que se gastara un 15% en luz, 40% en agua y un 20% en teléfono:

**CUADRO N° 4.34
SERVICIOS BÁSICOS DE VENTAS**

15% DE LUZ PARA VENTAS, 40% DE AGUA Y 20% TELEFONO

RUBROS / AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
Energía Eléctrica	97,20	104,98	113,37	122,44	132,24
Agua Potable	155,52	167,96	181,40	195,91	211,58
Teléfono	64,80	69,98	75,58	81,63	88,16
Subtotal	317,52	342,92	370,36	399,98	431,98
Imprevistos 3%	9,53	10,29	11,11	12,00	12,96
SERV. BÁSICOS ANUAL	327,05	353,21	381,47	411,98	444,94

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

d) Arriendo local de ventas

**CUADRO N° 4.35
ARRIENDO LOCAL VENTAS**

RUBRO	m²	VALOR DEL m2	TOTAL
Almacén	60	15,00	900,00
Bodega de producto terminado	60	15,00	900,00
Patio	174	15,00	2.610,00
TOTAL			4.410,00

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

e) Publicidad

La publicidad es de suma importancia en la microempresa debido a que mediante esto se podrá captar gran cantidad de consumidores mediante radio, prensa, televisión, etc.

**CUADRO N° 4.36
GASTO PUBLICIDAD**

RUBROS / AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
Gasto Publicidad	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

f) Depreciación activos fijos de ventas

**CUADRO N° 4.37
DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	VALOR	% DEPREC.	DEPREC. ANUAL
Muebles y Enseres de Ventas	2.151,00	10%	215,10
Equipo de Oficina de Ventas	71,25	10%	7,13
Equipo de Computación de Ventas	856,00	33%	285,33
TOTAL	3.078,25		507,56

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

Se considera que en el 4º año la microempresa deberá adquirir nuevos equipos de computación.

g) Adecuación instalaciones (obra civil)

**CUADRO Nº 4.38
ADECUACIÓN INSTALACIONES**

ÁREA	DETALLE	Nº	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
VENTAS	Almacén	1	550,00	550,00
	Bodega de producto terminado	1	350,00	350,00
	Patio de exhibición de trabajo	1	3.000,00	3.000,00
			Subtotal	3.900,00
			Imprevistos	117,00
			TOTAL	4.017,00
				803,40

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

4.6.2.3. Gastos Financieros (Amortización del préstamo)

Llamadas también cargas financieras. Son pagos (intereses y comisiones) que se realizan a instituciones bancarias y financieras.

Para la ejecución del proyecto se realizará un crédito de \$22.439,97 dólares, en el banco de fomento el mismo que brinda préstamos con tasas de interés bajas.

El financiamiento será a un plazo de 3 años, con una tasa de interés del 11%. La tabla de amortización detalla los intereses que se cancelarán.

Capital	22.529,31
Banco	FOMENTO
Plazo	3 años
Tasa de interés	11%

CUADRO N° 4.39
TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

No.	VALOR PRESENTE	INTERES (0,009)	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO	PAGO DE CAPITAL	INTERES AL AÑO	SALDO SOLUTO
0	0,00	0,00	0,00	22.529,31			
1	737,58	206,52	531,06	21.998,25			
2	737,58	201,65	535,93	21.462,32			
3	737,58	196,74	540,84	20.921,47			
4	737,58	191,78	545,80	20.375,67			
5	737,58	186,78	550,80	19.824,87			
6	737,58	181,73	555,85	19.269,02			
7	737,58	176,63	560,95	18.708,07			
8	737,58	171,49	566,09	18.141,98			
9	737,58	166,30	571,28	17.570,70			
10	737,58	161,06	576,52	16.994,18			
11	737,58	155,78	581,80	16.412,38			
12	737,58	150,45	587,13	15.825,25	8.850,97	2.146,91	6.704,06
13	737,58	145,06	592,52	15.232,73			
14	737,58	139,63	597,95	14.634,79			
15	737,58	134,15	603,43	14.031,36			
16	737,58	128,62	608,96	13.422,40			
17	737,58	123,04	614,54	12.807,86			
18	737,58	117,41	620,18	12.187,68			
19	737,58	111,72	625,86	11.561,82			
20	737,58	105,98	631,60	10.930,22			
21	737,58	100,19	637,39	10.292,84			
22	737,58	94,35	643,23	9.649,61			
23	737,58	88,45	649,13	9.000,48			
24	737,58	82,50	655,08	8.345,40	8.850,97	1.371,12	7.479,85
25	737,58	76,50	661,08	7.684,32			
26	737,58	70,44	667,14	7.017,18			
27	737,58	64,32	673,26	6.343,93			
28	737,58	58,15	679,43	5.664,50			
29	737,58	51,92	685,66	4.978,84			
30	737,58	45,64	691,94	4.286,90			
31	737,58	39,30	698,28	3.588,62			
32	737,58	32,90	704,68	2.883,93			
33	737,58	26,44	711,14	2.172,79			
34	737,58	19,92	717,66	1.455,12			
35	737,58	13,34	724,24	730,88			
36	737,58	6,70	730,88	0,00	8.850,97	505,56	8.345,40
	5.900,65	23.567,31	81.749,34		105.317,00	4.023,60	22529,31

4.7. AMORTIZACIONES

Los activos intangibles están sujetos a amortización, cuyo cálculo del valor amortizado tiene como base la vida útil del activo, es decir, este valor se obtiene dividiendo el costo para el número de años de vida útil. En este caso para 5 años, o sea el 20% cada año.

4.7.1. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

CUADRO N° 4.40
AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN

RUBRO / AÑO	2012	2013	2014	2015	2016
1100,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

4.7.2. GASTO ADECUACIÓN INSTALACIONES (OBRA CIVIL)

CUADRO N° 4.41
AMORTIZACIÓN GASTO ADECUACIÓN INSTALACIONES

RUBRO	VALOR DE LA ADECUACIÓN POR CADA DEP.	2012	2013	2014	2015	2016
Adecuación Inst. Producción	3.821,30	764,26	764,26	764,26	764,26	764,26
Adecuación Inst. Administración	1.140,73	228,15	228,15	228,15	228,15	228,15
Adecuación Inst. Ventas	4.017,00	803,40	803,40	803,40	803,40	803,40
TOTAL	8.979,03	1.795,81	1.795,81	1.795,81	1.795,81	1.795,81

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

4.8. RESUMEN DE EGRESOS PROYECTADOS

CUADRO N° 4.42
RESUMEN DE EGRESOS PROYECTADOS

RUBROS / AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
Costo de Producción	85.851,74	92.007,57	98.643,73	105.799,16	113.516,09
Gasto Administrativo	12.233,78	13.377,81	14.633,58	16.012,00	17.525,09
Gasto de Ventas	11.388,21	11.951,36	12.569,52	13.248,05	13.992,87
Gasto Financiero	2.146,91	1.371,12	505,56		
Gasto Depreciación	1.980,89	1.980,89	1.980,89	1.112,89	1.112,89

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

En este capítulo se proyectarán cifras de ingresos y ventas. Consolidados en estados financieros proforma; información que sirve para medir la rentabilidad del proyecto a través de la aplicación de diferentes herramientas financieras como: el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el Costo Beneficio y el Período de Recuperación. Además, respaldan y sustentan los criterios de decisión de la inversión.

5.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS

En este presupuesto se reflejan todos los ingresos que percibirá la microempresa por la venta de artículos decorativos hechos en madera.

5.1.1. PROYECCIÓN DE VENTAS

Para establecer la cantidad de ventas, se utiliza la información referente a las proyecciones de la población en los 5 años anteriores de la ciudad de Ibarra. Para la realización del proceso se calcula la tasa de crecimiento anual de año en año, luego se suma y se obtiene un promedio, el mismo que sirve para realizar las proyecciones en este caso es del 3,20% anual.

CUADRO Nº 5.1
PRODUCCIÓN MENSUAL Y ANUAL

ARTICULOS	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Jarrones	120	124	128	132	136	140
Costumbres	100	103	107	110	113	117
Imágenes	18	19	19	20	20	21
Floreros	146	151	156	160	166	171
Figuras precolombinas	40	41	43	44	45	47
Figuras arte moderno	8	8	9	9	9	9
Apliques	180	186	192	198	204	211
TOTAL MENSUAL	612	632	652	673	694	717
TOTAL ANUAL	7.344	7.579	7.822	8.073	8.331	8.598

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

La cantidad de artículos a producir tiene que ver con el 15,05% de captación de la demanda insatisfecha y los precios de venta son de acuerdo a los precios normales del mercado para el primer año y para los próximos se realizó las proyecciones de acuerdo a la inflación.

5.1.2. PROYECCIÓN DE PRECIOS

En el siguiente cuadro se puede observar el cálculo del precio de venta de los diferentes tipos de artículos decorativos hechos en madera:

CUADRO Nº 5.2
CÁLCULO DEL PRECIO DE VENTA DE ACUERDO AL MERCADO

ARTICULO	P.V.M. AÑO (2011)	AÑO (2012)	AÑO (2013)	AÑO (2014)	AÑO (2015)	AÑO (2016)
Jarrones	20,67	21,35	22,07	22,80	23,56	24,34
Costumbres	28,93	29,90	30,89	31,92	32,98	34,08
Imágenes	103,33	106,77	110,33	114,00	117,80	121,72
Floreros	10,33	10,68	11,03	11,40	11,78	12,17
Figuras precolombinas	25,83	26,69	27,58	28,50	29,45	30,43
Figuras de arte moderno	82,66	85,42	88,26	91,20	94,24	97,38
Apliques	5,17	5,34	5,52	5,70	5,89	6,09

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: La Autora

Según el Banco Central del Ecuador se considera un incremento sobre los precios de acuerdo a la inflación que fue establecida a diciembre del 2010 en un 3,33%.

5.1.3. INGRESOS PROYECTADOS

Luego de haber determinado el precio de venta correspondiente a cada uno de los artículos, se proyectó los ingresos que se percibirán en el lapso de 5 años.

