



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

#### **TRABAJO DE GRADO**

##### **TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE CAÑA GUADÚA EN LA COMUNIDAD DE PARAMBAS, PARROQUIA LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**

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

**AUTORA: NICOLALDE PAREDES Ruth Gioconda**

**DIRECTOR: Econ. SALGADO FUERTES Miguel**

**IBARRA, MAYO, 2013**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo ha sido investigado para determinar la factibilidad de crear una Unidad de Producción y Comercialización de Artesanías de Caña Guadúa en la Comunidad de Parambas parroquia Lita cantón Ibarra, se obtuvo los siguientes resultados: Del diagnóstico situacional se determinó que la comunidad de Parambas cuenta con factores que favorecen el desarrollo del proyecto como es la presencia de la materia prima para la realización de las artesanías. Con el estudio de mercado se identificó una demanda del producto de artesanías a la que puede aprovechar el proyecto. Del estudio técnico se identificó la localización óptima del proyecto, siendo el lugar estratégico la comunidad de Parambas para que la Unidad Productora inicie sus operaciones, debido a que cuenta con varios factores positivos que favorecen la producción y comercialización de las artesanías a realizarse. Para dar inicio a las actividades de la Unidad de Producción se necesita un inversión la misma se obtendrá a través de un préstamo bancario, también aplicando los respectivos evaluadores financieros se determino la factibilidad del proyecto. Se ha definido la estructura estratégica y orgánica funcional de la Unidad de producción donde el principal factor es el talento humano. Los resultados obtenidos de la evaluación de impactos son positivos lo que demuestra que la creación de la Unidad de producción y comercialización de caña guadúa es favorable y no causa ningún daño al entorno del sector.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

This work has been investigated to determine the feasibility of creating a unit of production and marketing of handicrafts made of bamboo cane in the Parambas Parish, Community Lita, Canton Ibarra, we obtained the following results: From the situational diagnosis was determined that the Parambas community is equipped with factors that promote the development of this project such as; the presence of raw materials for the process of manufacturing the crafts. It is also important to mention that the market research identified a craft production demand which can leverage the project. The results of the technical study determined the location of the place where the project takes place as optimal, since Parambas community is strategic for running a Production Unit which can commence its operations, because it has several positive factors that promote the production and marketing of handicrafts made. In order to start the activities of the Production Unit investment is needed it will be obtained through a bank loan, also by applying the respective financial evaluators the project feasibility was determined. The strategic and functional organizational structure of the production unit where have been carefully defined, the main factor is human talent. The results of the impact assessment are positive showing that the creation of the Production and marketing of bamboo cane is favorable and will not cause any harm to the environment of the area.

## **AUTORÍA**

Yo, Ruth Gioconda Nicolalde Paredes, portadora de la cédula de ciudadanía No. 100270093-6, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información

.....  
Ruth Gioconda Nicolalde Paredes  
100270093-6

## **CERTIFICACIÓN DEL ASESOR**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Ruth Gioconda Nicolalde Paredes**, con cédula de identidad No. **100270093-6**, para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**. cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE CAÑA GUADÚA EN LACOMUNIDAD DE PARAMBAS, PARROQUIA LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**, considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 10 días del mes de mayo de 2013.

Firma

.....

**Econ. MIGUEL SALGADO FUERTES  
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

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

Yo, **Ruth Gioconda Nicolalde Paredes**, con cédula de identidad No. **100270093-6**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE CAÑA GUADÚA EN LA COMUNIDAD DE PARAMBAS, PARROQUIA LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, 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 entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....

Ruth Gioconda Nicolalde Paredes

Ibarra a los 10 días del mes de mayo de 2013



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**

**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

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

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>			
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Nicolalde Paredes Ruth Gioconda		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Av. 17 de julio 7-55		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:giocondanicolalde@yahoo.com">giocondanicolalde@yahoo.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2603-013	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	094967766
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO:</b>	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE CAÑA GUADÚA EN LA COMUNIDAD DE PARAMBAS, PARROQUIA LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA."		
<b>AUTORA :</b>	Ruth Gioconda Nicolalde Paredes		
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	MAYO -2013		
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>			
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>		
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	<b>INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.</b>		
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	<b>Econ. Miguel Salgado Fuertes</b>		

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

Yo, Ruth Gioconda Nicolalde Paredes, con cédula de identidad No. 1002700936, 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 la 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 10 días del mes de mayo de 2013

### EL AUTOR:

(Firma)..... (Firma).....

Nombre: .....

Vallejos

C.C.: .....

Facultado por resolución de Consejo Universitario

### ACEPTACIÓN:

Nombre: Lic. Ximena

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA



## DEDICATORIA

A mis padres Margarita Paredes y Ulpiano Nicolalde, que por su constante sacrificio y apoyo no solo económico pero sobre todo moral hicieron posible la culminación de este logro obtenido.

A mis hermanos que de una y otra forma aportaron con su grano de arena para que haya obtenido este título profesional.

*Ruth Nicolalde*

## AGRADECIMIENTO

Para la realización de este trabajo, agradezco a todas las personas que aportaron de una y otra forma para que este trabajo se realice y llegue a su satisfactoria culminación.

Agradezco a la Universidad Técnica del Norte, quien me abrió sus puertas y me dio la oportunidad de formarme como profesional. De la misma manera agradezco a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, de manera en especial a sus catedráticos quienes me impartieron sus valiosos conocimientos no solo para elaborar este documento sino como base para toda mi vida profesional.

Al Econ. Miguel Salgado Fuertes, quien en calidad de asesor me supo guiar para la culminación de este trabajo.

A todos mis amigos y amigas que de alguna manera estuvieron apoyándome durante este largo y arduo trabajo.

*Ruth Nicolalde*

## PRESENTACIÓN

En el trabajo desarrollado se pudo determinar la factibilidad del proyecto de **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE CAÑA GUADÚA EN LA COMUNIDAD DE PARAMBAS, PARROQUIA LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considerando que en la actualidad las artesanías tienen un importante lugar en el mercado nacional e internacional.

A continuación se presenta el análisis de cada uno de los capítulos que se han desarrollado en el proyecto:

**Capítulo I Diagnóstico:** Con el estudio realizado al diagnóstico situacional del sector se puede definir los factores que beneficiarán el desarrollo del proyecto en la comunidad de Parambas.

**Capítulo II Marco Teórico:** En este capítulo se contextualizó las bases teóricas que sirven como guías de información investigativas tanto bibliográficas como documentadas.

**Capítulo III Estudio de Mercado:** Con la información obtenida del estudio de mercado permite conocer la oferta y la demanda actual del producto y los precios que se están manejando, además determina la demanda potencial a la que se va a satisfacer.

**Capítulo IV Estudio Técnico:** Con el desarrollo del estudio técnico se determina la localización óptima del proyecto, la distribución y diseño de la planta, que necesita la Unidad productiva para ser eficientes en la producción y comercialización de las artesanías, además a establecer el presupuesto de inversión necesario.

**Capítulo V Estudio Financiero:** El estudio económico financiero se realiza y analiza de las inversiones del proyecto para posteriormente aplicar evaluadores financieros y determinar la factibilidad.

**Capítulo VI Organización de la Microempresa:** Se plantea el modelo administrativo con el que la Unidad de producción contara, tomando como base la visión, misión, el orgánico estructural y funcional de la organización.

**Capítulo VII Impactos:** Se realiza el análisis de impactos que genera la creación de la Unidad de producción como son: socioeconómico, ambiental, empresarial, educativo-cultural que influirá en el desarrollo del presente proyecto.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxvii
INTRODUCCIÓN	29
JUSTIFICACIÓN	30
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	32

## CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	34
Objetivos del diagnóstico	37
General	
Específicos	
Variables diagnósticas	38
Variables	
Indicadores	
Producción de la caña guadúa	
Producción artesanal	
Características del mercado	39

Comercialización de las artesanías	
Talento humano	
Matriz de relación diagnóstica	
Mecánica operativa del diagnóstico	42
Población a investigar	
Cálculo de la muestra	43
Instrumentos de recolección de la información	
Información primaria.	
Información secundaria	44
Tabulación y presentación de resultados	
Resultado de la encuesta dirigida a la comunidad de Parambas	45
Parroquia Lita	
Resultados de la encuesta dirigida a artesanos de San Antonio	53
Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos	
Aliados	72
Oponentes	
Oportunidades.	
Riesgos	
Identificación del problema diagnóstico	73

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

La caña de guadúa	74
Importancia de la caña de guadúa	
Características del guadual	75
Caña verde	77
Guadúa madura	
Situación geográfica de la caña de guadúa	78
Situación económica de la utilización de la caña guadúa	79
Proceso de producción de la caña guadúa	
Corte de la caña guadúa en época adecuada	84

Comercialización de la caña de guadúa	
Preservación y secado de la caña guadúa	86
Partes comerciales de la guadúa	
Artesanías de la caña guadúa	87
Proceso de producción de artesanías	88
Productos elaborados a base de caña de guadúa	89
Aspectos sociales y económicos de la guadúa	90
Comercializadores	
Transportadores	
Propietarios y guaderos	
Artesanos	
Producción	
Unidad de producción	91
Características generales de las Unidades de Producción	92
Trabajo Familiar	93
Limitación de capital	
Organización del trabajo	
Limitaciones Tecnológicas	
Estrategia Comercial	
Aspectos del mercado	93
Demanda	
Oferta	
Comercialización	94
Precio	95
Plaza	96
Promoción	
Aspectos técnicos	97
Macrolocalización	98
Microlocalización	
Localización óptima del proyecto	99
Ingeniería del proyecto	
Aspectos financieros	100

Balance general	
Estado de resultados	101
Estado de flujo de efectivo	
Evaluación ambiental	102

### **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Objetivos del estudio de mercado	103
General	
Específicos	104
Variables e Indicadores	
Demanda	
Oferta	105
Precios	
Estrategias Comerciales	
Matriz de Relación de Estudio de Mercado	106
Investigación de campo	107
Fuentes de información primaria	
Tabulación y análisis de la investigación de campo	108
Encuesta dirigida a los almacenes de artesanías de las ciudades de Otavalo, Ibarra, Atuntaqui, Cotacachi.	
Entrevista dirigida al Sr. José Cazares productor de artesanías de la comunidad de Parambas	127
Identificación del producto	129
Características de la guadúa	
Productos realizados a base de caña guadúa	130
Mercado meta	133
Análisis de la demanda	
Demanda actual	
Proyección de la demanda	136
Análisis de la oferta	137



Oferta actual	
Proyección de la oferta	139
Demanda insatisfecha	141
Análisis de precios	142
Estrategias comerciales	143
Producto	
Precio	144
Publicidad y promoción.	
Plaza o distribución	145
Conclusión del estudio de mercado	146

## **CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO**

Presentación	147
Localización del proyecto	
Macrolocalización	148
Microlocalización	149
Tamaño del proyecto	
Distribución de la planta	151
Diseño de instalaciones	
Diagrama de bloque de producción	152
Inversiones	154
Terreno	
Infraestructura	
Vehículo	
Maquinaria	155
Muebles y enseres	
Equipo de computación y oficina	156
Inversión diferida	
Inversión variable o capital de trabajo	157

## **CAPÍTULO V**

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

Presentación	158
Estructura estratégica	
Misión	
Visión	
Nombre de la unidad de producción	159
Objetivos de la unidad de producción	
Políticas de la unidad de producción	
Principios y valores	160
Estructura organizativa	161
Organigrama estructural propuesto	
Identificación de puestos y funciones	
Administrador	
Contadora - Secretaria	
Operarios	
Vendedor	
Requisitos legales	166
Razón social	
Figura jurídica	
Representante legal	
Para obtener el permiso de funcionamiento	

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

Estructura de la inversión	168
Ingresos	169
Proyección de ingresos	
Egresos.	
Costos de producción	170

Materia prima e insumos	171
Mano de obra directa	
Costos indirectos	172
Materiales	
Vestimenta de trabajo	
Servicios básicos	
Mantenimiento maquinaria	173
Resumen de costos de producción	
Gastos administrativos	174
Sueldos administrativos	
Servicios profesionales	175
Servicios básicos	
Servicios de comunicación	176
Suministros de oficina	
Mantenimiento equipo de computación	
Gastos de ventas	177
Sueldos de ventas	
Publicidad	
Combustible y mantenimiento vehículo	
Gastos financieros	179
Depreciación y amortización de diferidos	182
Resumen de costos y gastos	
Estados proforma	
Balance General	183
Estado de resultados	184
Flujo de caja con protección	
Evaluación de la inversión	185
Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio	
Valor actual neto	186
Tasa interna de retorno	
Recuperación de la inversión	187
Beneficio costo	188

Punto de equilibrio del proyecto	
Resumen de evaluación de la inversión	199

## **CAPÍTULO VII**

### **IMPACTOS**

Impacto socio – económico	201
Impacto empresarial	202
Impacto educativo-cultural	203
Impacto ambiental	204
Impacto general	205
Conclusiones	206
Recomendaciones	208
Bibliografía	209
Lincografía	211
Anexos	213

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>No.</b>	<b>Pág.</b>
1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	40
2. EXTENSIÓN DE CAÑA DE GUADÚA	45
3. DESTINO DE LA PRODUCCIÓN	46
4. APLICACIÓN DE LA CAÑA DE GUADÚA	47
5. EXISTENCIA DE LA CAPACITACIÓN	48
6. DISPONIBILIDAD DE CAPACITACIÓN	49
7. RENTABILIDAD DE LA PRODUCCIÓN	50
8. MERCADO DE PRODUCCIÓN	51
9. PROBLEMAS DEL CULTIVO	52
10. TIPOS DE PRODUCTOS	53
11. MATERIA PRIMA	54
12. COSTOS DE PRODUCTOS	55
13. PRECIO DEL PRODUCTO	56
14. MANO DE OBRA	57
15. CONTROL DE CALIDAD	58
16. RENTABILIDAD DEL PRODUCTO	59
17. DEMANDA DEL PRODUCTO	60
18. EXIGENCIAS DEL PRODUCTO	61
19. CAPACIDAD DE COMPRA	62
20. COMPETENCIA EN EL MERCADO	63
21. FORMA DE DISTRIBUCIÓN	64
22. PREFERENCIA DEL MERCADO	65
23. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	66
24. MATERIALES DIFERENTES	67
25. EXPERIENCIA EN LA ACTIVIDAD	68
26. NIVEL DE EDUCACIÓN	69
27. ORGANIZACIÓN ARTESANAL	70
28. FRECUENCIA DE CAPACITACIÓN	71
29. MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO	106

30. NÚMERO DE ALMACENES DE ARTESANÍAS	107
31. TIEMPO EN LA ACTIVIDAD	108
32. VENTAS DE AERTESANÍAS	109
33. TIPO DE ARTESANÍAS	110
34. MATERIA PRIMA	111
35. PRECIO DE ARTESANÍAS	112
36. LUGAR DE DESTINO	113
37. VENTA DE ADORNOS	114
38. VENTA DE LÁMPARAS	115
39. VENTA DE MUEBLES	116
40. VENTA DE CANASTOS	117
41. TIPO DE MERCADO	118
42. ASPECTOS IMPORTATES	119
43. PREDISPOSICIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	120
44. CANTIDAD DE ADORNOS	121
45. CANTIDAD DE LÁMPARAS	122
46. CANTIDAD DE MUEBLES	123
47. CANTIDAD DE CANASTOS	124
48. CRECIMIENTO EN PORCENTAJE DE VENTAS	125
49. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	126
50. DEMANDA ACTUAL DE ADORNOS	134
51. DEMANDA ACTUAL DE LÁMPARAS	134
52. DEMANDA ACTUAL DE MUEBLES	135
53. DEMANDA ACTUAL DE CANASTOS	134
54. RESUMEN DE LA DEMANDA	136
55. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	137
56. OFERTA ACTUAL DE ADORNOS	138
57. OFERTA ACTUAL DE LÁMPARAS	138
58. OFERTA ACTUAL DE MUEBLES	139
59. OFERTA ACTUAL DE CANASTOS	139
60. RESUMEN DE OFERTA DE ARTESANÍAS	140
61. PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE ARTESANÍAS	140

62. DEMANDA INSATISFECHA	141
63. DEMANDA A CAPTAR DE ARTESANÍAS DE GUADÚA	142
64. ANÁLISIS DE PRECIOS	142
65. PROYECCIÓN DE PRECIOS	143
66. DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES	151
67. TERRENO	154
68. INFRAESTRUCTURA	154
69. VEHÍCULO	154
70. MAQUINARIA	155
71. MUEBLES Y ENSERES	155
72. EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y OFICINA	156
73. RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	156
74. CAPITAL DE TRABAJO	157
75. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	168
76. PROYECCIÓN DE INGRESOS	169
77. COSTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS	170
78. DETERMINACIÓN DE LA TENDENCIA DEL SUELDO	171
79. SUELDO BASICO UNIFICADO MENSUAL	171
80. PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA	171
81. MATERIALES INDIRECTOS	172
82. VESTIMENTA DE TRABAJO	173
83. SERVICIOS BÁSICOS	173
84. MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	173
85. RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	174
86. SUELDO BASICO UNIFICADO MENSUAL	175
87. PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDOS ADM	175
88. SERVICIOS PROFESIONALES	175
89. SERVICIOS BÁSICOS	175
90. SERVICIOS DE COMUNICACIÓN	176
91. SUMINISTROS DE OFICINA	176
92. MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN	177
93. RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	177

94. SUELDO BASICO UNIFICADO MENSUAL	177
95. PROYECCIÓN DEL COSTO DE SUELDOS EN VENTAS	178
96. PUBLICIDAD	178
97. COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO	178
98. RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS	179
99. DATOS DEL PRÉSTAMO	179
100. TABLA DE AMORTIZACIÓN	179
101. GASTOS FINANCIEROS	181
102. DEPRECIACIÓN	181
103. GASTOS DIFERIDOS	182
104. RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	182
105. BALANCE GENERAL	183
106. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	184
107. FLUJO DE CAJA	185
108. COSTO DE OPORTUNIDAD	185
109. VALOR ACTUAL NETO	186
110. TASA INTERNA DE RETORNO	187
111. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	187
112. BENEFICIO COSTO	188
113. DETERMINACIÓN DE COSTOS	189
114. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	190
115. DETERMINACIÓN DE COSTOS 2014	191
116. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2014	192
117. DETERMINACIÓN DE COSTOS 2015	193
118. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2015	194
119. DETERMINACIÓN DE COSTOS 2016	195
120. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2016	196
121. DETERMINACIÓN DE COSTOS 2017	197
122. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2017	198
123. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN	199
124. MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS	200
125. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	201



126. IMPACTO EMPRESARIAL	202
127. IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL	203
128. IMPACTO AMBIENTAL	204
129. IMPACTO GENERAL	205