CUADRO Nº 5.3
INGRESOS PROYECTADOS

ARTICULO	AÑO (2011)	AÑO (2012)	AÑO (2013)	AÑO (2014)	AÑO (2015)	AÑO (2016)
Jarrones	2.479,92	2.644,59	2.820,19	3.007,45	3.207,15	3.420,10
Costumbres	2.893,24	3.085,35	3.290,22	3.508,69	3.741,67	3.990,12
Imágenes	1.859,94	1.983,44	2.115,14	2.255,59	2.405,36	2.565,08
Floreros	1.508,62	1.608,79	1.715,62	1.829,53	1.951,01	2.080,56
Figuras precolombinas	1.033,30	1.101,91	1.175,08	1.253,10	1.336,31	1.425,04
Figuras de arte moderno	661,31	705,22	752,05	801,99	855,24	912,03
Apliques	929,97	991,72	1.057,57	1.127,79	1.202,68	1.282,54
TOTAL MENSUAL	11.366,30	12.121,03	12.925,87	13.784,15	14.699,42	15.675,47
TOTAL ANUAL	136.395,60	145.452,32	155.110,42	165.409,81	176.393,09	188.105,67

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: La Autora

5.2. ESTADOS FINANCIEROS

5.2.1. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO (ESTADO DE RESULTADOS)

El Estado de Pérdidas y Ganancias, detalla los ingresos y egresos que tendrá el proyecto en cada uno de los años de vida útil. Estos datos arrojaron un resultado positivo en los cinco años; lo cual, es conveniente implantar el proyecto propuesto.

CUADRO Nº 5.4

ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS PROYECTADAS	145.452,32	155.110,42	165.409,81	176.393,09	188.105,67
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	85.851,74	92.007,57	98.643,73	105.799,16	113.516,09
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	59.600,58	63.102,85	66.766,08	70.593,93	74.589,58
(-) GASTOS OPERACIONALES					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	12.233,78	13.377,81	14.633,58	16.012,00	17.525,09
SUELDOS Y SALARIOS	11.017,94	12.104,31	13.297,79	14.608,96	16.049,40
SUMINISTROS OFICINA	106,79	115,33	124,56	134,53	145,29
SERVICIOS BÁSICOS	614,04	663,17	716,22	773,52	835,40
ARRIENDO OFIC. DE ADM.	495,00	495,00	495,00	495,00	495,00
GASTOS DE VENTAS	11.388,21	11.951,36	12.569,52	13.248,05	13.992,87
SUELDOS Y SALARIOS	5.424,47	5.959,32	6.546,91	7.192,44	7.901,61
SUMINISTROS OFICINA	26,70	28,83	31,14	33,63	36,32
SERVICIOS BÁSICOS	327,05	353,21	381,47	411,98	444,94
ARRIENDO LOCAL DE VTAS.	4.410,00	4.410,00	4.410,00	4.410,00	4.410,00
PUBLICIDAD	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
(-) GASTOS FINANCIEROS	2.146,91	1.371,12	505,56	0	0
UTILIDAD OPERACIONAL PROY.	33.831,68	36.402,55	39.057,43	41.333,88	43.071,62
(-) Gastos Diferidos	2.015,81	2.015,81	2.015,81	2.015,81	2.015,81
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00
GASTO ADEC. INST. (OBRA CIVIL)	1.795,81	1.795,81	1.795,81	1.795,81	1.795,81
(-) Depreciación	1.980,89	1.980,89	1.980,89	1.112,89	1.112,89
(=) UTILIDAD A.P.E. y IMP. RTA.	29.834,99	32.405,85	35.060,73	38.205,18	39.942,92
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRAB.	4.475,25	4.860,88	5.259,11	5.730,78	5.991,44
(=) UTILID. ANTES DE IMP. RTA	25.359,74	27.544,98	29.801,62	32.474,41	33.951,48
(-) IMPUESTO A LA RENTA	1.831,96	2.159,75	2.498,24	2.899,16	3.120,72
(=) UTILIDAD NETA PROYECTA	23.527,78	25.385,23	27.303,38	29.575,25	30.830,76

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

5.2.2. ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADO (BALANCE GENERAL)

El Estado Financiero de Situación General se elabora al iniciar las operaciones de la empresa, es la presentación ordenada de los valores, registrando con lo que se cuenta para comenzar las actividades y su normal funcionamiento.

El siguiente balance presenta la situación inicial que tendrá el proyecto, en los cinco primeros años.

CUADRO Nº 5.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS PARA DETERMINAR EL SALDO EN BANCOS DEL B. G.

DETALLE	AÑO 1 (2012)	AÑO 2 (2013)	AÑO 3 (2014)	AÑO 4 (2015)	AÑO 5 (2016)
INGRESOS					
Venta de Jarrones	31.735,05	33.842,27	36.089,41	38.485,77	41.041,24
Venta de Costumbres	37.024,23	39.482,65	42.104,32	44.900,06	47.881,44
Venta de Imágenes	23.801,29	25.381,70	27.067,06	28.864,32	30.780,93
Venta de Floreros	19.305,49	20.587,38	21.954,39	23.412,17	24.966,75
Venta de Figuras Prec.	13.222,94	14.100,95	15.037,26	16.035,74	17.100,52
Venta de Arte Moderno	8.462,68	9.024,61	9.623,84	10.262,87	10.944,33
Venta de Apliques	11.900,64	12.690,85	13.533,53	14.432,16	15.390,46
Inversión	32.184,73				
TOTAL DE INGRESOS	177.637,05	155.110,42	165.409,81	176.393,09	188.105,67
EGRESOS					
Gastos de producción	66.023,72	71.128,60	76.643,53	82.602,75	89.043,44
Gastos Indirect. De Prod.	19.828,03	20.878,97	22.000,20	23.196,41	24.472,65
Gastos Administrativos	12.233,78	13.377,81	14.633,58	16.012,00	17.525,09
Gastos de Ventas	11.388,21	11.951,36	12.569,52	13.248,05	13.992,87
Gastos Financieros	2.146,91	1.371,12	505,56		
Gasto Adecuación inst.	8.979,03				
Amortización de la deuda	6.704,06	7.479,85	8.345,40		
Gastos de Inversión	13.732,89				
Gastos de Constitución	1.100,00				
Pago 15% Utilid. Trab.		4.475,25	4.860,88	5.259,11	5.730,78
Pago Impuesto a la Renta		1.831,96	2.159,75	2.498,24	2.899,16
TOTAL DE EGRESOS	142.136,61	132.494,93	141.718,42	142.816,57	153.663,99
UTILID. O PERDIDA PROY	35.500,44	22.615,49	23.691,40	33.576,53	34.441,68

Comp. Saldo bancos	35.500,44	35.500,44	58.115,93	81.807,33	115.383,85
		22.615,49	23.691,40	33.576,53	34.441,68
		58.115,93	81.807,33	115.383,85	149.825,53

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 5.6
ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADO

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES	32.184,73	35.500,44	58.115,93	81.807,33	115.383,85	149.825,53
Bancos	32.184,73	35.500,44	58.115,93	81.807,33	115.383,85	149.825,53
ACTIVOS FIJOS		13.732,89	13.732,89	13.732,89	11.128,89	11.128,89
Muebles y enseres		4.001,50	4.001,50	4.001,50	4.001,50	4.001,50
(-) Depreciación Muebles y Enseres		400,15	800,30	1.200,45	1.600,60	2.000,75
Herramientas y equipos		6.780,39	6.780,39	6.780,39	6.780,39	6.780,39
(-) Depreciación Herramientas y Equipos		678,04	1.356,08	2.034,12	2.712,16	3.390,20
Equipo de oficina		347,00	347,00	347,00	347,00	347,00
(-) Depreciación Equipo de Oficina		34,70	69,40	104,10	138,80	173,50
Equipo Informático		2.604,00	2.604,00	2.604,00		
(-) Depreciación Equipo Informático		868,00	1.736,00	2.604,00		
ACTIVO DIFERIDO		8.063,22	6.047,42	4.031,61	2.015,81	
Gastos de Constitución		880,00	660,00	440,00	220,00	
(-) Amortización Acum. Gastos Constit.						
Adecuación Instal. (Obra Civil)		7.183,22	5.387,42	3.591,61	1.795,81	
(-) Amort. Acum. Adec. (Obra Civil)						
TOTAL DE ACTIVOS	32.184,73	57.296,55	77.896,23	99.571,83	128.528,55	160.954,42
PASIVOS						
Corto Plazo						
C x P 15% Part. Trab.		4.475,25	4.860,88	5.259,11	5.730,78	5.991,44
C x P Impuesto Renta		1.831,96	2.159,75	2.498,24	2.899,16	3.120,72
Largo Plazo (total saldo soluto)	22.529,31	15.825,25	8.345,40			
TOTAL PASIVOS	22.529,31	22.132,46	15.366,03	7.757,35	8.629,94	9.112,16
PATRIMONIO						
Capital	9.655,42	9.655,42	9.655,42	9.655,42	9.655,42	9.655,42
Utilidad Ejercicio		23.527,78	25.385,23	27.303,38	29.575,25	30.830,76
Utilidad Acumulada			23.527,78	48.913,01	76.216,39	105.791,64
(-) Dep. Acumulada		1.980,89	3.961,78	5.942,67	4.451,56	5.564,45
TOTAL PATRIMONIO	9.655,42	35.164,09	62.530,21	91.814,47	119.898,61	151.842,26
TOTAL Ps + Pt.	32.184,73	57.296,55	77.896,23	99.571,83	128.528,55	160.954,42

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

5.2.3. FLUJO DE CAJA PROYECTADO (EVALUACIÓN FINANCIERA)

El flujo de caja refleja las entradas y salidas de efectivo, derivada de los ingresos y egresos proyectados que el proyecto genere. Constituye el circulante que tiene la empresa para seguir operando. En definitiva, se trata de estimaciones de entrada y salida de efectivo, siendo una referencia importante que nos permite evaluar la liquidez o solvencia en que se encuentra la microempresa.

CUADRO Nº 5.7
FLUJO DE CAJA PROYECTADO EVALUACIÓN FINANCIERA

CONCEPTO	INICIO (0)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		59.600,58	63.102,85	66.766,08	70.593,93	74.589,58
Ventas		145.452,32	155.110,42	165.409,81	176.393,09	188.105,67
(-) Costo de Prod.		85.851,74	92.007,57	98.643,73	105.799,16	113.516,09
EGRESOS	32.184,73	38.780,17	41.200,77	43.811,41	37.889,99	40.630,12
Gastos Pre-operativos						
Inversión	32.184,73					
(-) GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Adm.		12.233,78	13.377,81	14.633,58	16.012,00	17.525,09
Gastos de Ventas		11.388,21	11.951,36	12.569,52	13.248,05	13.992,87
Gastos Financieros (Pago del Capital)		8.850,97	8.850,97	8.850,97		
15% PARTICIP. TRAB.		4.475,25	4.860,88	5.259,11	5.730,78	5.991,44
IMPUESTO A LA RTA.		1.831,96	2.159,75	2.498,24	2.899,16	3.120,72
RECUPERACION (ACTIVOS FIJOS Y C.T)						
Flujo de Caja Neto	-32.184,73	20.820,42	21.902,08	22.954,67	32.703,94	33.959,46
Flujo de Caja Acum.	-32.184,73	-11.364,31	10.537,77	33.492,44	66.196,38	100.155,83

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 5.8
FLUJO DE CAJA PROYECTADO PARA LOS 5 AÑOS

CONCEPTO	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
INGRESOS					
Venta de Jarrones	31.735,05	33.842,27	36.089,41	38.485,77	41.041,24
Venta de Costumbres	37.024,23	39.482,65	42.104,32	44.900,06	47.881,44
Venta de Imágenes	23.801,29	25.381,70	27.067,06	28.864,32	30.780,93
Venta de Floreros	19.305,49	20.587,38	21.954,39	23.412,17	24.966,75
Venta de Figuras Prec.	13.222,94	14.100,95	15.037,26	16.035,74	17.100,52
Venta de Arte Moderno	8.462,68	9.024,61	9.623,84	10.262,87	10.944,33
Venta de Apliques	11.900,64	12.690,85	13.533,53	14.432,16	15.390,46
Saldo Caja Bancos	32.184,73	35.500,44	58.115,93	81.807,33	115.383,85
TOTAL DE INGRESOS	177.637,05	190.610,86	223.525,74	258.200,42	303.489,52
EGRESOS					
Gastos de producción	66.023,72	71.128,60	76.643,53	82.602,75	89.043,44
Gastos indirectos de Prod.	19.828,03	20.878,97	22.000,20	23.196,41	24.472,65
Gastos Administrativos	12.233,78	13.377,81	14.633,58	16.012,00	17.525,09
Gastos de Ventas	11.388,21	11.951,36	12.569,52	13.248,05	13.992,87
Gastos Financieros	2.146,91	1.371,12	505,56		
Gasto adec. Inst.(obra civil)	8.979,03				
Amortización de la deuda	6.704,06	7.479,85	8.345,40		
Gastos de Inversión	13.732,89				
Gastos de Constitución	1.100,00				
Pago 15% Utilidades Trab.		4.475,25	4.860,88	5.259,11	5.730,78
Pago Impuesto a la Renta		1.831,96	2.159,75	2.498,24	2.899,16
TOTAL DE EGRESOS	142.136,61	132.494,93	141.718,42	142.816,57	153.663,99
SUPERAVIT O DEFICIT	35.500,44	58.115,93	81.807,33	115.383,85	149.825,53

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

5.3. EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera es aquella que analiza los beneficios netos que se obtendrán del proyecto en ejecución, que debe estar sustentado teóricamente y que será económicamente rentable, para ello se cuenta con las siguientes técnicas e instrumentos de evaluación:

5.3.1. DETERMINACIÓN DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

Para ello consideramos que la inversión esta diferenciada en inversión propia y financiada, luego se realiza el porcentaje que representa cada uno de los rubros, posteriormente cada uno de estos se le multiplica por las tasas que el mercado financiero paga y cobra de acuerdo a los montos establecidos en la estructura del financiamiento del proyecto. Así tenemos el 5%, que es la tasa promedio que la empresa ganaría si lo coloca en las instituciones financieras del país en la actualidad según el Banco Central del Ecuador. Para la financiada es de 11% esta tasa es lo que el Banco del Fomento está cobrando por los préstamos para proyectos nuevos.

Para determinar la tasa de redescuento se realiza la siguiente operación:

CUADRO Nº 5.9
CÁLCULO DE LA TASA DE REDESCUENTO

DETALLE	Estructura	% de Composición	Tasa de Rendim.	Valor Ponderado
Inversión Propia	9.655,42	30%	5,00%	1,50%
Inversión Financiada	22.529,31	70%	11,00%	7,70%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	32.184,73	100%		9,20%
Dónde:			TRM=	$(1+0,09200)(1+0,0333)-1$
Costo de Oportunidad	9,20%		TRM=	0,1283636
Inflación:	3,33%			12,84%

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORACIÓN: La Autora

Fórmula de cálculo:

$$TRM = (1 + Ck)(1 + Rp) - 1$$

Donde:

Ck Costo de oportunidad

Rp Inflación

5.3.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

En base a los flujos de caja se obtiene el valor presente aplicando la tasa de redescuento del 12.84%. Este indicador genera el criterio de si es o no factible realizar el proyecto. Si el VAN es mayor o igual a cero el proyecto es factible de llevarlo a cabo, caso contrario se rechaza.

VAN > 0 ; VIABLE
VAN = 0 ; INDIFERENTE
VAN < 0 ; NO ES VIABLE

CUADRO Nº 5.10**CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO**

TASA: 0,1284			
AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO (12,84%)	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	-32.184,73		
1	20.820,42	1,12840	18.451,27
2	21.902,08	1,27329	17.201,22
3	22.954,67	1,43678	15.976,51
4	32.703,94	1,62126	20.171,94
5	33.959,46	1,82943	18.562,88
ΣFNA			90.363,82
VAN=<32.184,73>+90.363,82			
VAN=		58.179,09	

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

El Valor Actual Neto es mayor a cero; por lo que, se puede afirmar la rentabilidad del negocio durante los 5 años.

5.3.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Para determinar la TIR de la forma apropiada, se calculará el valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego interpolar.

Fórmula de cálculo de la TIR:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VAN Ti}{VAN Ts + VAN Ti} \right]$$

Donde:

Ti: Tasa inferior

Ts: Tasa superior

VAN Ti: Valor Actual Neto de la Tasa Inferior

VAN Ts: Valor Actual Neto de la Tasa Superior

CUADRO N° 5.11

CÁLCULO DEL VAN CON TASA INFERIOR Y SUPERIOR

1) VAN CON TASA INFERIOR			
AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO (12,84%)	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	-32.184,73		
1	20.820,42	1,12840	18.451,27
2	21.902,08	1,27329	17.201,22
3	22.954,67	1,43678	15.976,51
4	32.703,94	1,62126	20.171,94
5	33.959,46	1,82943	18.562,88
ΣFNA			90.363,82
VAN=<32.184,73>+90.363,82 VAN= 58.179,09			

2) VAN CON TASA SUPERIOR			
AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO (67,00%)	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	-32.184,73		
1	20.820,42	1,67000	12.467,31
2	21.902,08	2,78890	7.853,30
3	22.954,67	4,65746	4.928,58
4	32.703,94	7,77796	4.204,69
5	33.959,46	12,98920	2.614,44
Σ FNA			32.068,33
<p style="text-align: center;">VAN=<32.184,73>+32.068,33</p> <p style="text-align: center;">VAN= -116,40</p>			

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 5.12

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Tasa Inferior	0,1284	12,84%
Tasa Superior	0,6700	67,00%
VAN Tasa Inferior	58.179,09	
VAN Tasa Superior	-116,40	
$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VAN Ti}{VAN Ts + VAN Ti} \right]$		
<p>TIR= 0,6713</p> <p>TIR= 67,13%</p>		

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

La tasa interna de retorna es del 52,28% bastante mayor que la tasa del costo de Oportunidad, confirmando la factibilidad del proyecto.

La TIR es la tasa de interés en donde el Valor Presente Neto de los flujos de los ingresos, con el valor presente de los egresos se iguala a cero.

Entonces sí:

TIR > COSTO DE OPORTUNIDAD; VIABLE
TIR = COSTO DE OPORTUNIDAD , INDIFERENTE
TIR < COSTO DE OPORTUNIDAD; NO VIABLE

5.3.4. ANÁLISIS DE LA RELACIÓN BENEFICIO - COSTO

El análisis del “Beneficio-Costo”, es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de la inversión de un proyecto.

Su objetivo es establecer la forma como se combina los factores disponibles, como: capital, mano de obra, y recursos, de forma más eficiente de brindar servicios, que constituyan un valor complementario.

Este indicador permite medir la bondad del proyecto a través de relacionar sus ventajas y desventajas, por lo tanto, permite amplias posibilidades de aplicación, según el carácter del proyecto y de los objetivos.

Generalmente las ventajas son los ingresos por la entrega de los servicios, y las desventajas son los gastos de dichos servicios. La relación B/C es igual a dividir entre valor actual de los beneficios (VAB) y el valor actual de los costos (VAC); o si detallamos tenemos el siguiente cuadro, donde la relación B/C es igual a la sumatoria de todos los beneficios actualizados a una tasa de descuento (i), dividido para la sumatoria de todos los costos actualizados a la misma tasa de descuento (i).