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>No.</b>	<b>Pág.</b>
1. EXTENSIÓN DE CAÑA DE GUADUA	45
2. DESTINO DE LA PRODUCCIÓN	46
3. APLICACIÓN DE LA CAÑA DE GUADÚA	47
4. EXISTENCIA DE LA CAPACITACIÓN	48
5. DISPONIBILIDAD DE CAPACITACIÓN	49
6. RENTABILIDAD DE LA PRODUCCIÓN	50
7. MERCADO DE PRODUCCIÓN	51
8. PROBLEMAS DEL CULTIVO	52
9. TIPOS DE PRODUCTOS	53
10. MATERIA PRIMA	54
11. COSTOS DE PRODUCTOS	55
12. PRECIO DEL PRODUCTO	56
13. MANO DE OBRA	57
14. CONTROL DE CALIDAD	58
15. RENTABILIDAD DEL PRODUCTO	59
16. DEMANDA DEL PRODUCTO	60
17. EXIGENCIAS DEL PRODUCTO	61
18. CAPACIDAD DE COMPRA	62
19. COMPETENCIA EN EL MERCADO	63
20. FORMA DE DISTRIBUCIÓN	64
21. PREFERENCIA DEL MERCADO	65
22. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	66
23. MATERIALES DIFERENTES	67
24. EXPERIENCIA EN LA ACTIVIDAD	68
25. NIVEL DE EDUCACIÓN	69
26. ORGANIZACIÓN ARTESANAL	70
27. FRECUENCIA DE CAPACITACIÓN	71
28. ESTADO DE MADUREZ DE LA CAÑA GUADÚA	76
29. CULTIVO Y MANEJO DE LA CAÑA GUADÚA	81

30. ARTESANIAS DE CAÑA GUADUA	89
31. TIEMPO EN LA ACTIVIDAD	108
32. VENTAS DE AERTESANÍAS	109
33. TIPO DE ARTESANÍAS	110
34. MATERIA PRIMA	111
35. PRECIO DE ARTESANÍAS	112
36. LUGAR DE DESTINO	113
37. VENTA DE ADORNOS	114
38. VENTA DE LÁMPARAS	115
39. VENTA DE MUEBLES	116
40. VENTA DE CANASTOS	117
41. TIPO DE MERCADO	118
42. ASPECTOS IMPORTATES	119
43. PREDISPOSICIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	120
44. CANTIDAD DE ADORNOS	121
45. CANTIDAD DE LAMPARAS	122
46. CANTIDAD MUEBLES	123
47. CANTIDAD DE CANASTOS	124
48. CRECIMIENTO EN PORCENTAJE DE VENTAS	125
49. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	126
50. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	168

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>No.</b>	<b>Pág.</b>
1. MANCHA DE CAÑA GUADÚA	74
2. REBROTE	77
3. CAÑA VERDE	77
4. GUADÚA MADURA	78
5. PLANTULAS DE CAÑA GUADÚA	82
6. SIEMBRA DE LA CAÑA GUADÚA	83
7. PLANTACION DE CAÑA GUADÚA	83
8. APROVECHAMIENTO DE LA CAÑA GUADÚA	85
9. LA CAÑA GUADÚA	129
10. LAMPARAS A BASE DE GUADÚA	131
11. ADORNOS DE GUADÚA	131
12. MESAS DE GUADÚA	132
13. ADORNOS DE GUADÚA	132
14. MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	148
15. CROQUIS DE LA MICROLOCALIZACIÓN	149
16. DISEÑO DE INSTALACIONES	152
17. DIAGRAMA DE BLOQUE	153

## INTRODUCCIÓN

El Cantón Ibarra, se encuentra ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del país; entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites del cantón son: al oeste con los cantones de Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro. La ciudad de Ibarra es cabecera cantonal y capital de la provincia de Imbabura, está ubicada estratégicamente a 126 km. de la capital de la República; a 125 Km de la ciudad de Tulcán; a 135 Km. de la frontera con Colombia y a 185 km. del cantón San Lorenzo en el Océano Pacífico. Tiene una altitud de 2225 msnm. Un aspecto importante de resaltar es la variedad de microclimas, que van desde el frío andino en la zona de Angochagua, hasta el tropical seco del valle del Chota, pasando al cálido húmedo en la zona de La Carolina y Lita.

Ibarra tiene una superficie de 1.162,22 km<sup>2</sup>, con una densidad poblacional de 131,87 hab/km<sup>2</sup> en el cantón, 2.604 hab/km<sup>2</sup> en el área urbana y 39,91 hab/km<sup>2</sup> en el área rural. La zona urbana del cantón cubre una superficie de 41,81 km<sup>2</sup>, la zona rural incluida la periferia de la cabecera cantonal cubre una superficie de 1.120,53 km<sup>2</sup>. Según el Plan Estratégico del año 2002 del Municipio de Ibarra.

El cantón lo constituyen cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato y siete parroquias rurales: Ambuquí, La Carolina, Lita, Salinas, San Antonio, La Esperanza y Angochagua.

En la parroquia de Lita se encuentra la comunidad de Parambas donde no existe unas microempresas que se dedican a la elaboración de artesanías, una de las principales causas es la falta de oportunidades por parte de las instituciones financieras para otorgar créditos a los artesanos, la falta de un estudio de mercado para la determinación de la necesidad

que exista una microempresa donde se utilice la materia prima que el sector cuenta como es la caña de guadúa para la realización de las artesanías.

Una problemática que se debe superar será la introducción del producto al mercado debido a la competencia que existe en el mercado y a la falta de información adecuada para desarrollar el producto. Esta dificultad que se prevé afectará a mantenerse en el mercado, pero los productos de la competencia no aseguran ni calidad ni diseños, además su costo es demasiado alto. Como alternativa a solucionar esta problemática se buscará alianzas estratégicas con cadena de comercialización de artesanías tanto a nivel local como nacional e incluso al extranjero donde el producto tiene gran acogida.

## **JUSTIFICACIÓN**

El presente trabajo está orientado a diseñar un proyecto para la implantación de una Unidad que se dedique a la Producción y Comercialización de Artesanías elaboradas en base al tallado de la Caña Guadúa o Bambú en la comunidad de Parambas, perteneciente a la parroquia de Lita, cantón Ibarra. Para esta nueva actividad productiva el sector y sus alrededores cuentan con suficientes plantas y por las excelentes condiciones del terreno y clima se pueden cultivar plantas nuevas de esta especie, que hoy en día son llevadas a los lugares de venta de madera para darles uso especialmente como auxiliares en la construcción de viviendas. En la actualidad existen agricultores que las mantienen casi en estado natural en sus parcelas de terreno. La guadúa de este sector alcanza grandes proporciones, pero que no han sido aprovechadas suficientemente. El presente proyecto trata de incentivar el cultivo de caña guadúa y su aprovechamiento, en el sentido de que sean los mismos pobladores quienes elaboren artesanalmente varios productos para ser comercializados entre la gente que gusta de utensilios naturales.

El estudio a efectuarse determinará el nivel de producción para la Unidad procesadora que se pretende instalar. La nueva Unidad Productiva ayudará a mejorar sus ingresos y por ende a elevar el nivel de vida de cada uno de los pequeños agricultores. Tomando en cuenta que en la provincia no existe desarrollada esta actividad, la mayoría, como se indicó anteriormente, venden los tallos de la planta a los comerciantes de madera. Al respecto la Unidad procesadora artesanal de utensilios de guadúa promoverán su comercialización. Los productos a elaborarse serán comercializados en centros comerciales turísticos, mercados de artesanías o directamente a los turistas que visitan frecuentemente la zona, para lo cual habrá que realizar los estudios de mercadeo respectivos, con el fin de determinar la demanda por parte de la población consumidora. Para la ejecución del presente proyecto su inversión no es considerablemente alta, por tanto se prevé que su resultado económico sería bastante rentable. El cultivo y la producción artesanal de la guadúa son actividades que caben bien dentro del desarrollo agrícola. Es un oficio principalmente de labor humana que se puede integrar fácilmente dentro de proyectos agrícolas o forestales más grandes. Por tanto, es un proyecto que tendrá beneficios económicos, sociales y no afecta al ambiente.

La Guadúa es la especie forestal nativa muy importante del occidente ecuatoriano, por sus propiedades como reguladora de aguas y protectora de suelos, además de sus calidades físico-mecánicas que la hacen apropiada para múltiples usos en la fabricación de artesanías, producción de muebles y construcción de vivienda.

Además de ser un material muy apreciado en la arquitectura y construcción, gracias a sus múltiples características, es un producto que en manos de artesanos con experiencia y preparación, se convierte en un excelente material para la elaboración de originales muebles, lámparas, accesorios del uso diario, elementos decorativos diseñados de manera

funcional y siempre inspirados en la naturaleza de la región de donde vienen.

La Unidad de Producción artesanal de muebles y utensilios de guadúa dinamizará la economía de este sector, manteniendo y creando nuevas fuentes de empleo, por cuanto ocupará personal administrativo, operarios e inclusive para los mismos comuneros de la zona; Todo ello, implica una mejora de la calidad de vida de los involucrados en el proyecto.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una unidad de producción y comercialización de artesanías elaboradas a base de la caña Guadua, en la comunidad de Parambas, parroquia Lita, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional con la finalidad de determinar la situación actual de los productores de caña guadúa y la actividad artesanal en el área de influencia del proyecto para establecer aliados, oponentes oportunidad y riesgos al momento de gestionar el proyecto.
- Establecer el marco teórico que sustenten el planteamiento del proyecto en todas sus fases de investigación.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de producción y comercialización de artesanías de caña de guadúa



- Efectuar el estudio técnico o ingeniería del proyecto, con la determinación de la macro y micro localización, tamaño, aspectos técnicos y valoración de inversiones requeridas, para un funcionamiento adecuado de la Unidad.
- Diseñar la estructura organizacional y funcional de la nueva Unidad, que permitan la buena marcha del proyecto a implantarse.
- Efectuar un estudio financiero que permita establecer la factibilidad y sustentabilidad económico-financiera.
- Analizar los principales impactos del proyecto en el ámbito: socio-económico, empresarial, educativo- cultural y ambiental.

# CAPÍTULO I

## 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

### 1.1. Antecedentes

La provincia de Imbabura, se encuentra dentro de la hoya central cuyos límites son: al Norte Carchi, al Este Sucumbíos, al Sur Pichincha y al Oeste Esmeraldas. La provincia encierra hermosos y fértiles valles como los de Ibarra, Otavalo, Atuntaqui y Cotacachi, además de otros cantones como: Antonio Ante, Pimampiro y Urcuqui, existe gran diversidad en cuanto al clima, dependiendo a la zona y el cantón de la Provincia.

El Cantón IBARRA, según el Censo del 2010, representa el 44,5 % del total de la Provincia de Imbabura; ha crecido en el último período intercensal 1990-2001, a un ritmo del 2,3 % promedio anual. El 76,03 % de su población reside en el Área Rural, incluyendo su periferie, mientras que 36.733 habitan en las parroquias rurales, representando el 23,97% respectivamente.

El cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y la Dolorosa del Priorato y siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas y San Antonio.

A partir de 1930, colonos del sector y familias con facilidades económicas y con ambiciones de ser artífices en la creación de nuevos pueblos, probaron suerte y fundaron nuevas comunidades como: Cachaco, Palo Amarillo, Getsemaní, Parambas, Santa Cecilia, Chinambí (hoy Rocafuerte), Buena Vista (hoy Collapí), Peña Negra, San José de Urbina,

Pueblo de Osos (hoy Luz de América), Pacua, El Limonal, San Jerónimo, La Palma, Miravalle, Caliche, Río Blanco, San Juan de Lachas.

En la actualidad las familias de la comunidad de Parambas perteneciente a la parroquia de Lita, del cantón Ibarra, provincia de Imbabura, se dedican a una variedad de cultivos tradicionales, lo cual no les permite diversificar sus actividades productivas, buscar otras fuentes de empleo y de ingresos económicos para sus familias. El indicado sector es gran productor de guadúa o bambú; sin embargo, la población no se dedica a la transformación de la Caña Guadúa en productos artesanales de gran acogida en el mercado interno y externo. De la palabra Guadúa, no se sabe a ciencia cierta su origen, aunque ciertos especialistas creen que podría ser venezolano. Estas versiones emergen de las variantes “Guadúas”, “Guaja” con las cuales se conoce esta planta en ese país.

La Guadúa se caracteriza por una planta de gran resistencia, durabilidad y fácil manejo, lo que llevó a denominarla el acero vegetal. Crece de manera muy rápida, alcanzando en cinco años la altura de treinta metros.

En el clima adecuado, como, puede crecer hasta once centímetros al día y lograr su altura total en seis meses. Es un recurso sostenible y renovable, que se auto multiplica vegetativamente, sin necesidad de semillas para reproducirse. Comúnmente la Caña Guadúa es utilizada como auxiliar en la construcción de viviendas, pero muy poco para la elaboración de muebles, objetos decorativos del hogar y artesanías en general.

Se considera que las artesanías se caracterizan por la manera en que son producidas: de una forma manual y en pequeñas cantidades; cuando se utilizan mecanismos específicos, éstos intervienen en el proceso de manera parcial, es la habilidad profesional de los productores, habilidad conseguida mediante un largo proceso de aprendizaje y tradición, lo que determina la calidad del producto terminado.

La situación actual de las comunidades rurales del Cantón Ibarra está relacionada con la crisis económica, social y ambiental, que se dan en la provincia de Imbabura y el país. La falta de asistencia técnica, capacitación, ausencia de políticas claras sobre la producción y comercialización de las artesanías de caña guadúa no es aprovechado de una forma adecuada por la comunidad de Parambas ubicada en la parroquia de Lita.

Se debe mencionar que algunos objetos de bambú o guadúa pueden ser elaborados artesanalmente con fines utilitarios, como recipientes para agua o comida, cestos para contener alimentos o productos agrícolas, porta pinceles, muebles y muchos más, pero otros ejemplares son realizados como ornamentos, tanto para el hogar como para uso personal, podemos mencionar entre otros, collares, pulseras, biombos, cajas, figuras talladas, etc.

Sin embargo, es deplorable que no exista una valoración adecuada de las artesanías y sobre todo las realizadas con bambú, es necesario que los organismos tanto privados como estatales, que se relacionan en alguna forma con las diversas etapas de las actividades artesanales como la producción de la materia prima, cosecha, preservación, capacitación del artesano, productividad, publicidad y difusión, comercialización, organización de productores y otras actividades más, se ocupen realmente de aplicar los programas que se han diseñado y propuesto para este fin.

Los problemas principales de esta comunidad están relacionadas con las limitaciones en el cultivo de su recurso potencial como es la Caña Guadúa, que actualmente es cultivada y comercializada en condiciones no favorables para las personas productoras de este recurso, lo que ocasiona que no se aproveche efectivamente este producto.

La creación de esta Unidad de Producción y Comercialización de Artesanías de la Caña Guadua, tiene el fin de conseguir un aumento significativo y sostenible en el aspecto económico y rentable de esta comunidad.

## **1.2. Objetivos del diagnóstico**

### **1.2.1. General**

Realizar un diagnóstico situacional con la finalidad de determinar la situación actual de los productores de caña guadúa y la actividad artesanal en el área de influencia del proyecto para establecer aliados, oponentes oportunidad y riesgos al momento de gestionar el proyecto.

### **1.2.2. Específicos**

- Establecer la existencia de producción de caña guadúa en sector de influencia del proyecto.
- Analizar la producción artesanal existente en la provincia de Imbabura en especial de San Antonio.
- Identificar las características del mercado de artículos decorativos artesanales.
- Determinar las formas de comercialización utilizadas por algunos artesanos y el medio que manejan para la distribución de sus productos.
- Identificar las capacidades del talento humano para la producción y comercialización artesanías.

### **1.3. Variables Diagnósticas**

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

#### **1.3.1. Variables**

- Producción de caña guadua
- Producción artesanal
- Características del mercado
- Comercialización
- Talento humano

### **1.4. Indicadores**

#### **1.4.1. Producción de caña de guadúa**

- Proceso productivo
- Ciclo productivo
- Dificultades del cultivo
- Volumen de producción
- Calidad del producto
- Aplicaciones

#### **1.4.2. Producción artesanal**

- Tipo producto
- Materia prima
- Costos de producción
- Fijación de precio

- Mano de obra
- Control de calidad
- Rentabilidad

#### **1.4.3. Características del mercado**

- Demanda del producto
- Exigencias del consumidor
- Capacidad de compra
- Competencia

#### **1.4.4. Comercialización de artesanías**

- Formas de distribución
- Tipo de mercado
- Estrategias de publicidad
- Puntos de venta
- Competitividad

#### **1.4.5. Talento Humano**

- Experiencia de trabajo
- Nivel educativo
- Organización
- Capacitación

### **1.5. Matriz de relación diagnóstica**

**CUADRO No.1  
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

<b>OBEJTIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUNETE DE INFORMACIÓN</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>INFORMANTE</b>
Establecer la existencia de producción de caña guadúa en sector de influencia del proyecto	Producción de caña guadúa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proceso productivo</li> <li>• Ciclo productivo</li> <li>• Dificultades del cultivo</li> <li>• Volumen de producción</li> <li>• Calidad del producto</li> <li>• Aplicaciones</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Población de Parambas
Analizar la producción artesanal existente en la provincia de Imbabura en especial de San Antonio	Producción artesanal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo producto</li> <li>• Materia prima</li> <li>• Costos de producción</li> <li>• Fijación de precio</li> <li>• Mano de obra</li> <li>• Control de calidad</li> <li>• Rentabilidad</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Artesanos de San Antonio
Identificar las características del mercado de artículos	Características del mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda del</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Artesanos de San Antonio



decorativos artesanales.		<p>producto</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exigencias del consumidor</li> <li>• Capacidad de compra</li> <li>• Competencia</li> </ul>			
Determinar las formas de comercialización utilizadas por algunos artesanos y el medio que manejan para la distribución de sus productos.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formas de distribución</li> <li>• Tipo de mercado</li> <li>• Estrategias de publicidad</li> <li>• Puntos de venta</li> <li>• Competitividad</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Artesanos de San Antonio
Identificar las capacidades del talento humano para la producción y comercialización artesanías.	Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia de trabajo</li> <li>• Nivel educativo</li> <li>• Organización</li> <li>• Capacitación</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Artesanos de San Antonio

ELABORADO POR: La autora

## 1.6. Mecánica operativa del diagnóstico

El presente diagnóstico se lo realizó utilizando el siguiente procedimiento:

### 1.6.1. Población a investigar

Las poblaciones a investigar en el diagnóstico son las siguientes:

**Población de Parambas:** siendo 1031 habitantes, dato proporcionado por la junta Parroquial de Lita.

**Artesanos de la parroquia San Antonio:** mediante la información de la junta parroquial se determinó que existen 2150 artesanos.