Fórmula de caculo:

$$B / C = \frac{\sum \langle B \div (1 + i)^n \rangle}{\sum \langle C \div (1 + i)^n \rangle}$$

CUADRO N° 5.13
INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	TASA DE REDESCUENTO (12,84%)	INGRESOS ACTUALIZ.	EGRESOS ACTUALIZ.
1	145.452,32	113.601,53	1,1284	128.905,54	100.678,12
2	155.110,42	120.688,76	1,2732	121.826,80	94.791,35
3	165.409,81	128.333,28	1,4366	115.136,78	89.328,92
4	176.393,09	136.172,11	1,6210	108.814,13	84.002,44
5	188.105,67	146.146,94	1,8291	102.838,69	79.899,56
∑ Ingresos y Egresos Actualizados				577.521,95	448.700,39
<p>Ingresos - Egresos = ∑ Ingresos Actualizados ∑ Egresos Actualizados</p>					
Y-E=		1,29			

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

El 1,29 que resultó de la relación Ingresos y Egreso; quiere decir, que por cada dólar invertido en gastos hay un ingreso de \$ 1,29 o también, que por cada dólar se obtiene un superávit de 0,29 centavos de dólar respecto al gasto.

Relación Costo - Beneficio

Este método refleja el retorno de los ingresos en relación a los egresos, este cálculo se realiza de la siguiente manera:

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{\sum \text{FNE Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

CUADRO N° 5.14
RELACION COSTO - BENEFICIO

C/B	FLUJO NETO DE CAJA
	INVERSION
C/B	90.363,82
	32.184,73
C/B	\$ 2,81

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

El Costo- Beneficio es mayor que uno; por lo tanto, se puede señalar que el proyecto es aceptable, traduciendo este resultado sería, que por cada dólar invertido se recupera \$ 2,81 dólares, durante la vida útil del proyecto, esto es cinco años; o también que por cada dólar invertido se tendrá un superávit o beneficio de 1,81 dólares.

R; B/C > A uno; VIABLE
R; B/C = A 1; INDIFERENTE
R; B/C < A 1; NO VIABLE

5.3.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

De acuerdo al volumen de ventas, se puede establecer el punto de equilibrio, que significa el nivel de producción en el cual no existe ni pérdidas ni ganancias, únicamente se recuperan los costos. En este punto el valor del costo total es igual al valor del ingreso por ventas. A partir del punto de equilibrio, cualquier producción y ventas adicionales le dejarán a la microempresa un nivel de ganancias.

Para calcular el punto de equilibrio se determinará costos fijos y costos variables. Para encontrar el punto de equilibrio en cantidades, se tomará un precio promedio de venta de los artículos decorativos hechos en madera.

CUADRO Nº 5.15
RESUMEN DE C.F. Y C.V.

RUBROS / AÑOS		2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS						
	VENTAS	145.452,32	155.110,42	165.409,81	176.393,09	188.105,67
PRODUCCION						
CV	MPD	43.635,70	46.533,13	49.622,94	52.917,93	56.431,70
CF	(MOD)	22.388,02	24.595,48	27.020,59	29.684,82	32.611,74
(G.G.F.)						
CV	Materiales Ind.	15.272,49	16.286,59	17.368,03	18.521,27	19.751,10
CV	Serv. Bás.de Prod.	460,53	497,38	537,17	580,14	626,55
CF	Arriendo de fabrica	4.095,00	4.095,00	4.095,00	4.095,00	4.095,00
CF	Adecuación Inst. obra civil Prod.	764,26	764,26	764,26	764,26	764,26
CF	Dep. Equipo de Producción	720,98	720,98	720,98	720,98	720,98
ADMINISTRACION						
CF	sueldo personal administrativo	11.017,94	12.104,31	13.297,79	14.608,96	16.049,40
CF	suministros de oficina	106,79	115,33	124,56	134,53	145,29
CV	servicios básicos de administración	614,04	663,17	716,22	773,52	835,40
CF	arriendo oficinas de administración	495,00	495,00	495,00	495,00	495,00
CF	Dep. activos fijos administración	752,35	752,35	752,35	169,68	169,68
CF	adecuación instalaciones obra civil administración	228,15	228,15	228,15	228,15	228,15
VENTAS						
CF	sueldos personal ventas	5.424,47	5.959,32	6.546,91	7.192,44	7.901,61
CF	suministros de oficina	26,70	28,83	31,14	33,63	36,32
CV	servicios básicos ventas	327,05	353,21	381,47	411,98	444,94
CF	arriendo local vtas.	4.410,00	4.410,00	4.410,00	4.410,00	4.410,00
CF	Publicidad	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
CF	Dep. activos fijos de ventas	507,56	507,56	507,56	222,23	222,23
CF	adecuación instalaciones obra civil ventas	803,40	803,40	803,40	803,40	803,40
FINANCIEROS						
CF	intereses al año	2.146,91	1.371,12	505,56		
CF	GASTO DIFERIDO	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 5.16
PROYECCIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO (\$)

COSTOS	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL COSTOS FIJOS	55.307,52	58.371,09	61.723,25	64.983,06	70.073,06
TOTAL COSTOS VARIABLES	60.309,82	64.333,47	68.625,83	73.204,85	78.089,69
COSTO TOTAL	115.617,33	122.704,56	130.349,08	138.187,91	148.162,75
TOTAL VENTAS	145.452,32	155.110,42	165.409,81	176.393,09	188.105,67
PUNTO DE EQUILIBRIO (\$)	94.484,03	99.738,59	105.488,86	111.084,00	119.811,13
PUNTO DE EQUILIBRIO (Q)	2.311	2.361	2.417	2.463	2.571

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 5.17
PROYECCIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO (Q)

ARTICULO	AÑO (2012)	AÑO (2013)	AÑO (2014)	AÑO (2015)	AÑO (2016)
Jarrones	21,35	22,07	22,80	23,56	24,34
Costumbres	29,90	30,89	31,92	32,98	34,08
Imágenes	106,77	110,33	114,00	117,80	121,72
Floreros	10,68	11,03	11,40	11,78	12,17
Figuras precolombinas	26,69	27,58	28,50	29,45	30,43
Figuras de arte moderno	85,42	88,26	91,20	94,24	97,38
Apliques	5,34	5,52	5,70	5,89	6,09
PRECIO PROMEDIO	40,88	42,24	43,65	45,10	46,60

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORACIÓN: La Autora

5.3.6. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El tiempo de recuperación de la inversión es importante conocerlo, es la evaluación financiera que nos permite conocer en qué tiempo se recuperará la inversión del proyecto, para poder tomar la decisión de si se realiza o no dicha inversión.

Para determinar el tiempo de recuperación de la inversión se plantea el siguiente cálculo:

CUADRO Nº 5.18
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	Flujo de Efectivo Actualizado	Flujos Netos Acumulados
1	18.451,27	
2	17.201,22	35.652,49
3	15.976,51	51.629,00
4	20.171,94	71.800,94
5	18.562,88	90.363,82
TOTAL	90.363,82	

CÁLCULO TIEMPO DE RECUPERACION DE LA INVERSION:

Suma flujos netos	90.363,82	5 Años
Total de inversión	32.184,73	X

1,78 AÑOS	
------------------	--

1	AÑO
9	MESES
11	DIAS

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

La inversión inicial que se realizará en la microempresa, se recuperará en 1 año y 9 meses y 11 días, es decir el negocio es económicamente viable debido a que por lo general la inversión de un proyecto se puede recuperar hasta en tres años.

5.4. RESUMEN EVALUADORES FINANCIEROS

El propósito de realizar el resumen de indicadores de evaluación financiera es para tener una perspectiva general de las condiciones de factibilidad del proyecto.

CUADRO N° 5.19
RESUMEN DE EVALUADORES FINANCIEROS

INDICADOR	RESULTADO	CONCLUSIÓN
VAN	58.179,09	Viable
TIR	67,13%	Rentable
C/B	2,81	Viable
Y/G	1,29	Viable
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 94.484,03	
	2.311 Artículos	
PERIODO DE RECUPERACION	1 año, 9 meses y 11 días	Factible

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA

6.1. NOMBRE DE LA MICROEMPRESA

6.1.1 Nombre del taller

“DECOR-ARTE”

Artículos decorativos en madera

6.1.2 Logotipo

GRÁFICO Nº 6.1.
LOGOTIPO



FUENTE: Investigación propia
ELABORACIÓN: La Autora

6.2. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.2.1 Tipo de empresa

Para dar forma legal a la microempresa de elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, se determina que el tipo de microempresa que más se ajusta a los requerimientos y finalidades es una microempresa con calificación artesanal.

6.2.2. Titularidad de la propiedad de la empresa.

La titularidad de la propiedad de la empresa será de Rosa Iguago, autora y propietaria del proyecto.

6.2.3. Horario de Funcionamiento

La presente institución es una microempresa de producción, y considerando que en el sector donde va a estar ubicada, muchas personas y posibles usuarios salen de las oficinas al medio día, espacio que también se aprovechará para la venta, con este antecedente horario de funcionamiento será de 9H00 a 19H00

6.3. BASE FILOSÓFICA Y ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

Considerando que la filosofía institucional hace referencia a la identidad de la microempresa, principios, valores, aspiraciones y prioridades fundamentales necesaria para su funcionamiento y sirven para orientar la administración de la compañía y comprometer a aquellos que deberán tomar decisiones estratégicas en la organización.

6.3.1. MISIÓN

Brindar a la ciudadanía de Ibarra y la provincia artículos de madera de alta calidad, con diseños creativos, con costos accesibles a la ciudadanía, y con un espacio físico de atención al cliente confortable y atractivo para que disfruten de sus compras.

6.3.2. VISIÓN

DECOR-ARTE Artículos decorativos en madera en los próximos cinco se convertirá en una microempresa de alta productividad y rentabilidad, con una gama de creaciones legalmente patentadas, con clientela nacional e internacional, siendo los pioneros de la creatividad en madera.

6.3.3. PRINCIPIOS Y VALORES

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

6.3.4. POLÍTICAS

- a) Cumplir con los pagos correcta y oportunamente de los impuestos determinados por la normativa tributaria vigente.
- b) Brindar un producto de óptima calidad que garantice la satisfacción del cliente.
- c) Utilizar medios publicitarios adecuados para llegar a nuestros clientes de una manera efectiva.
- d) Escuchar las sugerencias de los clientes para mejorar los productos y la atención.
- e) Dar importancia a las necesidades de los empleados.
- f) Mantener reuniones continuas con todos los empleados de nuestra organización para evaluar su desempeño.
- g) Elaborar y actualizar permanentemente una base de datos de proveedores de insumos y de clientes.

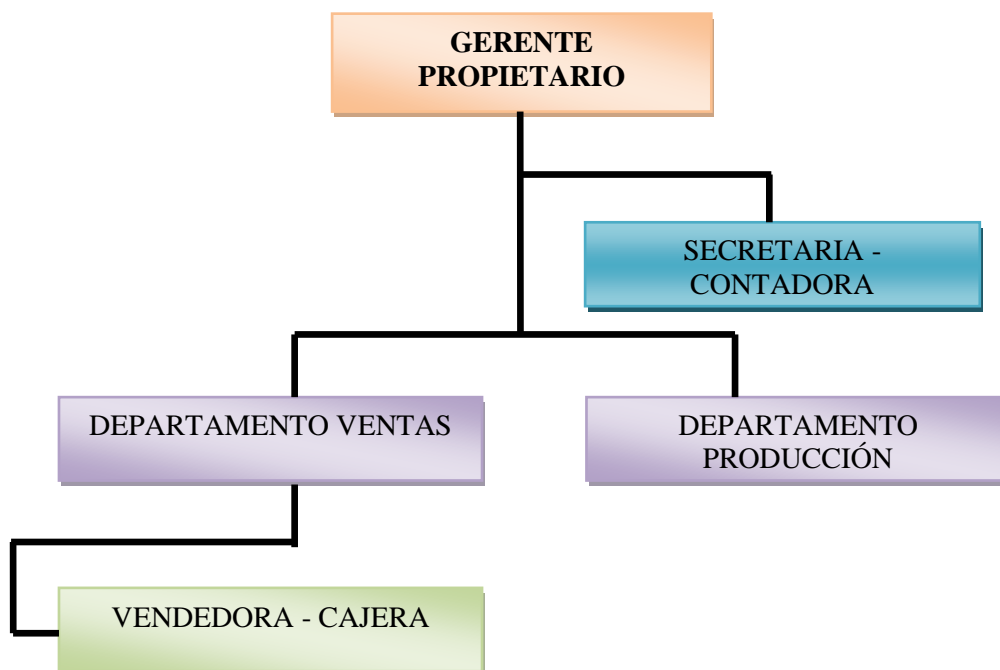
- h) Evaluar los aspectos financieros así como los balances de manera mensual y corregir los posibles problemas de disponibilidad de fondos.
- i) Maximizar el valor de la microempresa posesionándonos cada vez más en el mercado.
- j) Aumentar el valor agregado en nuestros productos, para mantener ventajas competitivas.

6.3.5. OBJETIVOS

- a. Conseguir un número de artículos vendidos al mes.
- b. Establecer niveles de competitividad en la competencia de San Antonio de Ibarra.
- c. Cumplir con las normas y leyes vigentes en el Ecuador, asegurando la confianza de los clientes y otros compromisos a terceros.
- d. Capacitar al personal en el manejo de herramientas, creación de artículos, cuidados laborales, cumplimiento de sus obligaciones y responsabilidades.
- e. Identificar impactos positivos y de riesgos significativos de nuestras operaciones, que nos permita optimizar el desempeño laboral y de seguridad de la organización. Recuperar la inversión en 3 años
- f. Fijar niveles de rentabilidad anual.

6.4. ESTRUCTURA ORGÁNICA

CUADRO N° 6.1
ESTRUCTURA ORGÁNICA



FUENTE: Investigación propia
ELABORACIÓN: La Autora

6.5. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL

a. Nivel Directivo.

- Gerente Propietario.

b. Nivel Auxiliar

- Secretaria-Contadora

c. Nivel Operativo.

- Vendedora-cajera
- Trabajadores

6.5.1 FUNCIONES NIVEL DIRECTIVO

6.5.1.1 Gerente propietario

El Gerente- Propietario es el representante legal de la compañía en todos los actos judiciales y extrajudiciales, gozará de las facultades constantes en la ley en todos los asuntos relacionados con el giro de la microempresa.

Funciones:

- a)** Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la microempresa.
- b)** Comunicar a los empleados de los objetivos y valores de la microempresa.
- c)** Manejar efectivamente los recursos.
- d)** Hacer cumplir con todas las disposiciones legales y tributarias a las que esté sujeta la microempresa.
- e)** Diseñar las estrategias de comercialización y marketing
- f)** Analizar los respectivos Estados Financieros.
- g)** Responsable de verificación y retroalimentación de mercaderías bajo stock mínimo.

6.5.2. FUNCIONES NIVEL AUXILIAR

6.5.2.1 Secretaria-contadora

Funciones:

- a)** Redactar y programar reuniones.
- b)** Mantener archivos de la Gerencia y de la organización de toda la microempresa.
- c)** Establecer calendarios de pagos a proveedores y empleados.
- d)** Realizar cuadros de caja diarios.
- e)** Realizar mensualmente las declaraciones y mantener al día las obligaciones con el IESS y el SRI.
- f)** Presentar los respectivos Estados Financieros

Perfil:

- a) Criterio y ética profesional.
- b) Tener iniciativa.
- c) Personalidad cortés, carácter discreto y responsable.
- d) Tener conocimientos contables y por lo menos 2 años de experiencia en el área.

6.5.3. FUNCIONES NIVEL OPERATIVO

6.5.3.1. Vendedora-cajera

Funciones:

- a. Vender en el almacén.
- b. Realizar la recepción de los clientes bajo altos parámetros de cordialidad y amabilidad en la atención.
- c. Facturar en el sistema contable y de facturación los productos requeridos por los clientes.
- d. Son responsables de la limpieza, aseo y orden de las áreas asignadas en el almacén.
- e. Responsables de verificación y retroalimentación de mercaderías bajo stock mínimo.
- f. Responsables de la seguridad interna y externa del almacén.

Perfil:

- a) Responsabilidad de su trabajo.
- b) Criterio y ética profesional, personalidad cortés y amable
- c) Buena presencia
- d) Tener conocimientos en ventas y por lo menos 2 años de experiencia en el área

6.5.3.2. Trabajadores

Funciones:

- a) Elaborar productos decorativos en madera (desbastado, tallado, terminado)

- b) Organizar el trabajo diario
- c) Diseñar los modelos y plantillas para el trabajo
- d) Controlar la calidad de la materia prima
- e) Verificar el buen funcionamiento de los equipos, maquinaria y herramienta.
- f) Crear modelos bajo plantillas
- g) Criticar positivamente los modelos, para hacer cambios o reajustes en los artículos
- h) Aplicar sus conocimientos de arte del tallado y modelado
- i) Optimizar la materia prima.
- j) Tener alta calidad en el terminado.

Perfil:

- a) Responsabilidad de su trabajo con personalidad cortés y buen carácter, ético honrado.
- b) Capacidad de trabajo.
- c) Establecer y mantener excelentes relaciones con los demás empleados.
- d) Saber todo acerca del tallado en madera.
- e) Tener experiencia como mínimo 3 años.

6.6. REQUISITOS LEGALES PARA SU FUNCIONAMIENTO

6.6.1 Calificación artesanal

El maestro propietario del taller debe cumplir con:

- Actividad exclusivamente artesanal
- Título de Maestro de taller
- El capital de trabajo no debe ser igual al 25% del capital de la pequeña industrial (87.500,00) para este año
- Número de operaciones no mayor a 15
- Número de aprendices no mayor a 5
- Local adecuado con servicios básicos
- Herramientas y materia prima

Los beneficios de la calificación artesanal es:

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

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

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

- **Laborales**
 - o Exonerado de pagar: Décimo tercero, décimo cuarto, utilidades, fondos de reserva.

6.6.2 Registrar la microempresa en el SRI

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

6.6.3 Permiso de funcionamiento (Patente Municipal)

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

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

6.6.4 Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

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

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

6.7. REGLAMENTACIÓN PARA EL FUNCIONAMIENTO Y SEGURIDAD DEL TALLER DE ARTÍCULOS DECORATIVOS EN MADERA

6.7.1 Reconocimiento de Riesgos en El Trabajo

Cuando se trabaja en un taller donde se elabora artículos decorativos en madera siempre se está expuesto a que existan condiciones sub estándar debido a instalaciones defectuosas y que el personal que allí trabaja pueda cometer acciones equivocadas, las que pueden ocasionar daños a las personas, las que se deben evitar para que no se produzcan accidentes.

Las condiciones sub estándar de riesgo donde debemos tener cuidado

- Instalaciones eléctricas en buen estado
- Herramientas o equipos deben estar en buen estado
- Ambiente de trabajo adecuado (con aireación, luminosidad, etc.)
- Con elementos de protección

6.7.2 Normas de seguridad:

1.- Los locales de trabajo deberán tener salidas que por su construcción, número y, situación que posibiliten el abandono de los locales en caso de peligro.

2.- Las salidas de urgencia habrán de estar caracterizadas como tales claramente y en forma duradera. Estas deberán dar al exterior o a una zona segura por camino más corto posible.

6.7.3 Normas de salud social:

1. No se permite fumar en zonas de trabajo en las que puedan encender la viruta, madera y otros.

2. Estas zonas de trabajo se indicarán mediante el correspondiente letrero de prohibición de fumar.

6.7.4 Extintores y dispositivos de extinción de incendios.

Normas de seguridad, disposiciones legales:

1. Se dispondrá y mantendrán utilizables extintores apropiados en lugares fácilmente accesibles y muy visibles.

2. Para apagar ropas que estén ardiendo se tendrán preparadas mantas extintoras y otros dispositivos de extinción apropiados, como por ejemplo aspersores.