### 1.6.2. Cálculo de la Muestra

Tomando en cuenta que las dos poblaciones a investigar son significativas se obtuvo una muestra representativa utilizando la siguiente fórmula.

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

$\sigma$  = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

- **Cálculo de la muestra de la población de la comunidad de Parambas**

**Datos:**

N = 1031

$d^2 = 0,25$

Z = 95%    1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(1031)}{(0,05)^2 (1031 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

**n= 280**

- **Cálculo de la muestra para los artesanos**

**Datos:**

N = 2150

$d^2 = 0,25$

Z = 95%    1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(2150)}{(0,05)^2 (2150 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

**n= 326**

## **1.7. Instrumentos de Recolección de la Información**

### **1.7.1. Información Primaria.**

Para obtener de la información primaria se aplicó:

- **Encuestas:** que fueron realizadas a los habitantes de la comunidad de Parambas y a los artesanos de San Antonio.
- **La Observación directa:** consistió en visitar directamente los lugares en estudio.

### 1.7.2. Información Secundaria.

La información secundaria a utilizar es:

- Libros
- Documentos especializados.
- Revistas
- internet

## 1.8. TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

### 1.8.1. Resultado de la encuesta dirigida a la comunidad de Parambas, parroquia Lita.

#### 1. ¿Dispone usted de una extensión aceptable de caña guadúa para ser explotada permanentemente?

**CUADRO No.2  
EXTENSIÓN DE CAÑA DE GUADÚA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Mucho	109	39
Medianamente	154	55
Poco	17	7
TOTAL	280	100

FUENTE: Población de Parambas

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.1**



#### **ANÁLISIS:**

Los resultados de la encuesta muestran que el porcentaje más alto corresponde a una extensión mediana de caña guadua que puede proveer de materia prima en forma permanente y por no disponer de más terreno y no contar con los recursos necesarios no puede en el corto plazo aumentar la extensión actual dedicada al cultivo de caña guadua, sin embargo hay un porcentaje bastante atractivo que si dispone de

cultivo de caña guadúa extensos, se puede afirmar en conclusión que si existe la materia prima en cantidad adecuada en la zona investigada.

**2. ¿Cuál es destino que da usted a la producción de caña guadúa?**

**CUADRO No.3  
DESTINO DE LA PRODUCCIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Envío al mercado de Ibarra para materiales de construcción de viviendas	151	54
Obras adicionales canales	129	46
TOTAL	280	100

FUENTE: Población de Parambas

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.2**



**ANÁLISIS:**

La mayoría de las personas encuestas afirman que el destino de su producto es la ciudad de Ibarra, porque es muy apetecida como material auxiliar en la construcción de viviendas por sus condiciones físicas, otro porcentaje le utiliza para construir canales auspiciadas por la prefectura siendo por lo tanto un uso alternativo interesante.

3. ¿Conoce usted de la aplicación de la caña guadúa para fabricar artesanías?

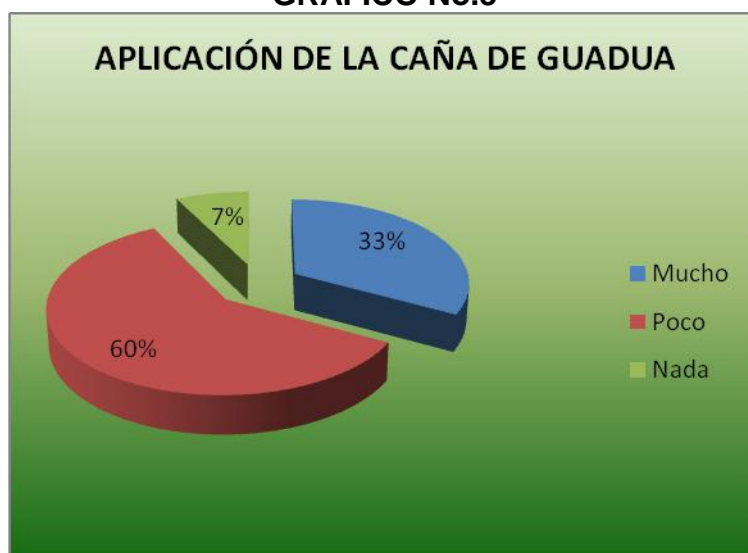
**CUADRO No.4  
APLICACIÓN DE LA CAÑA DE GUADÚA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Mucho	92	33
Poco	168	60
Nada	20	8
TOTAL	280	100

FUENTE: Población de Parambas

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.3**



**ANÁLISIS:**

Los pobladores de Parambas desconocen en forma específica la importancia que tiene la caña guadúa para fabricar artesanías porque solamente su producción la han dedicado para la venta del mercado de Ibarra y con menor frecuencia a usos domésticos, sin embargo hay un

porcentaje no despreciable de personas que si conocen y han sido capacitadas en la fabricación de artesanías de caña guadúa.

**4. ¿Se ha enterado que en la zona a existido capacitación para emprendimientos en artesanías de caña guadúa?**

**CUADRO No.5  
EXISTENCIA DE LA CAPACITACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Mucho	36	13
Poco	221	79
Nada	23	8
TOTAL	280	100

FUENTE: Población de Parambas

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.4**



**ANÁLISIS:**

Son pocas las personas que han demostrado interés para recibir capacitaciones que permitan conocer y dar inicio al emprendimiento de la elaboración de artesanías a base de caña de guadúa, la mayoría no ha demostrado interés sobre la alternativa que tiene la caña guadúa para



generar productos artesanales que podrían originar mayor rentabilidad que la actividad que el comercio actual de la caña guadúa.

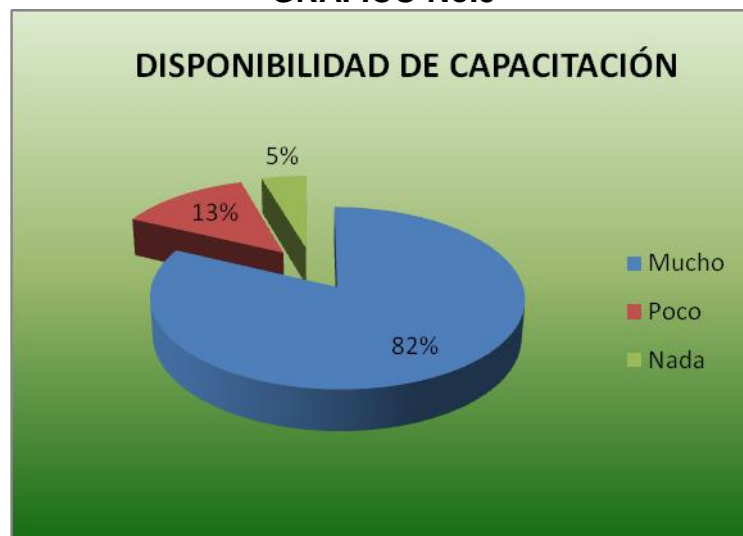
**5. ¿Estaría usted dispuesto a capacitarse para dar valor agregado a su producción de caña guadúa en forma de artesanías?**

**CUADRO No.6  
DISPONIBILIDAD DE CAPACITACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Mucho	230	82
Poco	36	13
Nada	14	5
TOTAL	280	100

FUENTE: Población de Parambas  
ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.5**



**ANÁLISIS:**

Existe un notable y marcado interés por conocer los usos alternativos de la caña guadúa porque de esta manera estarían obteniendo ingresos adicionales que mejorarían su calidad de vida y por otra parte una fuente de trabajo.

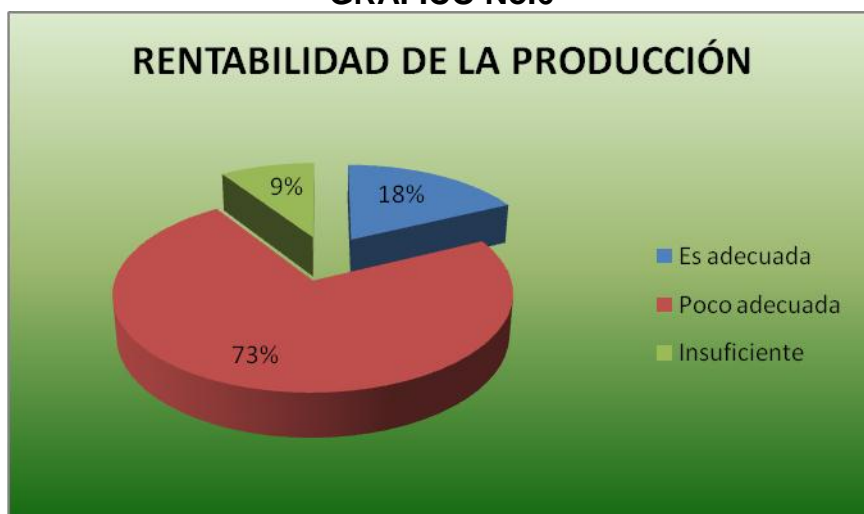
6. ¿La rentabilidad que usted tiene actualmente por la producción de caña guadúa?

**CUADRO No.7**  
**RENTABILIDAD DE LA PRODUCCIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Es adecuada	50	18
Poco adecuada	204	73
Insuficiente	26	10
TOTAL	280	100

FUENTE: Población de Parambas  
ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.6**



**ANÁLISIS:**

El mayor porcentaje manifiesta que la venta de la caña guadúa como producto final no tiene un mayor rentabilidad porque su comercialización lo hacen atreves de intermediarios lo que afecta la rentabilidad de la actividad, tomando en cuenta que es un cultivo que requiere de cuidados especiales.

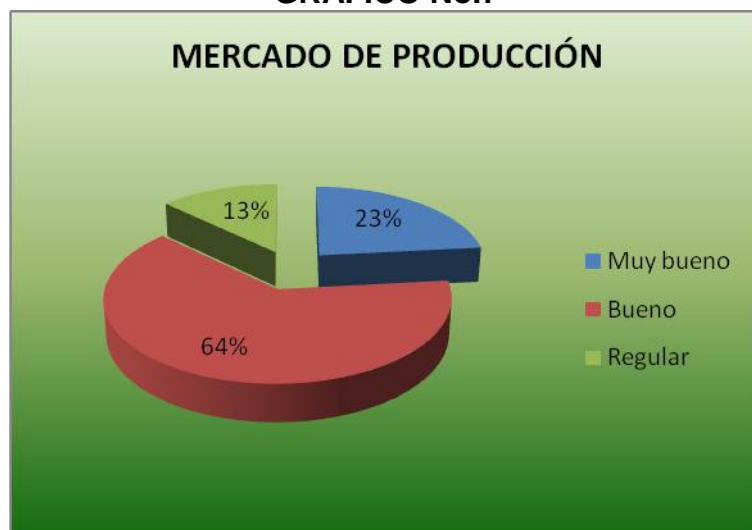
**7. ¿El mercado para la producción de caña guadúa es?**

**CUADRO No.8  
MERCADO DE PRODUCCIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Muy bueno	64	23
Bueno	179	64
Regular	37	13
TOTAL	280	100

FUENTE: Población de Parambas  
ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.7**



**ANÁLISIS:**

Los pobladores encuestados en su mayoría están de acuerdo que el mercado que existe para la caña guadúa es seguro y permanente lo cual, es un indicador de que no tienen necesidad de buscar clientes el obstáculo mayor es el transporte por el estado de las vías y los cambios climáticos.

8. ¿Cuál es el problema más crucial que enfrenta el cultivo de caña guadúa?

**CUADRO No.9  
PROBLEMAS DEL CULTIVO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Inclencias climáticas	98	35
Aparecimiento de plagas	140	50
Perdida de suelos para cultivos	42	16
TOTAL	280	100

FUENTE: Población de Parambas  
ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.8**



**ANÁLISIS:**

A pesar de ser un cultivo nativo de la zona y que en antaño era de carácter silvestre, la caña guadúa es susceptible a plagas que estos últimos años han estado atacando agresivamente agravado por la rigurosa estación invernal que hace que los cultivos se pudran tempranamente

## 1.8.2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A ARTESANOS DE SAN ANTONIO.

### 1. ¿Qué tipo de artesanías produce usted?

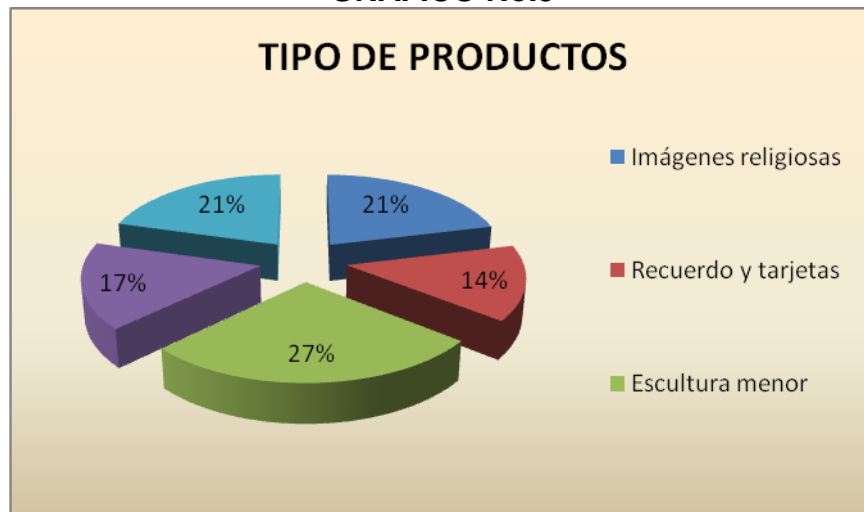
**CUADRO No.10  
TIPOS DE PRODUCTOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Imágenes religiosas	69	21
Recuerdo y tarjetas	47	14
Escultura menor	89	27
Escultura mayor	54	17
Confección de instrumentos musicales	67	21
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>100</b>

FUENTE: Artesanos de San Antonio

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.9**



### **ANÁLISIS:**

Los artesanos de San Antonio dedican sus esfuerzos para productos artesanales menores en volumen, porque son los que tiene mayor demanda así por ejemplo las esculturas menores.

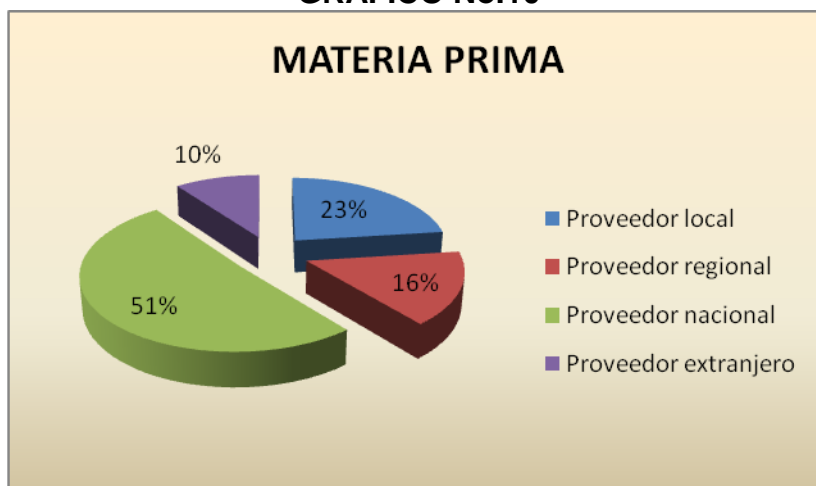
2. ¿La materia prima que utiliza en fabricación de sus artesanías son adquiridos a?

**CUADRO No.11  
MATERIA PRIMA**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Proveedor local	75	23
Proveedor regional	52	16
Proveedor nacional	166	51
Proveedor extranjero	33	10
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>100</b>

FUENTE: Artesanos de San Antonio  
ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.10**



**ANÁLISIS:**

El mayor porcentaje de proveedores de materia prima para la realización de sus trabajos es de abastecimiento nacional, porque tiene conexiones directas que permiten un abastecimiento ininterrumpido con condiciones de negociación bastante accesibles, en menor cantidad a proveedores locales porque no ofrecen muchas facilidades para adquirir.

### 3. ¿Los costos de sus productos los hace de manera?

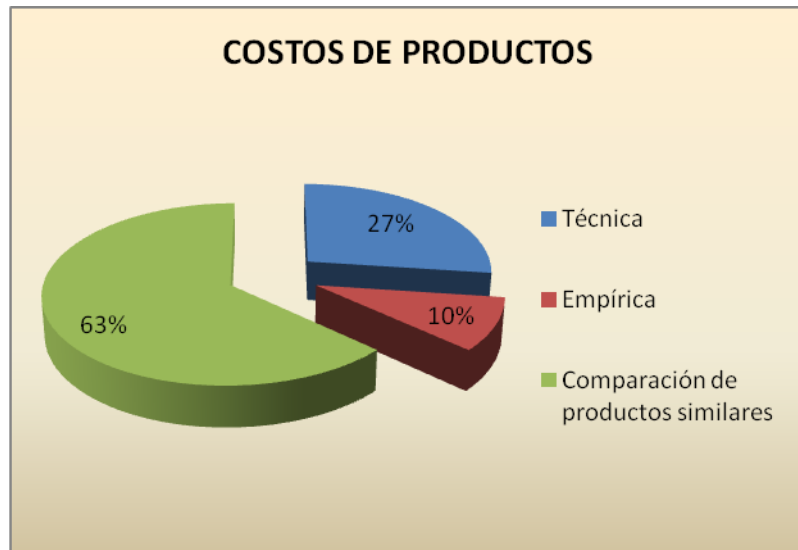
**CUADRO No.12  
COSTOS DE PRODUCTOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Técnica	88	27
Empírica	33	10
Comparación de productos similares	205	63
TOTAL	326	100

FUENTE: Artesanos de San Antonio

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.11**



#### **ANÁLISIS:**

Los costos de los productos lo aplican en base a comparaciones de productos similares que se ofertan en el mercado y es la competencia la que determina el valor final muy pocos lo hacen forma técnica para que sus costos reflejen la verdadera inversión y responda a los valores existentes en el mercado

#### 4. ¿Los precios de sus productos son fijados?

**CUADRO No.13  
PRECIO DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
En base a costos de producción	111	34
Por la oferta y demanda en el mercado	176	54
Las dos	39	12
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>100</b>

FUENTE: Artesanos de San Antonio

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.12**



#### **ANÁLISIS:**

Los precios de los productos que los artesanos en su mayoría son fijados por la oferta y la demanda existente en el mercado, de esta manera se logra una adecuada competitividad, los que lo fijan en base a costos tienen dificultad para colocar el producto.



5. ¿La mano de obra que utiliza en sus talleres está calificada por?

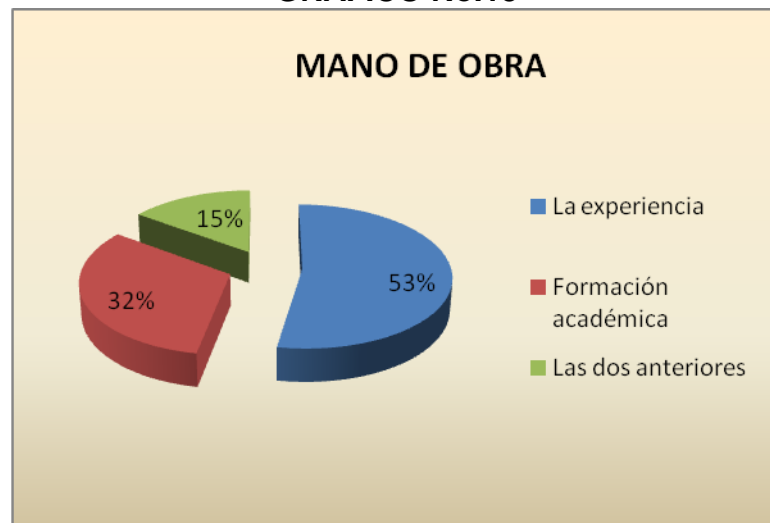
**CUADRO No.14  
MANO DE OBRA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
La experiencia	173	53
Formación académica	104	32
Las dos anteriores	49	15
TOTAL	326	100

FUENTE: Artesanos de San Antonio

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.13**



**ANÁLISIS:**

La mano de obra que utilizan los artesanos básicamente es la experiencia la que califica su idoneidad sin embargo no se descarta que también hay un porcentaje de mano de obra que ha recibido formación académica lo que demuestra que en conjunto la mano de obra es calificada.

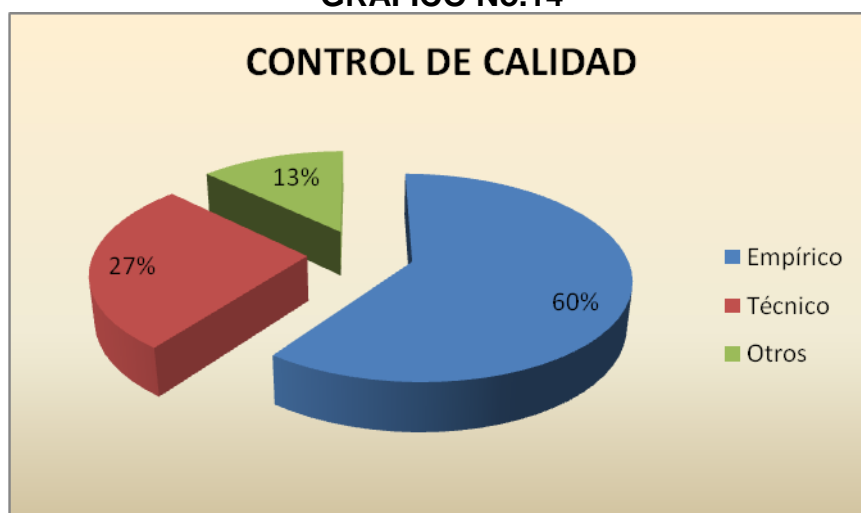
6. ¿El control de calidad que aplica al proceso de producción artesanal es?

**CUADRO No.15  
CONTROL DE CALIDAD**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Empírico	196	60
Técnico	88	27
Otros	42	14
TOTAL	326	100

FUENTE: Artesanos de San Antonio  
ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.14**



**ANÁLISIS:**

Ellos aplican para el proceso de producción artesanal un control empírico, es decir realizan una revisión breve que les permite verificar que las artesanías elaboradas cumplan con la calidad en sus acabados y responda adecuadamente a las exigencias del cliente, porque un buen número manifiesta haber sido capacitado en técnicas en elaboración de productos con calidad aceptable.

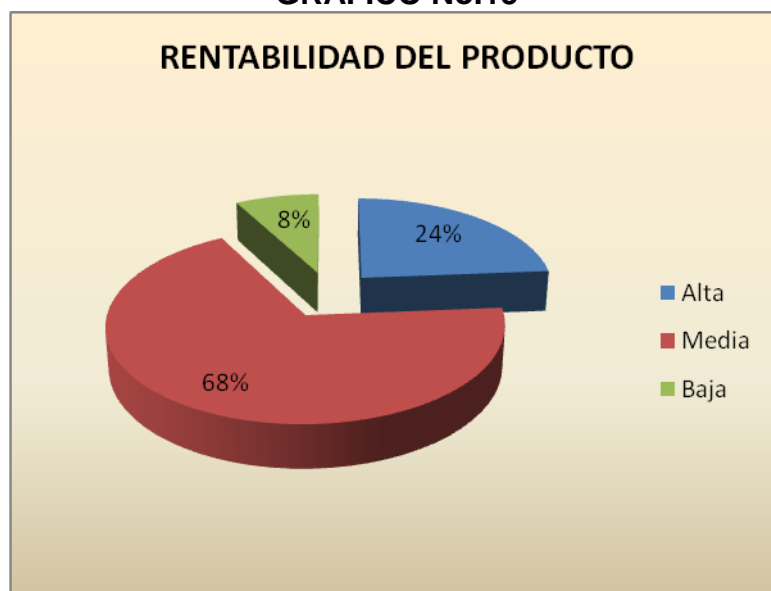
7. ¿Considera usted que la rentabilidad de su producción artesanal es?

**CUADRO No.16**  
**RENTABILIDAD DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Alta	78	24
Media	222	68
Baja	26	8
TOTAL	326	100

FUENTE: Artesanos de San Antonio  
ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.15**



**ANÁLISIS:**

Los artesanos consideran que su actividad genera una rentabilidad media, debido a que existen una alta competencia por lo tanto es una exigencia la creación de nuevas artesanías que tengan ingenio y puedan competir en el mercado en mejores condiciones evitando la copia.

## 8. ¿Cómo considera la demanda para los productos que oferta?

**CUADRO No.17  
DEMANDA DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Alta	108	33
Media	183	56
Baja	35	11
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>100</b>

FUENTE: Artesanos de San Antonio

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.16**



### **ANÁLISIS:**

La demanda que existe de las artesanías en la actualidad es media, porque son adquiridas por turistas que les gusta el arte realizado con las diferentes materiales elaborados en forma naturales que no afectan en ningún caso al medio ambiente; este punto es importante para ellos, otros consideran que la demanda del producto es alta porque han logrado cierto prestigio que les permite exportar a otros países.

9. ¿Cuáles son las mayores exigencias que ha detectado usted en el consumidor?

**CUADRO No.18  
EXIGENCIAS DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Nuevos diseños	75	23
Diseños personalizados	52	16
Acabados de calidad	111	34
Garantía del producto	88	27
<b>TOTAL</b>	326	100

FUENTE: Artesanos de San Antonio  
ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.17**



**ANÁLISIS:**

Los artesanos consideran que los consumidores del producto, lo que más exigen son los acabados de calidad y los diseños porque estos dos aspectos garantizan la calidad de los materiales utilizados y además en muchos casos son de corte personalizado.

10. ¿La capacidad de compra de sus clientes es?

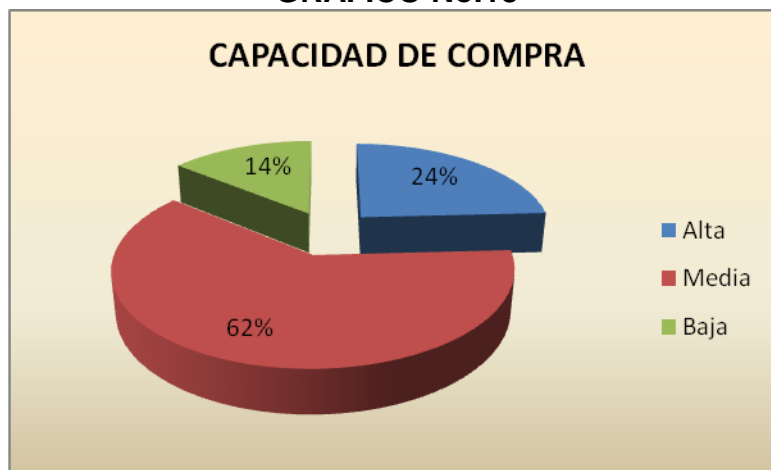
**CUADRO No.19  
CAPACIDAD DE COMPRA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Alta	78	24
Media	202	62
Baja	46	14
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>100</b>

FUENTE: Artesanos de San Antonio

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.18**



**ANÁLISIS:**

De acuerdo al monto de las ventas mensuales se saca como conclusión que la capacidad de compra de los clientes es media a demás no existe ventas de carácter permanente sino son fluctuantes porque en muchos casos hay ocasiones de alta restricciones de ventas pero no se debe descartar que también haya clientes con buena capacidad de compra.

11. ¿La competencia en el mercado de la producción artesanal es?

**CUADRO No.20**  
**COMPETENCIA EN EL MERCADO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Alta	143	44
Media	166	51
Baja	17	5
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>100</b>

FUENTE: Artesanos de San Antonio

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.19**



**ANÁLISIS:**

Consideran que la competencia existente en el mercado artesanal es media, porque a los mercados diversificados se ha logrado vender los productos a nivel nacional e internacional, lo que ayuda a amortiguar el efecto de una excesiva competencia pero la calidad del producto se impone en el mercado.

12. ¿La forma como distribuye sus productos es a través de?

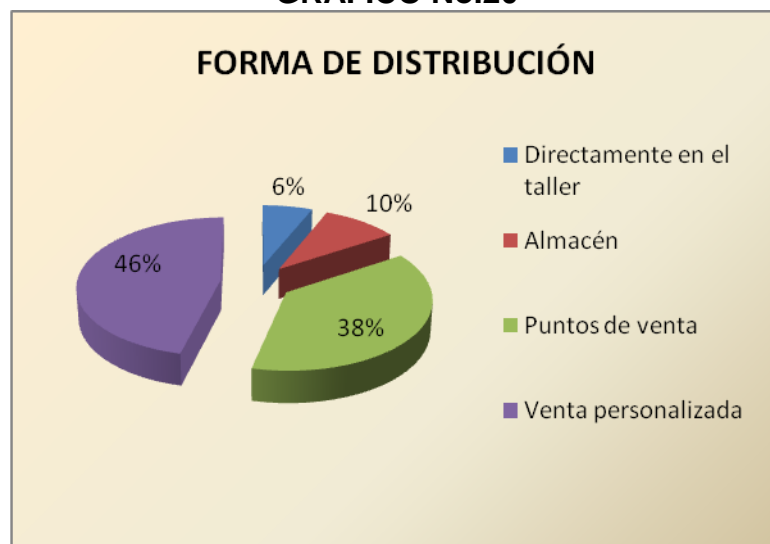
**CUADRO No.21  
FORMA DE DISTRIBUCIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Directamente en el taller	20	6
Almacén	33	10
Puntos de venta	124	38
Venta personalizada	149	46
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>100</b>

FUENTE: Artesanos de San Antonio

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.20**



**ANÁLISIS:**

Los artesanos distribuyen sus productos a través de venta personalizada porque la mayoría de ellos realizan sus contratos de venta directamente con el comerciante, otros lo hacen a través de los puntos de venta que tienen a nivel nacional, como también en los almacenes de San Antonio.



13. ¿Cuál es el mercado al que atiende preferentemente?

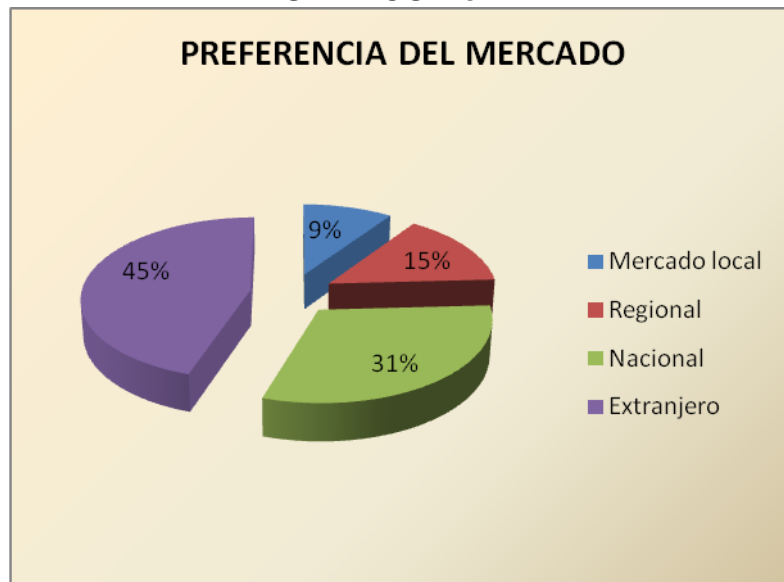
**CUADRO No.22  
PREFERENCIA DEL MERCADO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Mercado local	33	10
Regional	49	15
Nacional	101	31
Extranjero	143	45
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>100</b>

FUENTE: Artesanos de San Antonio

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.21**



**ANÁLISIS:**

La mayoría de los artesanos comentan que al mercado que preferentemente atienden es el extranjero porque existe una demanda sostenida del producto y pagan mejores precios se puede anotar que también hay una demanda bastante atractiva en el mercado nacional.

14. ¿La publicidad que realiza para sus productos lo hace a través de?

**CUADRO No.23  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Prensa escrita	33	10
Radio	121	37
Televisión	20	6
Internet	23	7
Trípticos	62	19
Propaganda volante	67	21
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>100</b>

FUENTE: Artesanos de San Antonio  
ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.22**



### ANÁLISIS:

Para dar a conocer sus artesanías prefieren utilizar el medio de comunicación radial debido a que tiene mejor cobertura y sus costos son más cómodos por otra parte también utilizan tríptico trípticos en donde detallan todos los productos que ofrecen además consta de las direcciones en donde se encuentra el local o los talleres siendo esta la forma de publicidad menos costosa, no se debe descartar que a futuro el mayor atractivo es la venta virtual.

15. ¿Para lograr mejorar su competitividad actual considera usted necesario elaborar productos con materiales diferentes a los que está utilizando actualmente?

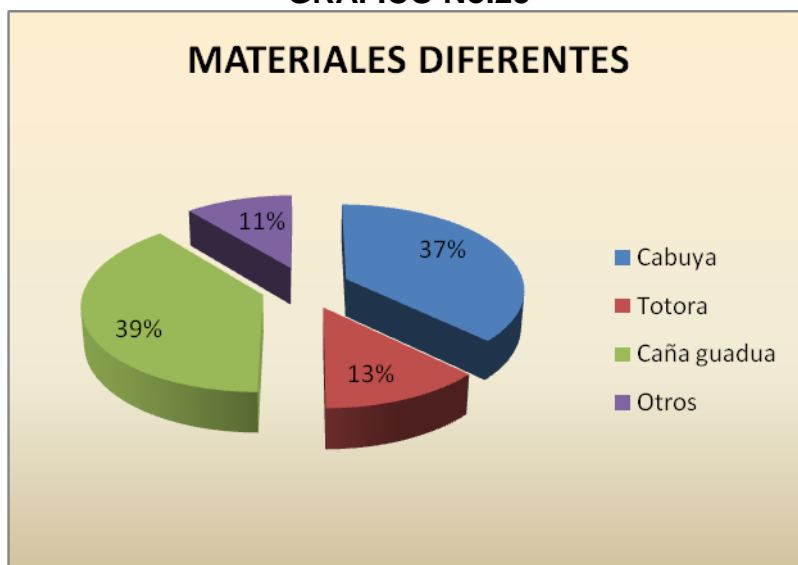
**CUADRO No.24  
MATERIALES DIFERENTES**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Cabuya	121	37
Totora	42	13
Caña guadua	127	39
Otros	36	11
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>100</b>

FUENTE: Artesanos de San Antonio

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.23**



**ANÁLISIS:**

Los artesanos consideran que es una gran oportunidad utilizar diferentes materiales en la elaboración de las artesanías porque sería una ventaja para el cliente por tener más variedades de artesanías que ofertar y además porque hay una tendencia en los cliente a utilizar productos que no tengan efectos contaminantes.

16. ¿La experiencia que tiene usted en esta actividad es?

**CUADRO No.25  
EXPERIENCIA EN LA ACTIVIDAD**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Suficiente	78	24
Medianamente suficiente	228	70
Insuficiente	20	6
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>100</b>

FUENTE: Artesanos de San Antonio

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.24**



**ANÁLISIS:**

Ellos consideran que la experiencia que tienen en la actividad de producir nuevas artesanía con materiales no tradicionales es media pero están dispuestos a tener capacitación para lograr la fabricación de productos artesanales con materiales diferentes a los que actualmente están utilizando.

17. ¿Cuál es su nivel educativo?

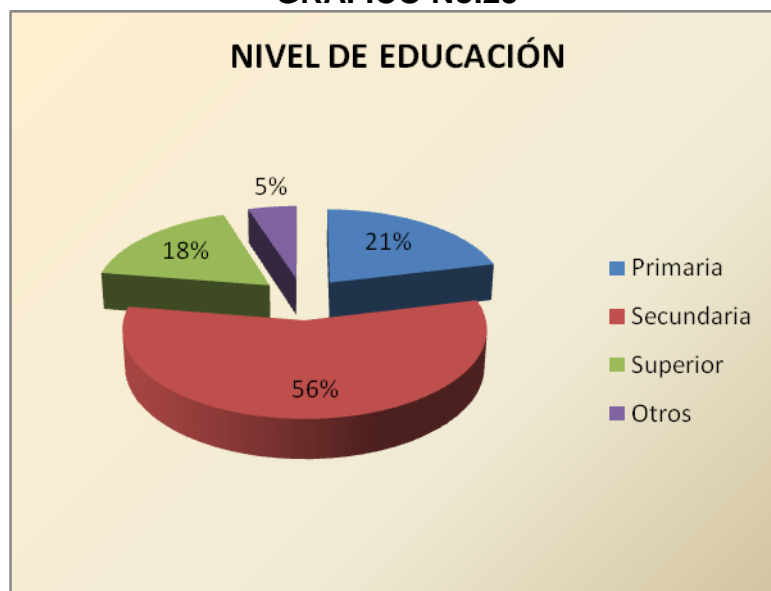
**CUADRO No.26  
NIVEL DE EDUCACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Primaria	68	21
Secundaria	183	56
Superior	59	18
Otros	16	5
<b>TOTAL</b>	326	100

FUENTE: Artesanos de San Antonio

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.25**



**ANÁLISIS:**

La mayoría de los artesanos tienen un nivel de educación secundaria porque se han preocupado por obtener el título de bachiller para no tener inconvenientes a futuro y mejorar sus conocimientos y de esta manera aplicarlos a su trabajo, son muy pocos los que tienen el nivel primario.