6.7.5 Fosos de trabajo e instalaciones subterráneas.

Normas de seguridad, en las bodegas:

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

6.7.6 Normas de seguridad, disposiciones legales:

1. Las instalaciones eléctricas y los medios de servicio han de responder a las prescripciones legales y además a las disposiciones de las empresas locales de suministro de electricidad.
2. En los espacios separados para realizar trabajo con maquinarias y equipos, con líquidos especiales para el terminado.
3. Serán necesarias instalaciones eléctricas protegidas contra riesgos de explosión.

6.7.7 Normas de seguridad, disposiciones legales:

1. Debe existir un sistema de ventilación forzada con el cual el volumen de aire renovado por hora sea como mínimo el triple del volumen del foso o instalación subterránea respectiva.
2. Cuando están presentes polvillo por la ligada de productos o vapores tóxicos o perjudiciales para la salud de los materiales del terminado, el cambio de aire será $n=6$ volúmenes/ hora.
3. En el caso de ventilación forzada, las aberturas de aspiración deberán encontrarse en el techo.
4. Los dispositivos deberán ponerse en marcha antes de entrar al foso de trabajo.

6.7.8 Evacuación de polvillo.

Normas de seguridad, disposiciones legales:

1. El polvillo perjudicial para los pulmones, o tóxicos o perjudiciales para la salud, deberán evacuarse de los locales de trabajo.
2. Cuando se pongan en marcha motores de combustión interna en los locales de trabajo, deberán conducirse al exterior los gases de escape.

6.7.9 Derrames y fugas de líquidos para el terminado del producto.

Normas de seguridad, disposiciones legales:

1. Si existe el peligro de que durante el trabajo se derramen líquidos combustibles (gasolina, ceras), deberán retirarse antes de comenzar el trabajo todas las fuentes de ignición que pueden inflamar los vapores combustibles.
2. Los líquidos combustibles derramados han de recogerse inmediatamente y retirarse de los recipientes de trabajo.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS.

El desarrollo del presente capítulo es de gran importancia, puesto que es necesario realizar un análisis minucioso de los principales impactos que generará la puesta en marcha de la MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DECORATIVOS HECHOS EN MADERA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

Para el análisis de los impactos del proyecto se hará uso de una matriz; con la cual, se asignará una calificación a cada impacto.

Para cada impacto se utilizará una matriz de análisis, en la cual, el eje horizontal estará representando los niveles de impacto y en el eje vertical determinaremos una serie de indicadores trascendentales y relevantes.

CUADRO Nº 7.1
NIVELACIÓN DE IMPACTOS

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

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

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

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

Para su operatividad se dará valores a los elementos de cada aspecto a analizar y así determinar el impacto sobre el aspecto general de análisis. Este consiste en justificar las razones, causas y circunstancias del por qué se origina cada uno de los indicadores.

Luego de asignar valores dentro de estos rangos a cada elemento del aspecto general de análisis se suman, el valor que se obtiene de la sumatoria se lo divide para el número de elementos sometidos a juicio, teniendo de esta manera el impacto que la ejecución del proyecto dejará sobre el aspecto y sus elementos de análisis.

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

CUADRO N° 7.2
VALORACIÓN DE IMPACTOS

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

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

7.2 DESARROLLO DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.2.1 IMPACTO SOCIAL

Determina la influencia que tendrá la implantación del proyecto sobre la sociedad Ibarreña.

CUADRO N° 7.3

IMPACTO SOCIAL

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

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

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

De acuerdo al número de indicadores

El proyecto tiene un alto impacto socio económico positivo.

- **Calidad de vida:** Se ve reflejada por medio de la estabilidad del propietario como de los trabajadores, manifestado a través con el desarrollo de la institución y prestación de mejoras en los productos para los clientes.
- **Seguridad Familiar:** Los trabajadores tendrán seguridad tanto en la estabilidad laboral como los aportes al IESS, según corresponda.
- **Bienestar Comunitario:** Como es indispensable el bienestar comunitario dependerá del desarrollo institucional por lo que, las personas que se encuentren vinculadas con la microempresa gozarán de un mejoramiento económico, y social de cada una de las familias que se encuentren ligadas a la organización.

7.2.2 IMPACTO ECONÓMICO

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

CUADRO N° 7.4
IMPACTO ECONÓMICO

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

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

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

El presente proyecto es de un buen impacto económico.

- **Oferta de Empleo:** Con la creación de la microempresa, la asignación de puestos de trabajo serán factibles, la creación de nuevas fuentes de empleo serán posibles gracias a la ampliación, y expansión de la institución, aplicando nuevos modelos de organización, de tal manera que su desarrollo se verá enfocado de acuerdo al crecimiento.
- **Demanda de Mano de Obra:** para el personal que labora dentro de la organización se debe tomar en cuenta aspectos importantes como la demanda de la mano de obra para la aplicación de puestos, cada una de las designaciones se verán de acuerdo a las necesidades que la institución requiera con el fin de aplicar circunstancias o hechos que requieran atención a los clientes.

- **Efecto Multiplicador:** Los efectos a los cuales la institución estaría por ejercer con relación a la calidad de competencia, de servicio se vería enfocado al efecto multiplicador de tal manera que las nuevas inversiones tienen lo que se denomina un efecto multiplicador.
- **Estabilidad económica de la región:** Con la creación de la microempresa y con la aplicación de propuestas internas, se obtendrán mejores beneficios para la comunidad..
- **Estabilidad económica familiar:** Tendrían que ser procuradas por el aumento del gasto público o la reducción de las cargas impositivas, actuaciones que deberían actuar como agentes compensadores de inversiones privadas insuficientes, siempre que se produjeran éstas.

De tal manera que la estabilidad económica de la familia se vería reflejada por la capacidad de trabajo que tendría para obtener mejores beneficios para una mejora en la calidad de vida.

7.2.3 IMPACTO COMERCIAL

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

CUADRO N° 7.5.
IMPACTO COMERCIAL

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

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 9/3 = 3

El presente proyecto tiene un buen impacto empresarial.

- **Publicidad y marketing:** El estudio de factibilidad permite definir estrategias de publicidad y marketing que se adaptan al estilo del Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.
- **Imagen Institucional.-** Es estudio busca definir cada detalle de la microempresa donde se visualice la alta imagen corporativa frente al usuario y a la competencia, siempre buscando mejorar los espacios para confort del usuario.
- **Atención al cliente.-** El estudio define políticas institucionales que garanticen una excelente atención al cliente y fundamentalmente la busque de brindar un buen servicio para que el usuario que satisfecho. Con el producto y el servicio.

7.2.4 IMPACTO EMPRESARIAL

Describe los factores que determinan el manejo de una empresa.

**CUADRO N° 7.6.
IMPACTO EMPRESARIAL**

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

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 19/7 2.7

El presente proyecto tiene un buen impacto empresarial.

- **Estilo de gestión:** El estudio de factibilidad permite que varias ramas comerciales se adaptaran a los distintos contextos y pudieran funcionar más fácil y eficientemente, de este modo se a los gerentes a formar parte de estilos de gestión para cada uno de ellos; la búsqueda de una calidad de vida eficiente y competente, la atención de nuevas técnicas de producción, tanto para la organización como para las personas involucradas nacerá sin lugar a duda de estrategias competitivas, que coadyuven a su desarrollo económico.
- **Gerencia:** El gerente para poder lograr sus objetivos debe saber cómo usar las diferentes formas del poder para influir en la conducta de sus seguidores, en distintas formas, sin olvidar que es lo que se quiere lograr y hacia dónde va. Podemos considerar un efecto totalmente necesario la aplicación del manual como herramienta de ayuda para su desenvolvimiento organizacional.
- **Manejo de recursos:** En cada caso el manejo de recursos es una de las prioridades, puesto que la gerencia debe adoptar medidas enfocadas en recurso humano, económico, y tecnológico, cada institución debe tener los tres elementos que son de gran peso para obtener mejores rendimientos, cada uno de ellos debe ser analizado y evaluado para mantener un servicio adecuado y sostenido en base al recurso disponible en todas las áreas.
- **Sistemas de información:** Deben poseer canales de comunicación, mismos que tienen que ser escritos, para tener una mayor confiabilidad de las decisiones adoptadas frente a cada uno de los niveles, y así tener constancia escrita de cada uno de ellos para llegar a su consecución y cumplimiento.
- **Creatividad:** Las personas y las empresas innovadoras dedican muchos recursos para obtener resultados de sus nuevos diseños, productos, procesos o servicios. la creatividad se ha convertido en

un ingrediente clave para la gestión de las empresas. Los mercados cambian continuamente y se hacen cada vez más exigentes. En consecuencia, las empresas también deben cambiar y mejorar, de manera continua. El tema fundamental hoy día es llevar la creatividad a la empresa, a los procesos y a todos y cada uno de los sectores de la organización.

- **Innovación:** Genéricamente hablando, la innovación tiene que ver con una combinación de aplicaciones, no excluyente, de todo lo que sigue: Imaginación, Creatividad, Ideas, Experiencias Prácticas y Teóricas (transformadas en habilidades, destrezas y pericias), Centros de Investigación y Desarrollo y Centros de Innovación en Negocios y de Transformación Gerencial y Organizacional, entre otras consideraciones. Mediante el proceso de Innovación + Desarrollo las empresas tratan de aportar un valor novedoso a sus productos y servicios, que les dote de ventajas competitivas de cara al cliente y frente a la competencia.
- **Procesos:** De esta manera conocer los sistemas como estructura organizativa, procedimientos, procesos y recursos necesarios para implantar una gestión determinada, como por ejemplo la gestión de la calidad, la gestión del medio ambiente o la gestión de la prevención de riesgos laborales.