**18. ¿Usted pertenece alguna organización artesanal?**

**CUADRO No.27  
ORGANIZACIÓN ARTESANAL**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Si	277	85
No	49	15
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>100</b>

FUENTE: Artesanos de San Antonio  
ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.26**



**ANÁLISIS:**

Los artesanos comentan que la mayor parte de ellos pertenece al gremio de artesanos el mismo que está pendiente de buscar nuevas estrategias de apoyo en donde el artesano pueda gozar de privilegios que le permita seguir manteniendo su negocio. También existen artesanos que no pertenecen a ninguna organización porque ellos personalmente realizan su actividad buscando los convenios que más les favorezca.

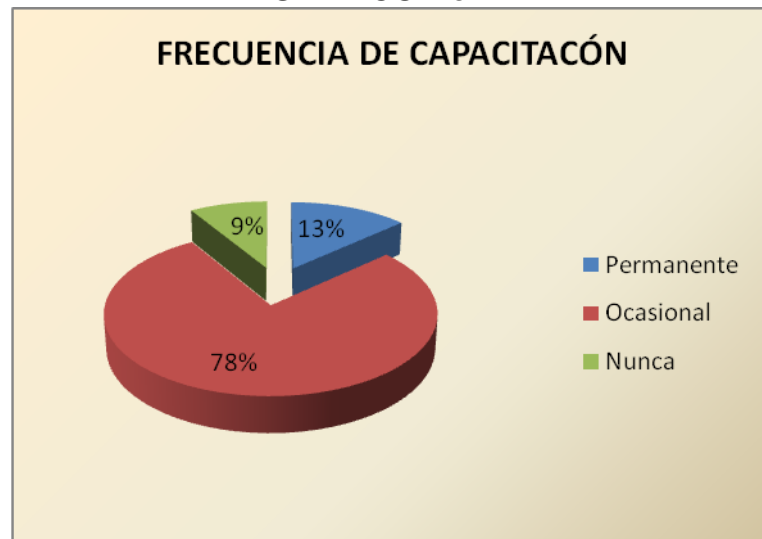
19. ¿La capacitación del talento humano para el desempeño de las actividades es?

**CUADRO No.28  
FRECUENCIA DE CAPACITACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Permanente	42	13
Ocasional	254	78
Nunca	30	9
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>100</b>

FUENTE: Artesanos de San Antonio  
ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO No.27**



**ANÁLISIS:**

La capacitación que ellos brindan a sus colaboradores es ocasional debido a que no cuentan con el presupuesto necesario para contratar profesionales para dictar los cursos respectivos. Un porcentaje no muy alto manifiesta que si mantiene un plan de capacitación permanente del personal que trabajo con ellos porque consideran que un talento humano capacitado hace que prospere el negocio.

## **1.9. Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.**

### **1.9.1. Aliados.**

- Amplia oferta de artesanías elaboradas con materiales diferentes.
- Disponibilidad de proveedores de materia prima con precios razonables
- Lugares estratégicos y ampliamente socializados para que el cliente pueda adquirir el producto
- Políticas de las organizaciones artesanales para mejorar la calidad del trabajo artesanal
- Existencia suficiente de materia prima que puede utilizar el proyecto

### **1.9.2. Oponentes.**

- Alta competencia existente en la elaboración de productos artesanales
- La falta de capacitación para crear nuevos diseños
- El apoyo a la exportación es bastante limitado.
- Ciertos materiales que se utilizan en las artesanías están regulados por políticas de estado para evitar su extinción

### **1.9.3. Oportunidades.**

- Políticas del ministerio de turismo para promocionar las artesanías ecuatorianas en el mercado externo
- Reconocimiento internacional de las artesanías San Antonio
- Nuevos materiales no contaminantes que replacen a los tradicionales para fabricar artesanías
- Existencia de institutos para capacitar a los artesanos en nuevas formas de producción



#### **1.9.4. Riesgos.**

- La inestabilidad económica que produce subidas constantes de insumos y materias primas
- Aparecimiento de artesanías similares con materiales sintéticos y de bajo precio
- Contrabando de artesanía en especial de Perú y Bolivia
- Competencia desleal

#### **1.10. Identificación del problema diagnóstico.**

De acuerdo a lo investigado en el diagnóstico, hay dificultades para aprovisionarse de materia prima e insumos para la producción de artesanías tradicionales lo que encarece los precios y restringe la demanda pero el aparecimiento de nuevos materiales no contaminantes como es el caso de la caña guadúa va a originar una nueva forma de hacer artesanías con diseños creativos y además no contaminante, es importante resaltar que este material es noble de larga duración y bajo costo y al tener a disposición instituciones para capacitar al artesano se puede incursionar en este tipo de artesanías con éxito porque no es únicamente la experiencia la que le va a fortalecer sino el conocimiento técnico debidamente planificado y con un mercado potencial deseoso de tener nuevas ofertas artesanales.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. La caña de guadúa

**ILUSTRACION No.1  
MANCHA DE CAÑA GUADÚA**



**ELABORADO POR:** La Autora

“La caña de guadúa es una planta nativa, propia de América Latina, esta planta es de rápido crecimiento, de fácil manejo y reproducción, tiene tallos robustos, motivo por el cual es utilizada en la construcción de casas, puentes, artesanías, muebles, instrumentos musicales entre otros.” GIRALDO Edgar, (2005), **Una Alternativa Sostenible La Guadúa**, pág.27

Además nos ofrece muchas ventajas desde el punto de vista ecológico ya que nos ayuda a conservar vertientes de agua, este es un recurso que permitirá proteger los bosques subtropicales de la provincia de Imbabura.

### **2.1.1. Importancia de la caña de guadúa**

#### **a. A nivel social**

La caña guadúa es utilizada en la construcción de techos, paredes, ventanas, paredes de casa, debido a sus características físicas, mecánicas resistencia y durabilidad. Además es importante porque brinda beneficios de acuerdo a los diversos usos: muebles, artesanías, instrumentos musicales, escaleras, puentes colgantes, construcción de galpones, jaulas para la crianza de aves, cercados de terreno, etc.

Las personas que viven en sectores donde se desarrolla la caña guadúa pueden obtener la materia prima necesaria para elaborar artesanías de calidad, permitiendo mejorar sus condiciones de vida, ya que es una alternativa de empleo que no se necesita de mucha inversión para poder dedicarse a este tipo de negocio, brindando al mercado productos artesanales de buena calidad.

#### **b. A nivel ambiental**

La presencia de raíces entretrejidas en un guadual ayuda a que el agua se infiltre en el suelo y no se produzca la erosión, en la época lluviosa los guaduales absorben gran cantidad de agua, que luego para la época seca es retenida y que paulatinamente es devuelta al río o vertiente.

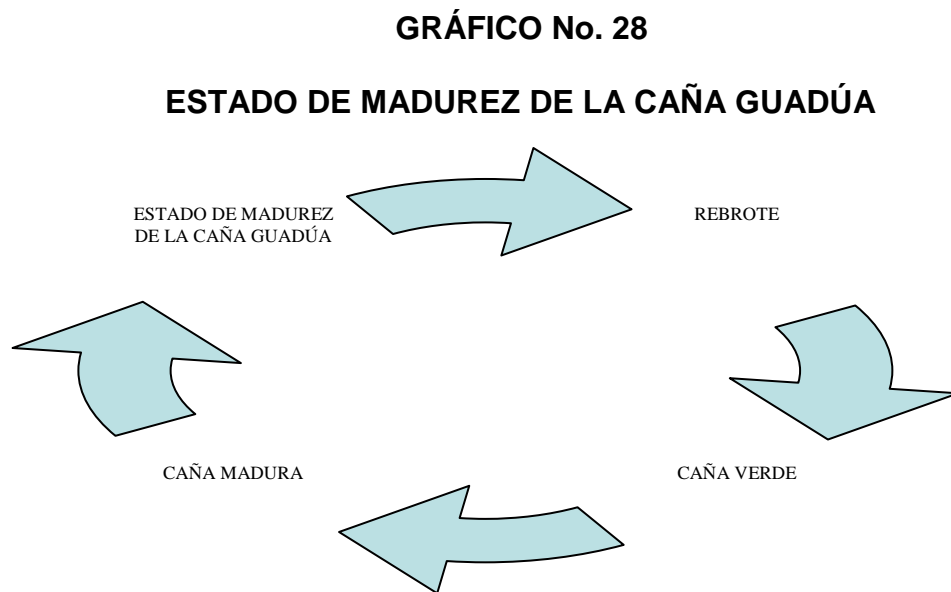
Además las manchas de caña de guadúa ayuda a purificar el aire absorbiendo gran cantidad de CO<sub>2</sub> y liberando oxígeno, los guaduales son el hábitat de muchas otras especies de plantas y animales: aves, insectos, reptiles y anfibios. La guadúa nos ayuda a conservar las fuentes de agua, es un elemento clave para la naturaleza.

### 2.1.2. Características del guadual

La mancha de caña guadúa se caracteriza por tener varios individuos en diferentes estados de madurez y se puede encontrar: rebrotes, cañas verdes, cañas maduras y si no tiene un manejo se puede encontrar hasta cañas secas.

Con el manejo se quiere lograr que en el guadual exista una máxima producción de cañas con una rentabilidad equilibrada, y de acuerdo a los estudios realizados por GIRALDO Edgar, “Un guadual manejado sustentablemente debe contener como mínimo entre 67 y 70% de guadúas maduras, entre el 20-50% de guadúas verdes, del 5 al 10% de rebrotes”. Aut.cit., **Una Alternativa Sostenible La Guadúa,** pág. 88

En el guadual se presenta los siguientes estados de madurez:



**ELABORADO POR: La Autora**

**2.1.2.1 Rebrote:** es aquel individuo que nace desde el suelo y que está cubierto por hojas caulinares hasta una edad de 6 meses.

### **ILUSTRACION No.2**

#### **REBROTE**



**ELABORADO POR:** La Autora

**2.1.2.2 Caña verde:** Esta fase se inicia cuando las hojas caulinares de la parte apical del tallo comienzan a desprenderse, una a una dándole pasó a las ramas primarias, el color de la caña es verde intenso y brillante, esta fase dura entre uno y tres años.

### **ILUSTRACION No.3**

#### **CAÑA VERDE**



**ELABORADO POR:** La Autora

**2.1.2.3 Guadúa madura:** Caracterizada por la desaparición del color verde y brillante del tallo y la aparición de manchas blanquecinas que cubren cada uno de los canutos de la caña, esta fase de madurez se da a partir del cuarto año, cuando la guadúa ha adquirido la configuración enunciada se puede decir que es apta para ser aprovechada ya que el tallo está en el óptimo grado de resistencia.

**ILUSTRACION No.4  
GUADÚA MADURA**



**ELABORADO POR: La Autora**

La etapa más apropiada o la fase más apta para el aprovechamiento de los tallos es cuando la caña guadúa está madura ya que esta lista para ser transformada en materia prima que servirá para la elaboración de artesanías.

**2.1.3. Situación geográfica de la caña de guadúa**

Con la deforestación de los bosques empezaron aparecer los remanentes de caña guadúa que normalmente se encuentran ubicados a las orillas de los ríos. Varias personas empezaron a propagar la caña seleccionando material vegetativo de su lugar de origen y transportándola a diferentes sitios del país y del mundo, razón por la cual la caña guadúa se

encuentra ampliamente distribuido en América Latina, desde la zona central y sur de México incluyendo los países de centro América y Sud América.

En los Andes ecuatoriales generalmente ocupa lugares con condiciones de suelos fértiles, húmedos, selváticos y también lugares secos costeros.

La temperatura y la precipitación son factores que determinan y limitan la distribución y desarrollo de esta especie, no obstante posee gran capacidad para adaptarse al medio subtropical.

#### **2.1.4. Situación económica de la utilización de la caña guadúa**

“Especialmente en Colombia la guadúa es la especie con mayores posibilidades económicas, ya que su utilización en la construcción y la industria, permiten disminuir costos, cuando es empleada como materia prima.” Aut. Cit, **Una Alternativa Sostenible La Guadúa**, pág.27

En la costa ecuatoriana encontramos varias comunidades que han venido utilizando la caña guadúa para la construcción de casas, y en los últimos años varias personas de la región le han utilizado para la elaboración de artesanías, siendo una actividad que ha trascendido a varias partes del país. La caña guadúa es una especie que ayudara al Ecuador igual que a Colombia a mejorar la situación económica de la población ecuatoriana, ya que este recurso natural nos ofrece muchas ventajas, desde el punto de vista ecológico y económico.

Por sus excelentes propiedades físico-mecánicas, por su resistencia al ataque de insectos, por su belleza escénica y tal vez, por lo más importante, la diversidad de aplicaciones no igualada por ninguna otra especie forestal, representa una valiosa alternativa económica que ha contribuido a mitigar la problemática social el campo.

### **2.1.5. Proceso de producción de la caña guadúa**

La caña guadúa se puede obtener de forma natural y de plantaciones realizadas por el hombre.

De forma natural encontramos guaduales que han sido producidos por la naturaleza y que se encuentran en la orillas de los ríos o en las nacientes de las quebradas, muchos de estos guaduales al no tener un manejo presentan individuos en un estado de madurez muy longevo presentándose muchas cañas secas que no son aptas para la elaboración de las artesanías, por eso es muy importante empezar a eliminar estas cañas indeseables para luego instalar un manejo técnico de los guaduales, y obtener cañas maduras de buena calidad que servirán de materia prima para la elaboración de artesanías.

La caña de guadúa se obtiene también de las plantaciones realizadas por el hombre que se encuentran ubicadas en terrenos cercanos a fuentes de agua, quebradas y potreros.

Dentro de las funciones más importantes que cumplen los bosques de caña guadua, una vez establecidos es la de protección y conservación, la de producción comercial, la ornamentación o el establecimiento para sus usos combinados.

Para realizar una plantación de caña guadúa debemos tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:



## GRÁFICO No.29 CULTIVO Y MANEJO DE LA CAÑA GUADÚA



ELABORADO POR: La Autora

- a. **Obtención del material para siembra:** La plántulas para la siembra se preparan desde el vivero, donde se deben tener los cuidados mínimos requeridos para contar con buenas condiciones físicas y fitosanitarias, el material debe ser fuerte, vigoroso y de buen desarrollo tanto foliar como radical

## ILUSTRACION No.5

### PLÁNTULAS DE CAÑA GUADUA



ELABORADO POR: La Autora

- b. Distancia de siembra:** La distancia de siembra en la plantación de guadúa, depende del objetivo del cultivo: “Cuando el guadua se establece con el fin de proteger o conservar suelos o cualquier otro ecosistema, el sistema de siembra es en triángulo y la distancia mínima entre plántulas es de 2.50 m por 2.50 m. Si el fin es de producción entonces, el sistema de siembra será a 5m por 5m en cuadro”. ALVAREZ UREÑA Mario , (2005), **Plantemos Bambú Guadúa Para Cosechar Casas**, pág.103-105
- c. Localización y preparación del terreno:** Inicialmente el área a plantar debe localizarse en cartografía de escala mínima de 1:25.000 y en ella identificar los linderos, fuentes de agua, de energía eléctrica, vías, instalaciones e infraestructura.
- d. Trazos, planteo y hoyados:** “Una vez preparado el suelo y definida la distancia entre plántulas, se procede el trazo, mediante el empleo de estacas; en el contorno de ellas se efectúa una limpia en un diámetro mínimo de 1.5m y en el centro se realiza el hoyo. Los hoyos deben tener dimensiones de 0.40 n x 0.40m x0.40m; lo cual favorece el crecimiento y desarrollo del rizoma, así como la

penetración y difusión de las raicillas”. Aut. Cit, (2005), **Plantemos Bambú Guadúa Para Cosechar Casas**,, pág.103-105

### **ILUSTRACION No.6 SIEMBRA DE LA CAÑA GUADUA**



**ELABORADO POR:** La Autora

- e. Limpieza y planteos de mantenimiento:** La guadúa al igual que otros cultivos productivos, requiere durante los primeros años, estar libre de malezas que le ocasionan competencia, para lo cual utilizamos el planteo que consiste en mantener totalmente libre de malezas y obstáculos a la plántula de caña, el mismo que favorecerá su desarrollo.

### **ILUSTRACION No.7 PLANTACION DE CAÑA GUADÚA**



**ELABORADO POR:** La Autora

- f. Fertilización durante la primera etapa:** Durante la primera etapa de desarrollo se recomienda el empleo de fertilizantes con bajo grado de nitrógeno, alto de fósforo y moderado de potasio, en la mayoría de las regiones consideran que para efectuar la fertilización se debe aplicar con precaución como en cualquier cultivo
- g. Podas y entresacas de mejoramiento entre los 4 y 6 años:** Durante los tres primeros años de establecida la plantación, únicamente se deben cortar los tallos y ramas que estén totalmente secas, esta práctica es llamada comúnmente (aclareos) y se realiza cuando el guadual ha llegado a la etapa de latizal, es decir, la etapa en la cual la planta sembrada ha evolucionado, pero sin llegar a generar guadúas con diámetros y alturas debidamente desarrolladas.

Para conseguir cañas de buena calidad de este recurso forestal hay que tomar en cuenta el proceso productivo, ya que por medio de esto obtendremos una materia prima de calidad para la elaboración de los diferentes productos artesanales.

#### **2.1.6. Corte de la caña guadúa en época adecuada**

Ciertas observaciones de campo han demostrado que existe una correlación entre el contenido de la humedad de la guadúa y la fase de la luna durante la cual se realiza su corte.

“Cuando la luna se encuentra en su plenitud (luna llena), hay mayor circulación y contenido de humedad en el interior de la planta. Jamás se debe cortar la guadúa en esta fase lunar. Lo contrario sucede cuando la luna se encuentra en su mínima expresión (menguante o fase oscura).

Hay poca o ninguna circulación de líquidos en el interior de la planta.”  
CASTAÑO Francisco, (2005), **Guadúa para todos cultivo y aprovechamiento**, pág.164.

Esta es la época ideal para realizar el aprovechamiento y la preservación de los tallos. El corte entonces debe realizarse, entonces, en menguante, preferiblemente en las horas de la madrugada entre las 3 y las 5 am.

### **2.1.7. Comercialización de la caña de guadúa**

La comercialización de la Guadúa se realiza entre el productor que es el propietario de las manchas de caña guadúa y el consumidor que es la persona que elabora las artesanías en caña guadúa, muchos de los artesanos no son productores, por lo que tienen que hacer un gran recorrido seleccionando los guaduales de donde se pueden obtener guadúas de buena calidad, una vez seleccionados los guaduales el productor se compromete a realizar un manejo adecuado para obtener materia prima de buena calidad y así ofrecer un buen producto a los artesanos.

El productor se encarga de la contratación del personal especializado, que efectuara las faenas de corte, transporte menor interno y la movilización a los sitios de consumo, con los permisos correspondientes otorgados por la autoridad ambiental.

### **ILUSTRACION No.8 APROVECHAMIENTO DE LA CAÑA GUADUA**



**ELABORADO POR: La Autora**

### **2.1.8. Preservación y secado de la caña guadúa**

La preservación de la caña guadúa se realiza en un tanque que contiene agua mezclada con boro y bórax en una proporción de “1 Kilo de Ácido Bórico y 1 Kilo de Bórax en 50 Litros de agua. Se procede a hacer la inmersión de la guadúa en el tanque por un lapso de 5-8 horas. Posteriormente se deja escurrir en forma vertical”. MUÑOZ HENAD Juan Pablo, (2010), **Prácticas del secado de la Guadúa**, Pág. 115

El secado se realiza armando pilones de caña separadas entre sí, para que exista suficiente movimiento de aire y se disminuya la humedad de las guadúas, con la finalidad de evitar rajaduras en las cañas al momento de elaborar las artesanías. Este proceso puede durar de 15 días hasta un mes dependiendo de la época seca o lluviosa.

### **2.1.9. Partes comerciales de la guadúa**

Los distintos cortes dependen del uso al que se destinarán los tallos según indique la demanda en el mercado. Los tipos de uso, a su vez, están relacionados con los patrones culturales del empleo de la guadúa.

A continuación se hace una descripción de las partes comerciales de la guadúa:

**2.1.9.1 Cepa:** Es la sección basal del tallo. Su longitud es de 4 metros. Esta sección es la que, en promedio, tiene los mejores diámetros; asimismo, es la que posee mayor resistencia por la corta distancia entre sus nudos y por el espesor de sus paredes especialmente en el primer y el segundo nudos. Se utiliza para hacer estacones para canastos y tiras para la producción de laminados. Según: MINISTERIO DEL AMBIENTE, (2002), **Norma unificada en guadúa**, pág.8. “Estas se obtienen partiendo los primeros 8-12 m del tallo en tiras, de longitud variable y de 1-4 cm de grosor por 3 cm de anchura, y que luego se cepillan para transformalas en

tablillas, las mismas que serán unidas con pegamento para formar los laminados de guadua”.

**2.1.9.2 Basa:** Esta sección, cuya longitud varía entre 4 y 8 metros, es la más comercial de la guadúa por su excelente relación peso-resistencia. Es la parte más homogénea en cuanto a la distancia entre los nudos del tallo y el grosor de las paredes. De ella se saca un subproducto de primera transformación llamado esterilla que se obtiene mediante el picado en los nudos y apertura longitudinal de la basa.

### **2.1.10. Artesanías de la caña guadúa**

“El empleo de la Guadúa en la fabricación de artesanías proviene de muchos años atrás, ya que desde la colonización se utilizaron pedazos de guadúa para fabricar elementos cotidianos como vasijas para comer, caminadores, cabos de herramientas, cubiertos para consumir alimentos y cajas para guardar elementos específicos y valiosos en algunos casos”. ZULETA Andrés, (2005), **Bambú Construcciones**, pág.1-5

En el Ecuador la gente no ha tenido la costumbre de utilizar la caña guadua, sin embargo en los últimos años se ha tratado de promover la utilización de la guadua gracias al apoyo de ONGs y de instituciones gubernamentales, y es así como también se ha promovido su utilización en este sector del País.

Actualmente, se está utilizando este valioso recurso natural como materia prima para elaborar varios productos artesanales en el taller Artesanal de la comunidad Parambas.

### **2.1.11. Proceso de producción de artesanías**

Se puede definir a la producción de artesanías como el conjunto de actividades encaminadas a transformar la materia prima en bienes que satisfagan las necesidades del consumidor final y la obtención de rentabilidad para quien elabora el producto.

La artesanía en caña de guadúa se la puede realizar con materiales muy sencillos como pueden ser una hoja de rasurar, un cortaplumas, una gubia, un machete, un torno manual, un formón, etc.

La comunidad cuenta con instrumentos eléctricos como son la sierra cortadora con motor eléctrico de 1.5 HP, tupi, Lijadora, cepillo de mano, martillo, flexómetro, lijas, pincel, brocha, pinturas, laca, barniz, que además de las descritas anteriormente facilitan la elaboración de las artesanías.

Una vez seleccionadas las guadúas debidamente secas y preservadas, empieza la medición de las cañas para elaborar la artesanía que tiene como fin el artesano elaborar, que puede ser una silla, un cenicero o una lámpara.

Luego de ser cortadas las cañas se procede a realizar el lijado de las mismas.

Se procede a realizar el armado de las piezas ara producir una lámpara, sillas, camas o la artesanía que desea el artesano realizar.

Siempre se debe tener a mano un papelógrafo, cuaderno o pizarrón donde se puedan desarrollar las ideas y elaborar un plan de trabajo.

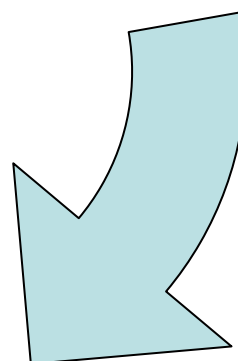
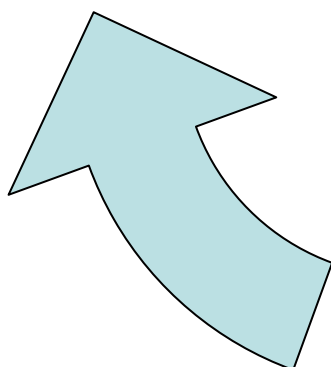
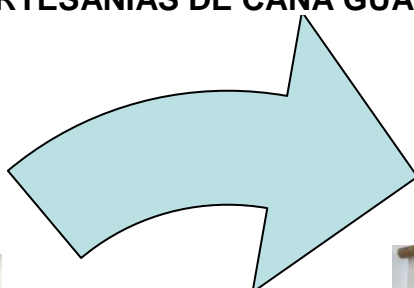


### 2.1.12. Productos elaborados a base de caña de guadúa

De la guadúa se pueden obtener diversos productos artesanales como: lapiceros, llaveros, palillos, cerillas, aretes, pitos, collares, y artesanías lujosas como, juegos de sala, comedor y dormitorio, instrumentos musicales, utensilios de cocina, portapapeles, portadiscos, alcancías, ceniceros, fruteros, joyeros y lámparas.

GRAFICO 30

#### ARTESANIAS DE CAÑA GUADUA



ELABORADO POR: La Autora

### **2.1.13 Aspectos sociales y económicos de la guadúa**

Alrededor de la guadúa tiene lugar una serie de actividades realizadas por diferentes personas o entidades, que van desde el establecimiento y el manejo de los guaduales hasta la comercialización y industrialización de los productos derivados de esta especie.

“En términos económicos modernos, se denomina cadena productiva que interactúa en torno a un sistema productivo sostenible y rentable, como, por ejemplo, el de la guadúa.” Aut. Cit, (2005), **Guadúa para todos cultivo y aprovechamiento**, pág.173.

La cadena productiva es importante para los actores del manejo sostenible de la guadúa (propietarios, guaderos, corteros, industriales), pues en la medida en que esta cadena logre una innovación tecnológica que permita mayor competitividad en los mercados nacionales e internacionales, y un mayor valor agregado y una mejor calidad de los productos y servicios, podrán obtener mayores ingresos económicos, y generar mayores fuentes de trabajo.

**2.1.13.1. Comercializadores:** Son intermediarios entre el productor. (Propietario del guadual) y el consumidor final. Por lo general son propietarios de un depósito de maderas, que obran como canal de comercialización tanto en regímenes productores como centro de mercadeo y consumo, comprando la guadua a propietarios o guaderos y determinan la calidad de la guadua en términos de madurez, grosor, resistencia, rectitud, entre otros aspectos.

**2.1.13.2 Transportadores:** cumplen el papel de transportar las guaduas desde la fincas hasta los depósitos y, desde allí hasta los centros de consumo.

**2.1.13.3 Propietarios y guaderos:** Practican el secado natural y la inmunización en el momento de apeo de los tallos o después de la transformación primaria de los productos.

**2.1.13.4 Artesanos:** en forma artesanal o industrial, transforman la guadúa en productos semi-elaborados o elaborados, de acuerdo con las especificaciones dadas o deseadas por el consumidor, de acuerdo con las necesidades ya sean estas en muebles, adornos, lámparas, canastos, entre otros.

## **2.2. Producción**

Se puede definir a la producción como el conjunto de actividades encaminadas a transformar la materia prima en bienes que satisfagan las necesidades finales y la obtención de rentabilidad para quien lo genera.

### **2.2.1 Unidad de producción**

Actualmente la unidad de producción está conformada por un número de personas que desean explotar sus conocimientos aplicando un proyecto productivo que le permita obtener ciertas utilidades que estén en beneficio de la Unidad, para fortalecer su desarrollo y mantenerle competitivamente en el mercado. Además tiene la función de determinar si cumple o no satisfactoriamente con la responsabilidad social, entregando a la comunidad lo que realmente necesita, para lo cual se concentra en incrementar la participación de su producto en el mercado local.

“La producción artesanal (o de una sola vez de producción) es el proceso de fabricación a mano con o sin ayuda de herramientas. el termino artesanía se refiere a la producción de una técnica de fabricación aplicada en los pasatiempos de la Artesanía, pero también fue el método común de fabricación en la previa al mundo industrializado . Por ejemplo la

producción de la cerámica emplea métodos de producción artesanal.”  
VERGARA Kevin, **En Fabricación y producción en la pag.**  
**www.tueconomia.com**

Es un conjunto organizado que utiliza recursos humanos, herramientas tecnológicas y financieras destinadas a desarrollar actividades de producción, comercio o servicios, con la finalidad de obtener beneficios económicos y personales.

### **2.2.3 Características generales de las Unidades de Producción**

**2.2.3.1. Trabajo Familiar:** Las Unidades de Producción se forman generalmente por decisión familiar en donde la participación de miembros del hogar es de vital importancia para la sobrevivencia de la misma, especialmente en sus comienzos y en los periodos de crisis económicas.

**2.2.3.2. Limitación de capital:** Las Unidades de Producción operan con un capital reducido, que le permite invertir una pequeña cantidad de dinero en maquinaria, infraestructura, equipos, etc.

**2.2.3.3. Organización del trabajo:** En las Unidades de Producción no existe una clara separación de las funciones y del capital de la misma, el dueño y el administrador, carecen de una definida división del trabajo, cumpliendo con estas funciones una misma persona.

**2.2.3.4. Limitaciones Tecnológicas:** Se caracterizan por la utilización de tecnologías simples y artesanales. La disponibilidad de maquinarias y herramientas es inferior a la observada en el estrato moderno.

**2.2.3.5. Estrategia Comercial:** Las Unidades de Producción se orientan a mercados de fácil acceso o con pocas restricciones de entrada, generalmente se trata de mercados locales.

## **2.3. Aspectos del mercado**

### **2.3.1. Demanda**

La demanda es conocida como una necesidad que el mercado tienen por un producto o servicios, consiste en buscar mecanismos que le permita abastecerse en poco tiempo de los productos para satisfacer al cliente, el mismo espera adquirirlos a precios cómodos sin afectar al consumidor.

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

La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción. Para la clasificación de la demanda se la realiza de acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos.

### **2.3.2. Oferta**

La oferta se relaciona directamente con el mercado, consiste en la venta de un bien o servicio que está dirigido especialmente a un segmento determinado de consumidores, produciendo una cierta cantidad que es fijada de acuerdo al comportamiento del mercado.

“Es el conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y éste constituye competencia para el proyecto”. Manifiesta JACOME, Walter. (2005), **Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión**, pág. 101.

Además el comportamiento de los competidores actuales y potenciales proporciona una indicación directa e indirecta de sus intenciones, motivos, objetivos, estrategias actuales y sus capacidades para satisfacer con eficiencia las necesidades de parte o del total de consumidores actuales y potenciales que tendrá el proyecto, aspecto de vital importancia para establecer estrategias que permitan desempeñarse mejor que otras empresas.

## **2.4. Comercialización**

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

La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios, esta estrategia de comercialización es la adecuada y debe contener los siguientes aspectos del mercado:

### **2.4.1. Producto**

El Producto es conocido como un bien o servicio que se ponen a disposición de los consumidores, es el resultado tangible de la acción del trabajo y con otros factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer las necesidades, puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción.

“Es un artículo, servicio o idea que consta de un grupo de atributos tangibles e intangibles que satisfacen a sus consumidores y se consiguen a cambio de dinero o algún otro elemento de valor”. KERIN, Roger A., HARTLEY, Steven W., RUDELIUS, William, (2006), **Marketing “CORE”**, Pág. 212

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

#### **2.4.2. Precio**

El precio es el único factor que otorga ya sea un ingreso o una pérdida en la empresa, se considera importante aplicar las siguientes variables:

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

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

El precio es la cantidad monetaria que se establece al vender, y que los consumidores están dispuestos a comprar un bien o servicio. Cuando la oferta y la demanda están en equilibrio, con el único fin de satisfacer sus necesidades, el valor que le corresponde a cada bien y a cada producto, es el costo que establece el mercado o también dependiendo su costo de producción que el consumidor debe pagar por la adquisición del mismo.

### **2.4.3. Plaza**

La mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, una serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio.

“Son unidades de la organización, que pueden ser internos, como la fuerza de ventas propia; y externos como mayoristas, minoristas, detallistas, distribuidores, para acercar el producto al mercado”. MONTAÑO, S. Francisco, (2005), **Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el Éxito**, pág. 103

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

### **2.4.5. Promoción**

La promoción es una variable muy importante ya que se refiere a la combinación de las funciones de ventas, promoción, publicidad, y relaciones públicas, cuya finalidad es que el cliente conozca, acepte y adquiera el producto o servicio, es decir son actividades diferentes de venta como la personal y la venta masiva que estimula al consumidor para que efectúe su compra. La promoción es la comunicación de los mercadólogos que informa, persuade y recuerda a los consumidores potenciales sobre un producto, con objeto de influir en su opinión o generar una respuesta al momento de realizar su compra ya sea de un bien o servicios que sea de su plena satisfacción.



“La promoción es el elemento de la mezcla de marketing de una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y / o su venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario”. STATON William, (2000), **Fundamentos de Marketing, Marketing Versión para Latinoamérica**, pág. 482

La promoción se puede centrar en los canales de distribución o bien sobre los consumidores, además presenta un fin único, que el consumidor adquiera el producto de estar en íntima colaboración con todos y cada uno de los departamentos y servicios del mismo.

## **2.5. Aspectos técnicos**

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: Cuánto, donde, como, y con que producirá mi empresa. Se busca diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio.

- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto
- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto
- Ingeniería del proyecto.

“El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a ésta área.” En su obra SAPAG N; SAPAG R, (2006), **Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación**, pág. 82, 83

### 2.5.5. La macrolocalización

La Macrolocalización se refiere a determinar el lugar geográfico más adecuado para la implantación del proyecto. Determina en forma clara la región, provincia, cantón; es importante establecer las coordenadas geográficas con el fin de mejorar la precisión del proyecto con lo cual se tiene una localización muy confiable.

“La macrolocalización toma en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto”.  
CORDOBA PADILLA Marcial, (2006), **Formulación y Evaluación de Proyectos**, pág.226

### 2.5.6. La microlocalización

La microlocalización es muy importante porque abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operara.

“Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes”. Según FLORES U. Juan A, (2007), **Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas**, pág. 50

Es importante para el análisis de la microlocalización tomar en cuenta una serie de factores los mismos permitirán conocer las características que el sector presenta y que pueden ser favorables para el desarrollo del proyecto, para ellos se aplica si es necesario el método por puntos que

depende según el puntaje de cada sector y el que mayor tengan es la mejor opción.

### **2.5.7. Localización óptima del proyecto**

La localización Óptima del Proyecto consiste en identificar y analizar las características del entorno que favorezcan en forma positiva a la implantación del proyecto, para lograr la máxima utilidad al mínimo costo.

“La localización puede tener un efecto condicionante sobre la tecnología utilizada en el proyecto tanto por las restricciones físicas que importa como por la variabilidad de los costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación posible.” SAPAG N; SAPAG R, (2006), **Preparación y Evaluación de Proyectos**, pág. 190

### **2.5.8. Ingeniería del proyecto**

La ingeniería del proyecto permite determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado.

“Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto”. CORDOBA, P. Marcial, (2006), **Formulación y Evaluación de Proyectos**, pág. 240

## 2.6. Aspectos financieros

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero.

“La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de este etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad”. SAPAG N; SAPAG R; (2006), **Contabilidad General**, pág.59

### 2.6.5. Balance general

El balance general es un estado financiero que muestra los recursos de que dispone la entidad para la realización de sus fines (activo) y las fuentes externas e internas de dichos recursos (pasivo más capital contable), a una fecha determinada.

“Es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico, según el caso.” SARMIENTO, R. Rubén, (2005), **Contabilidad General**, pág. 248.

También es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa.

### **2.6.6. Estado de Resultados**

El estado de resultados también es conocido como estado de pérdidas y ganancias, presenta los resultados de las operaciones de negocios durante un periodo específico, como un trimestre o un año y resume los ingresos generados y los gastos en que la empresa incurrió durante un periodo contable.

“Representa un componente del sistema de información financiera que refleja el dinamismo de la actividad empresarial durante un periodo, al contener la expresión monetaria de las realizaciones asociadas con el ejercicio comercial”. ORTIZ, Alberto G, (2005), **Gerencia Financiera y Diagnóstico Estratégico**, págs. 29 y 30

Además muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea de ganancia o de pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante un período determinado.

### **2.6.7. Estado de flujo de caja**

El estado de flujo de caja es un estado financiero que comunica los cambios en los recursos de una entidad y sus fuentes en un periodo determinado, mostrando las actividades de operación, financiamiento, e inversión y su reflejo final en el efectivo.

“Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos

monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura”. Según ZAPATA, S. Pedro, (2008), **Contabilidad general**, pág. 423

También representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos y aproximaciones que en ningún momento constituye certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero.

## **2.7 Evaluación ambiental**

La evaluación ambiental es asegurar, que el proyecto, este acogiendo las opciones de desarrollo bajo consideración ambientales adecuadas y sustentables, mejorar, minimizar los impactos adversos, tratar los problemas ambientales de manera oportuna y práctica.