7.2.5 IMPACTO EDUCATIVO

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

CUADRO N° 7.7

IMPACTO EDUCATIVO

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Generación de conocimientos							X	3
2	Nuevos aprendizajes							X	3
3	Aplicación práctica o formación profesional							X	3
4	Preservación de valores						X		2
	TOTALES						2	9	11

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 11/4 = 2.75

El proyecto es de un buen impacto educativo.

- **Generación de conocimientos.**

La implementación de estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, permite tener nuevos conocimientos, y compartirlos con otros profesionales, proporcionando a los demás un modelo para poder utilizarlos en otros ámbitos.

- **Nuevos Aprendizajes.**

En la presente investigación se determina un crecimiento en los aprendizajes, y para ello se ha realizado una investigación teórica científica, como también técnica. Es por eso que la búsqueda de nuevos aprendizajes nos lleva a encontrarnos a la vanguardia de la excelencia, mejorando la aplicación de nuevos proyectos en este campo.

- **Aplicación práctica o de formación profesional.**

Es fundamental tomar este aspecto profesional, ya que la preparación de este tipo de proyectos más de carácter económico demanda de mucha práctica y perfeccionamiento en el campo financiero.

- **Preservación de valores.**

La meta de cada institución educativa es buscar la forma de que los estudiantes tengan valores que les lleven a ser individuos adecuadamente formados para una sociedad más justa.

7.2.6 IMPACTO AMBIENTAL

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

CUADRO N° 7.8

IMPACTO AMBIENTAL

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Contaminación del suelo con la generación de basura							X	3
2	Contaminación del agua							X	3
3	Contaminación del aire			-1					-1
4	Contaminación auditiva			-1					-1
	TOTALES			-2				6	4

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 4/4 1

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

El aserrín y viruta que sale todo el tiempo del taller, los vecinos y otras personas compran para poner de abono en los terrenos, porque este se convierte en uno de los mejores nutrientes para las plantas, por tanto este parámetro es un aspecto positivo.

- **Contaminación del agua.**

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

- **Contaminación del aire.**

El trabajo de tallado si produce polvillo aunque no es mucha cantidad como una carpintería, el polvillo de madera es mínimo, por lo que los empleados deben trabajar con mascarilla, y con respecto al ambiente el daño es mínimo porque existe ventilación interna para expulsar el polvillo hacía arriba con lo cual no se afectaría a las casas vecinas.

- **Contaminación auditiva.**

Este aspecto es en el que más cuidado se debe tener, pero no afectara en un gran porcentaje debido a que la micro empresa en su mayoría realiza un trabajo manual y no necesita mucho de la maquinaria, esta será utilizada en tiempos mínimos para evitar malestar a los habitantes.

7.3 IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

CUADRO 7.9
IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

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

FUENTE: Investigación propia

ELABORACIÓN: La Autora

$$\begin{aligned}\text{Nivel de Impacto General} &= (\sum \text{ Nivel de Impacto} / \text{ No. de indicadores}) \\ &= 16/6 = 2,67 \\ &= \mathbf{3} \quad \text{Impacto Positivo Alto}\end{aligned}$$

De acuerdo a los resultados este proyecto tiene un impacto alto positivo valorado con 3 como promedio en la matriz general, razón por la cual es de gran importancia la puesta en marcha del “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DECORATIVOS HECHOS EN MADERA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de haber diseñado el Estudio de Factibilidad para la creación de la microempresa de elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, se puede afirmar que se han alcanzado todos los objetivos propuestos. A continuación se exponen los principales logros y hallazgos investigativos en las siguientes conclusiones:

CONCLUSIONES:

- La ciudad de Ibarra no cuenta con una identidad comercial que le caracterice, por lo que en ella encuentra todo tipo de comercio, artesanía, aun que no en cantidad grandes pero si para satisfacer al turista nacional y extranjero que visita la misma.
- San Antonio de Ibarra pese a estar muy cerca de Ibarra y tener una variedades de artículo decorativos en madera no es una competencia porque las personas por el tiempo, trabajo y economía prefieren quedarse en la ciudad y comprar lo que necesitan.
- La materia prima que es la madera, en ocasiones no es fácil conseguirla, por lo que toca traer de otros lugares incrementándose los costos, aunque existe lugares donde adquirirla; considerando que esta madera para tallado es material suave para ser moldeado y las maderas que se encuentran en el sector generalmente es madera dura.
- En todos los hogares desde los más pudientes hasta los más pobres tienen de alguna manera algún artículo decorativo, y del estudio se define que la población gusta de artículos decorativos en madera para

los hogares, principalmente productos pequeños y asignan una cantidad referencial para ello.

- Se cuenta con recurso humano calificado y con experiencia para este tipo de trabajo, gracias a la cercanía de Ibarra con san Antonio donde se encuentra el Instituto Daniel Reyes que es una institución donde se forman profesionales en artes plástica, lo que es una garantía para la microempresa.
- De acuerdo al estudio económico se pudo establecer que el proyecto es factible de realizarse. La inversión inicial será de \$ 32.057,10; y según los resultados de los indicadores de rentabilidad se obtuvo como Valor Actual Neto (VAN) \$ 36.600,86; Tasa Interna de Retorno (TIR) 50,72%; Relación Costo – Beneficio 2,14; Relación Ingresos-Egresos 1,28; y Punto de Equilibrio \$92.975,32; artículos 2.274 para el primer año; lo que, garantiza la ejecución del proyecto para la creación de la microempresa de elaboración y comercialización de artículos decorativos hechos en madera, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.
- De forma organizativa y estructural de las empresas depende el éxito de las mismas por ello el presente proyecto propone una estructura organizativa de acuerdo a las necesidades de la microempresa, así como se considera todos los requisitos y pago de impuestos necesarios para su ejecución.
- El proyecto es factible de ser implementado porque tiene efectos positivos que beneficiarán a la microempresa, a sus empleados y a la sociedad misma; los riesgos de algún problema ambiental son mínimos y no ponen en peligro al proyecto ni a la población.

RECOMENDACIONES:

La presente propuesta proyecta rentabilidad; por lo que, se recomienda invertir en el presente proyecto, decisión que se respalda en las estimaciones financieras y demás estudios realizados. Para una correcta implementación del proyecto, se recomienda tomar en cuenta lo siguiente:

- Es necesario potencializar comercialmente a la ciudad de Ibarra, por el mismo hecho de que no cuenta con una identidad comercial definida como es Cotacachi con la industria del cuero, Atuntaqui con los textiles, Otavalo con las artesanías, Pimampiro con la agricultura, etc. Es importante entonces tener en Ibarra una muestra de todos los productos, artesanías, manufacturas, tallado y otros, como una representación de la provincia, esto garantizará la visita de los turistas a la ciudad.
- Es fundamental que la microempresa cuente con una variedad de productos y calidades para que los consumidores tengan como escoger y mirar las mejores oportunidades y precios; además es necesario dar al cliente la mejor atención para que decida comprar los productos en esta microempresa y no viajar a San Antonio a conseguirlos.
- Es fundamental hacer contacto con productores de madera para tallado que garanticen permanentemente la materia prima, o buscar espacios en bosques de la localidad madera que podría servir para el tallado y comprar la madera para secarla y así poder trabajarla.
- Es importante aprovechar los gustos de los consumidores para poder elaborar los productos que más les gusten y deseen comprar para sus hogares, el dar al cliente lo que él quiere con una atención

adecuada, esto ayudará a la microempresa a tener clientes seguros que regresarán por más productos.

- Es importante que al recursos humano calificado con que se cuenta este a gusto, contento y más que todo pagado a tiempo, esto garantiza que los empleados trabajen bien, y los productos que realicen los hagan de calidad; además es importante seguir preparando al personal, capacitarle permanentemente para estar actualizado en los conocimientos sobre tallado y decoración.
- Es necesario que se cumpla a cabalidad todos los aspectos definidos en el estudio financiero con la finalidad de asegurar el éxito de la empresa; el propietario debe estar pendiente de todos los ingresos, egresos, estados financieros y el tiempo y forma de recuperación de la inversión; solo de esta manera se logrará cumplir y tener el éxito deseado.
- El dar cumplimiento a la estructura organizativa de la empresa, ayudarla ha que exista una adecuada planificación, ejecución, dirección y control de la misma, además el cumplimiento de los deberes con el estado en cuanto a impuestos y declaraciones.
- La empresa día a día debe esforzarse por mejorar sus impactos tanto en el campo social, económico, empresarial, comercial, educativo y disminuir los riesgos ambientales; esto permitirá ser una empresa emprendedora, y se convertirá en un verdadero aporte para la ciudad de Ibarra.