“la gestión ambiental sugiere introducir en la evaluación del proyecto las normas ISO 14.000, las cuales consisten en una serie de procedimientos asociados a dar a los consumidores una mejora ambiental continua de los productos y servicios que proporciona la inversión, asociada a los menores costos futuros de una eventual reparación de los daños causados sobre el medio ambiente.” NASSIR SAPAG Chain, (2010), **Preparación y Evaluación de Proyectos**,\_Pág. 28

Mediante esta norma se obliga a los proyectos a someterse a un análisis o estudio de impacto ambiental, lo que garantizara tanto la calidad del producto como la conservación del medio ambiente.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado tiene la finalidad de analizar la demanda y oferta de los productos realizados a base de guadúa: como son adornos, lámparas, muebles, canastos, etc. producto que estará dirigido a un mercado competitivo-

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

- Mercado meta
- Demanda
- Oferta
- Precios
- Comercialización

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

#### **3.1. Objetivos del estudio de mercado**

##### **3.1.1. General**

Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de producción y comercialización de artesanías de caña de guadúa

### **3.1.2. Específicos**

- Identificar la demanda actual de artesanías de caña de guadúa en el sector a investigar
- Conocer la oferta de artesanías de caña guadúa, en el área de influencia del estudio
- Determinar los precios de las artesanías de caña de guadúa
- Diseñar estrategias comerciales para la comercialización de artesanías de caña de guadúa

### **3.2. Variables e indicadores**

#### **3.2.1. Demanda**

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



### **3.2.2. Oferta**

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

### **3.2.3. Precios**

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

### **3.2.4. Estrategias comerciales**

- Producto
- Precio
- Publicidad
- plaza

## **3.3. Matriz de relación estudio de mercado**

**CUADRO No.29**  
**MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO**

OBEJTIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUNETE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	INFORMANTE
Identificar la demanda actual de artesanías de caña de guadua en el sector a investigar	<b>Demanda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo en la actividad</li> <li>• Rentabilidad de la actividad</li> <li>• Tipo de producto</li> <li>• Materia prima</li> <li>• Lugar del proveedor</li> <li>• Tipo de mercado</li> <li>• Disponibilidad de compra</li> <li>• Frecuencia de compra</li> <li>• Volumen de compra</li> <li>• Expectativas de compra</li> <li>• Lugar de compra</li> <li>• Incremento en ventas</li> </ul>	Primaria	Encuesta Observación directa	Almacenes de artesanías
Conocer la oferta de artesanías de caña guadua, en el área de influencia del estudio	<b>Oferta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo en la actividad</li> <li>• Tipo de producto</li> <li>• Volumen de producción</li> <li>• Lugar de comercialización</li> <li>• Rentabilidad de la actividad</li> <li>• Apoyo gubernamental</li> <li>• Existencia de materia prima</li> <li>• Conocimiento de diseños</li> </ul>	Primaria	Encuesta Observación directa	Productores de artesanías Almacenes de artesanías
Determinar los precios de las artesanías de caña de guadua	<b>Precios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios de venta</li> <li>• Precios de compra</li> <li>• Asignación del precio</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Almacenes de artesanías Productores de artesanías
Diseñar estrategias comerciales para la comercialización de artesanías de caña de guadua	<b>Estrategias comerciales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto</li> <li>• Precio</li> <li>• Publicidad</li> <li>• plaza</li> </ul>	Primaria	Opinión de expertos	Ing. Marketing.

ELABORADO POR: La autora

### 3.4. Investigación de campo

La presente investigación de campo se la realizó a 73 almacenes de las ciudades de Ibarra, Otavalo, Atuntaqui y Cotacachi donde se comercializa artesanías (dato extraído de las patentes municipales de cada cantón), como potenciales demandantes de los productos propuestos por el proyecto caña de guadúa. Por ser el número de almacenes menos de 100 se realizó un censo.

**CUADRO No.30**

**NÚMERO DE ALMACENES DE ARTESANÍAS**

<b>CIUDADES</b>	<b>No ALMACENES DE ARTESANÍAS</b>
Ibarra	18
Otavalo	35
Atuntaqui	8
Cotacachi	12
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>

FUENTE: Patentes municipales

ELABORADO POR: La autora

Como también a un productor de artesanías de guadua ubicado en la comunidad de Parambas

#### 3.4.1. Fuentes de información primaria

- **Encuesta:** La encuesta se la realizó a los almacenes que comercializan artesanías de las ciudades de Ibarra, Otavalo, Atuntaqui y Cotacachi.
- **Entrevista:** se la efectuó a un productor de artesanías de la comunidad de Parambas.
- **Observación directa:** esta técnica se la realizo visitando los lugares en estudio.

### 3.5. Tabulación y análisis de la investigación de campo

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

##### 1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?

**CUADRO No.31  
TIEMPO EN LA ACTIVIDAD**

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

FUENTE: Almacenes de artesanías  
ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.31**



##### **ANÁLISIS:**

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

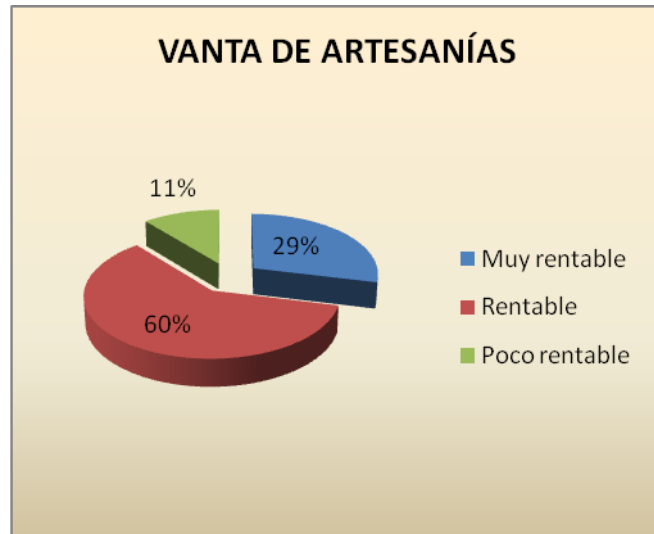
## 2. ¿Cómo considera la venta de artesanías?

**CUADRO No.32**  
**VENTAS DE AERTESANÍAS**

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

FUENTE: Almacenes de artesanías  
ELABORADO POR: La autora

**GRAFICO No.32**



### **ANÁLISIS:**

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

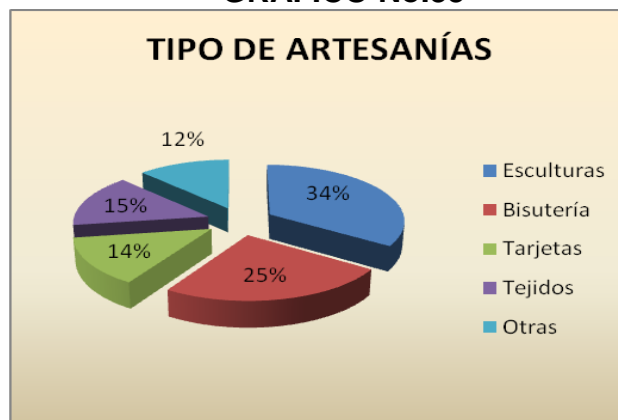
### 3. ¿Qué tipo de artesanías comercializa usted?

**CUADRO No.33  
TIPO DE ARTESANÍAS**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Esculturas	25	34
Bisutería	18	25
Tarjetas	10	14
Tejidos	11	15
Otras	9	12
Total	73	100

FUENTE: Almacenes de artesanías  
ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.33**



#### **ANÁLISIS:**

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

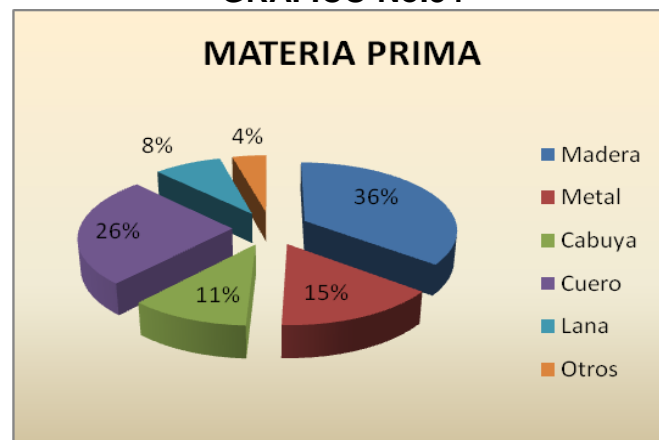
4. ¿Cuál es la materia prima de los productos artesanales que comercializa?

**CUADRO No.34  
MATERIA PRIMA**

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

FUENTE: Almacenes de artesanías  
ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.34  
MATERIA PRIMA**



**ANÁLISIS:**

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

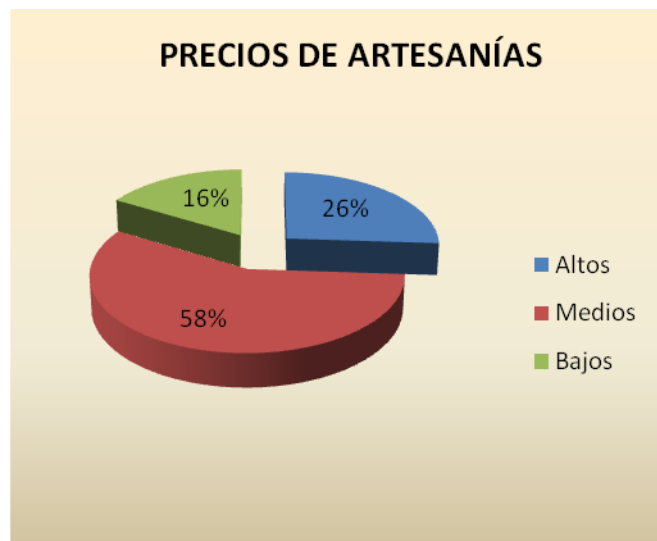
## 5. ¿Cómo considera los precios de las artesanías que comercializa?

**CUADRO No.35**  
**PRCIO DE ARTESANÍAS**

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

FUENTE: Almacenes de artesanías  
ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.35**



### **ANÁLISIS:**

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



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

**CUADRO No.36  
LUGAR DE DESTINO**

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

FUENTE: Almacenes de artesanías  
ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.36**



**ANÁLISIS:**

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

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

### ADORNOS

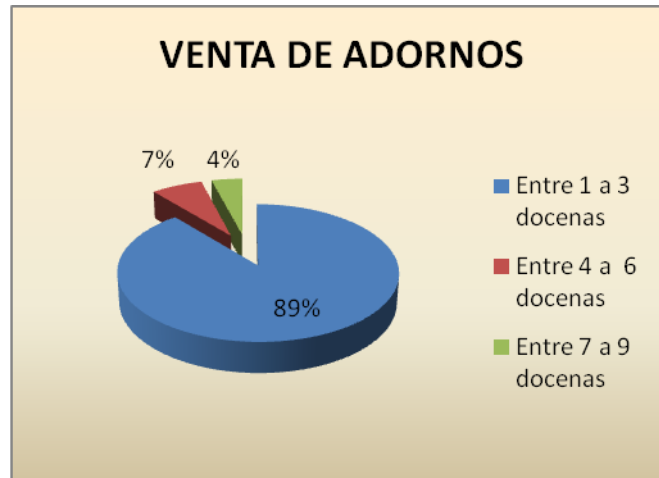
**CUADRO No.37  
VENTA DE ADORNOS**

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

FUENTE: Almacenes de artesanías

ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.37**



### ANÁLISIS:

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

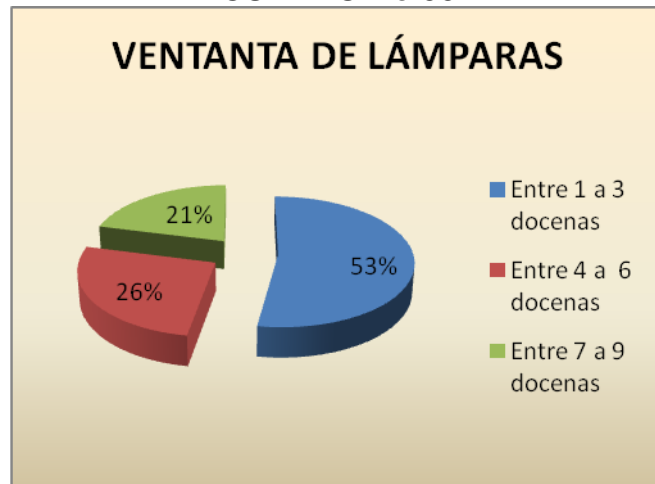
## LAMPARAS

**CUADRO No.38**  
**VENTA DE LÁMPARAS**

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

FUENTE: Almacenes de artesanías  
ELABORADO POR: La autora

**CUADRO No.38**



### ANÁLISIS:

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

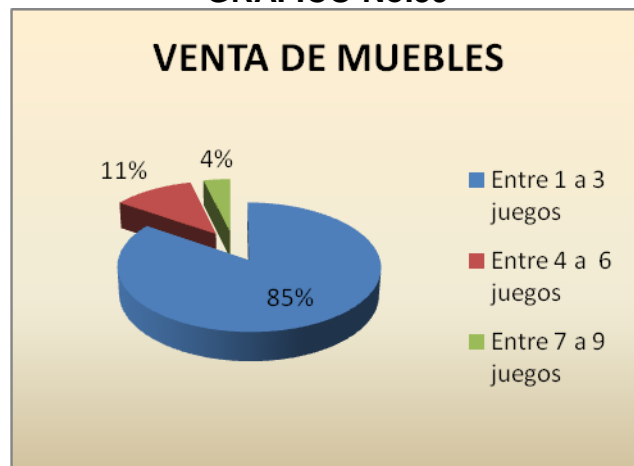
## MUBLES

**CUADRO No.39**  
**VENTA DE MUEBLES**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Entre 1 a 3 juegos	22	85
Entre 4 a 6 juegos	3	12
Entre 7 a 9 juegos	1	4
Total	26	100

FUENTE: Almacenes de artesanías  
ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.39**



### ANÁLISIS:

De igual manera la venta de muebles se encuentra en un nivel similar de ventas por semana logran vender entre 1 a 3 juegos de muebles esto se debe a que en ocasiones no se cuenta con la variedad en el producto para lograr satisfacer las preferencias de los clientes, en ocasiones se ha logrado llegar a la venta entre 4 a 6 juegos muchos veces esto depende del comportamiento de la demanda del producto.

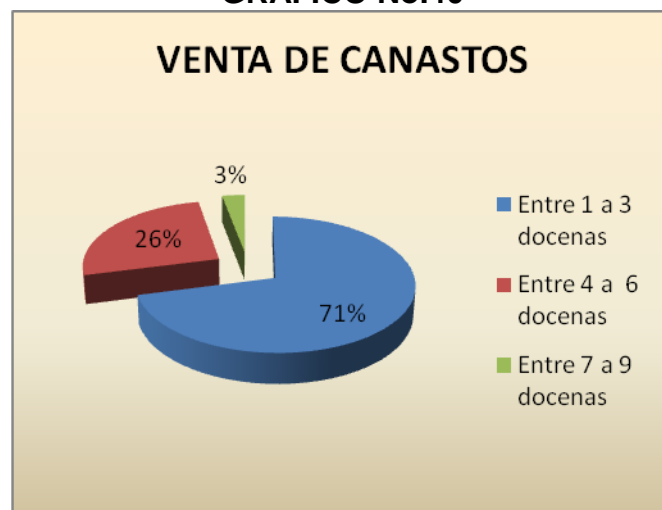
## CANASTOS

**CUADRO No.40**  
**VENTA DE CANASTOS**

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

FUENTE: Almacenes de artesanías  
ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.40**



### ANÁLISIS:

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

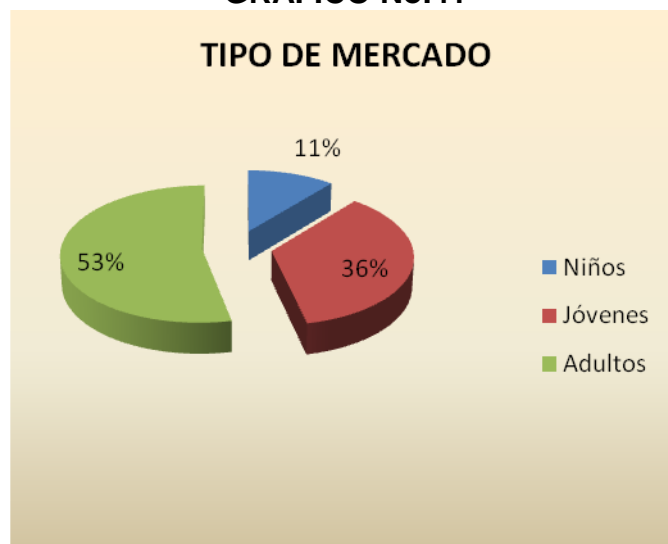
## 8. ¿A qué tipo de mercado está dirigido su producto?

**CUADRO No.41**  
**TIPO DE MERCADO**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Niños	8	11
Jóvenes	26	36
Adultos	39	53
Total	73	100

FUENTE: Almacenes de artesanías  
ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.41**



### **ANÁLISIS:**

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

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

**CUADRO No.42  
ASPECTOS IMPORTANTES**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Materia prima	23	32
Diseños	29	40
Precios	13	18
Otros	8	11
Total	73	82

FUENTE: Almacenes de artesanías  
ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.42**



**ANÁLISIS:**

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

**10. ¿Estaría de acuerdo en comercializar artesanías de caña de guadúa con diseños diferentes?**

**CUADRO No.43  
PREDISPOSICIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN**

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

FUENTE: Almacenes de artesanías  
ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.43**



**ANÁLISIS:**

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



11. ¿Qué cantidad de productos artesanales de caña de guadúa, mensualmente está dispuesto en adquirir para su comercialización?