BIBLIOGRAFÍA

- **BACA Urbina Gabriel:** Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, México, (2006)
- **BETANCOURT P.:** Proyecto de implementación productiva UTN. Ibarra-Ecuador, (2008)
- **BREALEY, MYERS Y ALLEN:** Principios de Finanzas Corporativas, 8ª Edición, Editorial Mc Graw Hill, (2006)
- **CHILQUINGA J, Manuel;** Costos, 1ª Edición, Editorial Offset Graficolor, Ibarra – Ecuador, (2007)
- **COLLESH, T;** La madera, ayer, hoy y siempre. ¡Cuidémosla!, Editorial Portuguesa. Brasil, Traducción México (2009)
- **DÍAZ Rigoberto,** Manual de Artes Plásticas Instituto Daniel Reyes, (2005)
- **DÍEZ de Castro Emilio Pablo, García del Junco Julio, Martín Jiménez Francisca y Periañez Cristóbal Rafael** Administración y Dirección, McGraw-Hill Interamericana, (2001)
- **EFE;** (Escuela de Formación Empresarial) (2009)
- **GAVA, L.; E. ROPERO; G. SERNA y A. UBIERNA** (2008)
- **GLOPTER Raúl,** Edimca, Informe de maderas ecuatorianas. S.A; (2003)
- **HERNÁNDEZ Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P.,** Metodología de la Investigación, McGraw Hill, México, (2004)
- **KOONTZ Harold, WEHRICH Heinz:** Administración una Perspectiva Global, Décima Edición, (2009)
- **LEIVA, Francisco;** Nociones de Metodología de Investigación Científica, 5ª edición, Editorial INACAPED, Quito-Ecuador (2006).
- **LIZCANO G.:** Proyectos productivos, (2001)
- **LONGENECKER, Justin G. y otros;** Administración de pequeñas empresas, 13ª edición, Editorial J.A. de C.V., México, (2007)

- **MAC-CLURE Oscar;** “Las microempresas: ¿una solución a los problemas de empleo?” (2008)
- **MARTÍNEZ T. y Flores C.** Universidad del Chimborazo Estrategias de mercado aplicadas a microempresas, (2009)
- **MICIP;** Dirección de Microempresas y Artesanías del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración, Pesca y Competitividad, (2009)
- **MICROSOFT ENCARTA,** (2009)
- **PAZMIÑO T. Thomas;** El mundo de la madera en el oriente ecuatoriano, Napo Ecuador. (2008)
- **PROMICRO/OIT;** Estados financieros, (2009)
- **SALAZAR Daniela:** según la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS (2008)
- **SALAZAR Daniela:** según la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS año 2009
- **Universidad Técnica del Norte- FACA E,** Guía para el Diseño del Plan de Trabajo de Grado, Editorial Universidad, Ibarra-Ecuador, (2005)

LINCOGRAFÍA

- Historia Escultura@ciber-arte.com.
- html.rincondelvago.com/administracion-mpresarial_2.htm
- <http://www.municipiodeibarra.org>
- wikipedia.org/wiki/Talla_de_madera
- www.conquismania.cl
- www.inec.gov.ec
- www.monografias.com
- www.monografias.com/trabajos12/organ/organ.shtml
- www.promonegocios.net/administracion/definicion-administracion.html
- www.microempresa.blogdiario.com/1206741300/

ANEXOS
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

ENCUESTA

A LOS PRODUCTORES DE ARTÍCULOS DECORATIVOS EN MADERA

- A. Objetivo:** Conocer la opinión de maestros y obreros de los talleres de artesanías en madera sobre la producción de artículos decorativos elaborados en madera.
- B. INSTRUCCIONES:** Permítase emitir su respuesta marcando una (X) en el paréntesis que corresponda según considere.

C. CUESTIONARIO

- 1.- ¿Dónde encuentra la madera que usted utiliza para su trabajo?
- Nivel local
 - Nivel regional
 - Nivel Nacional
 - Nivel Internacional
- 2.- ¿Dónde consigue las herramientas que usted utiliza para su trabajo?
- Almacenes del sector
 - Almacenes de Ibarra
 - Almacenes a nivel Nacional
 - Manda a confeccionar
- 3.- ¿Cuenta con mano de obra calificada para trabajar en talleres de objetos decorativos en San Antonio?
- Si
 - No
 - A veces
- 4.- ¿Qué se necesita para trabajar en estos talleres de tallado?
- Conocer de tallado y pintura
 - Ser bachiller
 - Tener título universitario

5.- ¿Qué cantidad de artículos decorativos produce al mes, Usted en su taller?

ARTÍCULOS DECORATIVOS EN MADERA	PROD. PROMEDIO
Jarrones	
Cenas	
Costumbres	
Imágenes	
Repisas	
Floreros	
Consolas	
Mesas centrales	
Figuras precolombinas	
Figuras arte moderno	
Appliques	
Otras	

6.- ¿Dónde vende los productos tallados que usted elabora?

- Nivel local
 Nivel regional
 Nivel Nacional
 Nivel Internacional

7.- ¿Qué artículos prefieren los consumidores?

- Calidad media
 Calidad Alta
 Calidad de exportación

8.- ¿Cuenta usted con afiliación legal a un centro artesanal?

- Si
 No

9.- ¿Cree que es rentable la producción de estos artículos?

- Si
 No
 En parte

D. DATOS GENERALES

Nombre: Género: Edad:
 Profesión: N. de Instrucción:
 Tiempo en la actividad:
 Dirección domiciliaria:

E. OBSERVACIONES:

.....

ENCUESTADOR(A):

FECHA:

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

ENCUESTA

**A PROPIETARIOS DE LOS COMERCIOS DEDICADOS A LA VENTA
DE ARTÍCULOS DECORATIVOS EN MADERA DE SAN ANTONIO DE
IBARRA**

A. Objetivo: Conocer la opinión de los propietarios de comercios dedicados a la venta de artículos decorativos en madera y sobre la comercialización de los mismos.

B. INSTRUCCIONES: Permítase emitir su respuesta marcando una (X) en el paréntesis que corresponda según considere.

C. CUESTIONARIO

1.- ¿Cómo adquiere los artículos decorativos en madera que distribuye usted?

- San Antonio Ibarra
- Talleres de Otavalo
- Talleres de Ibarra
- Otros lugares

2.- ¿Qué tipo de productos prefiere el consumidor?

ARTÍCULOS DECORATIVOS	PROMEDIO DE ARTÍCULOS AL MES
Jarrones	
Cenas	
Costumbres	
Imágenes	
Repisas	
Floreros	
Consolas	
Mesas centrales	
Figuras precolombinas	
Figuras arte moderno	
Appliques	
Otras	

3.- ¿Cómo es la demanda de estos productos?

- Alta
- Media
- Baja

- 4.- ¿Cuántos almacenes exclusivos de artículos decorativos en madera cree usted que existe en Ibarra?
- Uno
 Dos
 Tres
 Cuatro o más
 Ninguno
- 5.- ¿Qué cantidad de artículos decorativos en madera adquiere a los talleres para comercializar en su almacén?
- Media docena
 Una docena
 Dos docenas
 Tres docenas
 Cuatro docenas
 Cinco o más
 Piezas sueltas
- 6.- ¿Cómo comercializa el producto que usted adquiere?
- En su almacén
 Ferias en Otavalo
 Ferias en Quito
 Almacenes en Guayaquil
 Distribución de cada en casa en otras ciudades
 Distribución en otros almacenes de otras ciudades
- 7.- ¿Cuenta con alguna forma especial de presentar el producto?
- Si
 No
- 8.- ¿Cuál en la forma de financiamiento de los artículos que comercializa?
- Capital propio
 Capital financiado
 Mixto
- 9.- ¿Qué nivel de inversión se requiere para implementar un taller de esta natur?
- Alta
 Media
 Baja
- 10.- ¿Cuenta en su almacén con alguna forma organizativa del personal?
- Si
 No

D. DATOS GENERALES

Nombre: Género: Edad:
 Profesión: N. de Instrucción:
 Tiempo en la actividad:
 Dirección domiciliaria:

E. OBSERVACIONES:

.....

ENTREVISTADOR(A):

FECHA:

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

ENCUESTA

PARA LA COMUNIDAD DE LA CABECERA CANTONAL DE IBARRA

A. Objetivo: Conocer la opinión de la comunidad de la cabecera cantonal de Ibarra sobre la compra de artículos decorativos elaborados en madera para el hogar.

B. INSTRUCCIONES: Permítase emitir su respuesta marcando una (X) en el paréntesis que corresponda según considere.

C. CUESTIONARIO

1.- ¿Tiene gusto por artículos de madera para decorar su hogar?

Si

No

Medianamente

2.- ¿Qué artículos decorativos compraría usted para su casa?

ARTÍCULOS DECORATIVOS	PREFERENCIA POR ARTICULO
Jarrones	
Cenas	
Costumbres	
Imágenes	
Repisas	
Floreros	
Consolas	
Mesas centrales	
Figuras precolombinas	
Figuras arte moderno	
Apliques	
Otras	

3.- ¿Cuántos productos decorativos de madera estaría dispuesto a comprar para su hogar al año?

- Uno
- Dos
- Tres
- Cuatro
- Cinco o más

4.- Donde compraría los artículos decorativos para su hogar.

- Trasladarse a San Antonio
- En almacenes de la ciudad de Ibarra
- En casa a través de revistas de exhibición del producto

5.- ¿Cuenta Ibarra con algún almacén que se dedique exclusivamente a la venta de artículos decorativos en madera?

- Si
- No

6.- ¿Que es lo que más le atrae para comprar artículos decorativos en madera?

- Calidad
- Precio
- Tamaño
- Forma creativa
- Funcionalidad

7.- ¿Cómo considera usted los precios de estos productos?

- Altos
- Medios
- Bajo

8.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un adorno de esta naturaleza para su casa?

- 0 a 25 USD
- 26 a 50 USD
- 51 a 75 USD
- 76 a 100 USD
- 101 más

D. DATOS GENERALES

Nombre: Género: Edad:
Profesión: N. de Instrucción:
Tiempo en la actividad:
Dirección domiciliaria:

E. OBSERVACIONES:

.....
.....

ENCUESTADOR(A):

FECHA:

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

ENTREVISTA

A LA PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN
ARTESANÍAS ARTÍSTICAS DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE
IBARRA

Entrevistada.....

Fecha.....

Lugar.....

A. Objetivo: Conocer la opinión de la Sra. Presidenta de la asociación de artesanos en madera de la Parroquia de San Antonio de Ibarra sobre la producción y comercialización de artículos decorativos que en esta parroquia se produce.

B. CUESTIONARIO

1.- ¿La actividad artesanal de artículos decorativos en madera es cotizada en el sector?

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

2.- ¿Qué tipo de organización administrativa tienen los talleres y almacenes de San Antonio de Ibarra?

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

3.- ¿Los talleres y almacenes del sector llevan contabilidad o algún tipo de organización contable?

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

4.- ¿Generalmente que margen de utilidad tienen los artesanos y los propietarios de los almacenes?

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

5.- ¿Conoce usted si existe algún almacén de artículos decorativos en madera en la ciudad de Ibarra?

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

6.- ¿Usted conoce cual son los costos de los artículos y podría darme un promedio de estos?

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