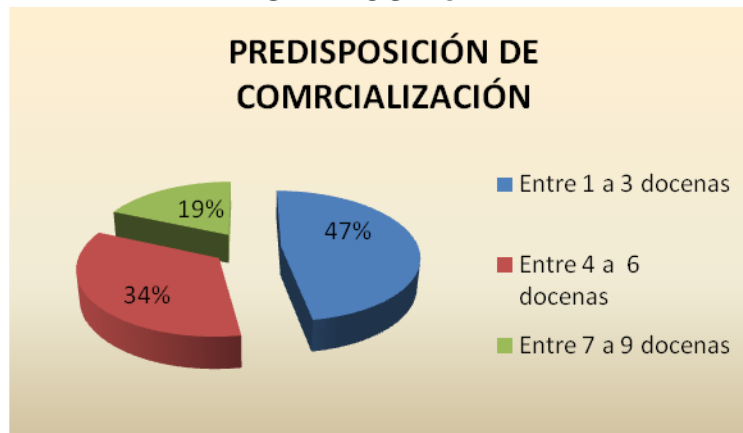
a) ADORNOS

**CUADRO No.44  
CANTIDAD DE ADORNOS**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Entre 1 a 3 docenas	30	47
Entre 4 a 6 docenas	22	35
Entre 7 a 9 docenas	11	18
Total	63	100

FUENTE: Almacenes de artesanías  
ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.44**



**ANÁLISIS:**

La predisposición de compra es de 1 a 3 docenas de adornos cada mes, dependiendo de cómo se despache el producto seguirán realizando más pedidos, seguido por la adquisición de 4 a 6 docenas estas personas tiene planes diferentes no solo lo comercializaran en su local sino también en otros lugares.

## b) LÁMPARAS

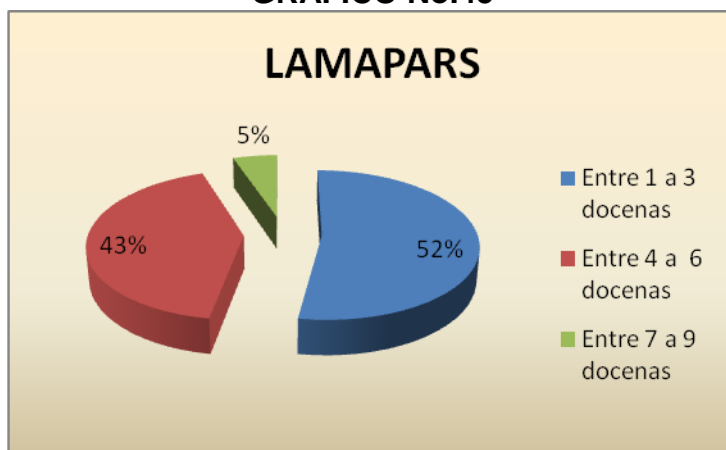
**CUADRO No.45  
CANTIDAD DE LAMPARAS**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Entre 1 a 3 docenas	33	52
Entre 4 a 6 docenas	37	43
Entre 7 a 9 docenas	3	5
Total	63	100

FUENTE: Almacenes de artesanías

ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.45**



### **ANÁLISIS:**

Los pedidos que realizarían en lámparas cada mes está entre 1 a 3 docenas, porque este producto es más vendido por la variedad de diseños que presenta, seguido por 4 a 6 docenas quienes tienen mayor confianza en que el producto nuevo tendrá mayor acogida en el mercado, otros están entre 7 a 9 docenas hasta conocer como acepta el cliente el nuevo producto.

### c) MUEBLES

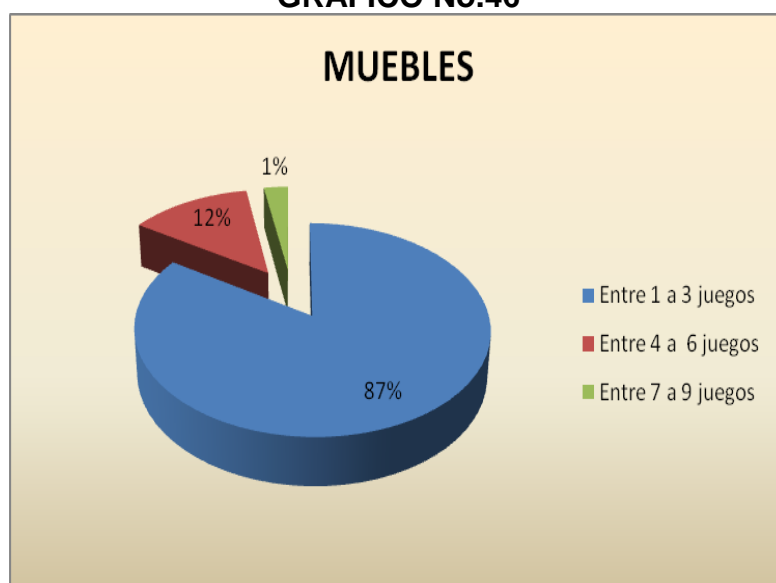
**CUADRO No.46  
MUEBLES**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Entre 1 a 3 juegos	55	87
Entre 4 a 6 juegos	8	12
Entre 7 a 9 juegos	1	1
Total	63	100

FUENTE: Almacenes de artesanías

ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.46**



#### **ANÁLISIS:**

Los muebles serán requeridos de acuerdo a lo manifestado por los propietarios de los locales comerciales de 1 a 3 docenas por mes dependiendo de la venta se realizara nuevos pedidos, ya que estos productos son un poco más difícil su venta, a diferencia de otros propietarios que tienen mercado conocido para el producto compraran de 4 a 6 docenas.

#### d) CANASTOS

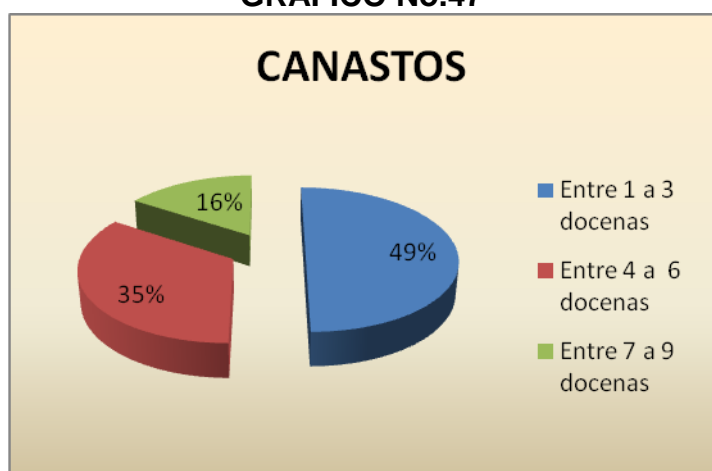
**CUADRO No.47**  
**CANTIDAD DE CANASTOS**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Entre 1 a 3 docenas	31	49
Entre 4 a 6 docenas	22	35
Entre 7 a 9 docenas	10	16
Total	63	100

FUENTE: Almacenes de artesanías

ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.47**



#### **ANÁLISIS:**

Los canastos realizados con caña de guadúa esta dispuestos a comprar entre 1 a 3 docenas por mes consideran que obtendrán buenos resultados porque el productos es utilizados para varios servicios, otros consideran que para iniciar y ver la aceptación del producto solicitarían entre 4 a 6 docenas.

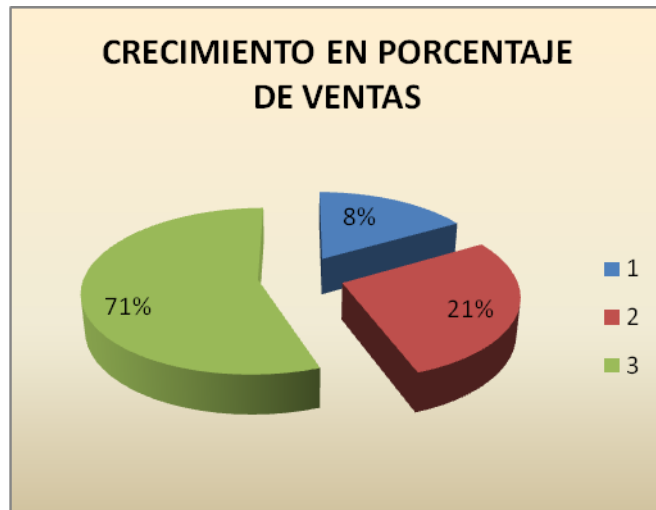
12. ¿En qué porcentaje ha aumentado las ventas en los últimos a años?

**CUADRO No.48**  
**CRECIMIENTO EN PORCENTAJE DE VENTAS**

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

FUENTE: Almacenes de artesanías  
ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.48**



**ANÁLISIS:**

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

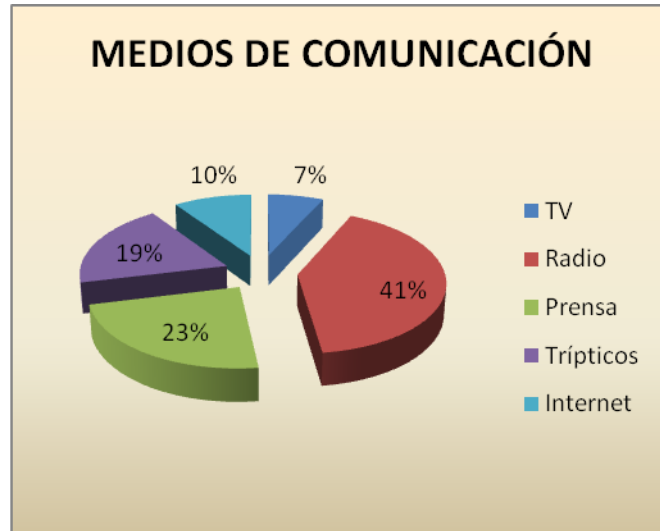
**13. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación que prefiere?**

**CUADRO No.49  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

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

FUENTE: Almacenes de artesanías  
ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.49**



**ANÁLISIS:**

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

### **3.5.2. Entrevista dirigida al Sr. José Cazares productor de artesanías de la comunidad de Parambas**

#### **1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?**

En la elaboración de artesanías de guadúa lleva aproximadamente 3 años esta actividad la realiza como un pasatiempo mas no como sustento para obtener ingresos económicos.

#### **2. ¿Qué tipo de productos elabora a base caña de guadúa?**

Los productos que elabora con la caña de guadua son adornos decorativos para el hogar, al igual bisutería como aretes collares, brazaletes, son diseños copiados de los que actualmente existe solamente la materia prima utilizada es la diferente.

#### **3. ¿Cuál es el volumen de producción?**

No existe ya que no lleva ningún registro para contabilizar la producción que realiza, porque no se dedica a elaborar por cantidades mayores es la razón que no puede establecer un volumen fijo de producción.

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

Lo que más se toma en cuenta para asignar el precio a los productos que realiza es el tiempo que se tarda para que el producto artesanal este completamente terminado.

**5. ¿Dónde comercializa sus productos?**

El lugar donde comercializa sus artesanías es en el mismo lugar y son comprados por turistas que frecuentemente visitan la zona de Parambas

**6. ¿Cómo considera la actividad de elaborar artesanías de caña de guadúa?**

La actividad a la que se dedica en pocas ocasiones considera que no es tan rentable porque no se dedica especialmente a elaborar constantemente solo lo realizan en pocas cantidades en sus tiempos libres.

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

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

**8. ¿Existe suficiente materia prima para la elaboración de artesanías de caña de guadúa?**

Es la ventaja de este sector porque existen grandes extensiones de terreno que producen la caña de guadúa.

**9. ¿Tiene conocimiento de las artesanías que se pueden elaborar de la caña de guadúa?**

Cuenta con muy poco conocimiento sobre los productos que se puede realizar con la caña de guadúa, ya que no ha visto la necesidad porque no se dedica especialmente a esta actividad.



### 3.4. Identificación del producto

#### ILUSTRACIÓN No.9 LA CAÑA GUADÚA



FUENTE: Internet  
ELABORADO POR: La autora

La Guadúa es una gramínea nativa, de amplia distribución en América, donde ha cumplido un importante papel ambiental, cultural y económico. Se encuentra ampliamente dispersa, conformando rodales casi puros que cumplen indiscutible efecto protector sobre el suelo y las aguas, contribuyendo a su recuperación y conservación. La guadúa requiere un mínimo de tecnología y es rápido para construir, es un producto sostenible y que ofrece enormes beneficios socioeconómicos.

#### 3.4.1. Características de la guadúa

Disponible: Disponible en ([www.guadua.biz](http://www.guadua.biz)).

A continuación las características de la guadúa:

- La guadúa se caracteriza por tener una gran resistencia, durabilidad y fácil manejo, lo que llevó a denominarla el acero vegetal.

- Crece de manera muy rápida, alcanzando en cinco años la altura de treinta metros.
- Es un material supremamente liviano y flexible se utiliza para la realización de varios productos
- Es utilizado en el campo industrial, para levantar construcciones sismorresistentes, elementos, artesanías, accesorios y otra.
- Es un recurso sostenible y renovable, que se auto multiplica vegetativamente, sin necesidad de semillas para reproducirse.
- En la actualidad la guadua se ha convertido en una materia prima sumamente importante en el mercado industrial.

#### **3.4.2. Productos realizados a base de guadúa**

La guadúa se utilizara en las siguientes artesanías:

- La Unidad Productora realizara a base de guadúa lámparas con distintas presentaciones en diseños tamaños, serán decoradas de acuerdo a gusto del mercado consumidor, estas lámparas estarán realizadas para los diferentes preferencias del consumidor ya exige al momento de comprar el producto, lo importante es satisfacer su necesidad.

**ILUSTRACIÓN No.10**  
**LAMPARAS A BASE DE GUADÚA**



FUENTE: Internet  
ELABORADO POR: La autora

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

**ILUSTRACIÓN No.11**  
**ADORNOS DE GUADÚA**



FUENTE: Internet  
ELABORADO POR: La autora

- Además se producirá mesas para distintos usos en varios diseños, las mesas tendrán un toque decorativo que conserve la naturaleza

del material utilizado este detalle marca la diferencia de las mesas que comúnmente se encuentran en el mercado.

### **ILUSTRACIÓN No.12 MESAS DE GUADÚA**



FUENTE: Internet  
ELABORADO POR: La autora

- También la Unidad Productora ofrecerá al mercado canastos realizados a base de guadúa, son productos muy utilizados cumplen varias funciones, serán realizados de distintos tamaños para que el comprador pueda colocar cualquier objeto.

### **ILUSTRACIÓN No.13 ADORNOS DE GUADÚA**



FUENTE: Internet  
ELABORADO POR: La autora

La Unidad Productora brindara al mercado toda esta variedad de productos que estarán destinados a diversas utilidades dependiendo del gusto del mercado consumidor.

### **3.5. Mercado meta**

El mercado meta al cual va dirigido las artesanías de guadúa son los almacenes de artesanías de las ciudades de Otavalo, Ibarra, Atuntaqui y Cotacachi, cuando los productos adquieran prestigio se ampliara la cobertura hacia otras ciudades.

### **3.6. Análisis de la demanda**

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

#### **3.6.1. Demanda actual**

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

## ADORNOS

**CUADRO No.50  
DEMANDA ACTUAL DE ADORNOS  
A BASE DE CAÑA DE GUADÚA**

No. ALMECENES	DISPUESTOS A ADQUIRIR 87%	DISPONIBILIDAD		CANTIDAD PROMEDIO DE COMPRA EN DOCENAS	FRECUENCIA DE COMPRA	DEMANDA ANUAL EN DOCENAS
		No De ALMACENES	%			
73	63	30	47%	2	12	716
		22	35%	5		1334
		11	18%	8		1097
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>			<b>3148</b>

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: La autora

## LÁMPARAS

**CUADRO No.51  
DEMANDA ACTUAL DE LÁMPARAS  
A BASE DE CAÑA DE GUADÚA**

No. ALMECENES	DISPUESTO S A ADQUIRIR 87%	DISPONIBILIDAD		CANTIDAD PROMEDIO DE COMPRA EN DOCENAS	FRECUENCIA DE COMPRA	DEMANDA ANUAL EN DOCENAS
		No De ALMACENES	%			
73	63	33	52%	2	12	793
		27	43%	5		1639
		3	5%	8		305
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>			<b>2736</b>

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: La autora

## MUEBLES

**CUADRO No.52  
DEMANDA ACTUAL DE MUEBLES  
A BASE DE CAÑA DE GUADÚA**

No. ALMECENES	DISPUESTOS A ADQUIRIR 87%	DISPONIBILIDAD		CANTIDAD PROMEDIO DE COMPRA EN JUEGOS	FRECUENCIA DE COMPRA	DEMANDA ANUAL EN DOCENAS
		No De ALMACENES	%			
73	63	55	87%	2	12	1326
		8	12%	5		457
		1	1%	8		61
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>			<b>1844</b>

FUENTE: Investigación de campo  
ELABORADO POR: La autora

## CANÁSTOS

**CUADRO No.53  
DEMANDA ACTUAL DE CANASTOS  
A BASE DE CAÑA DE GUADÚA**

No. ALMECENES	DISPUESTOS A ADQUIRIR 87%	DISPONIBILIDAD		CANTIDAD PROMEDIO DE COMPRA EN DOCENAS	FRECUENCIA DE COMPRA	DEMANDA ANUAL EN DOCENAS
		No De ALMACENES	%			
73	63	31	49%	2	12	747
		22	35%	5		1334
		10	16%	8		976
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>			<b>3056</b>

FUENTE: Investigación de campo  
ELABORADO POR: La autora

**CUADRO No.54**  
**RESUMEN DE LA DEMANDA DE**  
**ARTESANÍAS DE CAÑA DE GUADÚA**

<b>PRODUCTO</b>	<b>DAMANDA EN DOCENAS</b>
Adornos en docenas	3148
Lámparas en docenas	2736
Muebles en juegos	1844
Canastos en docenas	3056

FUENTE: Investigación de campo  
 ELABORADO POR: La autora

Como se puede observar en el cuadro anterior, existe gran expectativa por adquirir estas artesanías para comercializar en los almacenes.

**3.6.2. Proyección de la demanda**

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

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

Donde:

C<sub>n</sub>: consumo futuro

C<sub>o</sub>: demanda determinada en las encuestas.

i: tasa de crecimiento

n: año proyectado.



**CUADRO No.55**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**  
**DE ARTESANIAS DE CAÑA DE GUADÚA**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>
Adornos en docenas	3305	3470	3644	3826	4017
Lámparas en docenas	2873	3016	3167	3326	3492
Muebles en juegos	1937	2033	2135	2242	2354
Canastos en docenas	3209	3369	3538	3715	3900

FUENTE: Investigación de campo  
 ELABORADO POR: La autora

### **3.7. Análisis de la oferta**

La oferta corresponde a las ventas de los almacenes investigados, debido a que ellos adquieren artesanías, cabe mencionar que en el mercado no existen artesanías de caña de guadúa por tal motivo se ha hecho el estudio de artesanías de materia prima diferente.

#### **3.7.1. Oferta actual**

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

## ADORNOS

**CUADRO No.56  
OFERTA ACTUAL DE ADORNOS**

No. ALMECENES	DISPONIBILIDAD		CANTIDAD PROMEDIO DE COMPRA EN DOCENAS	FRECUENCIA DE COMPRA	DEMANDA ANUAL EN DOCENAS
	No De ALMACENES	%			
73	65	89%	2	12	1559
	5	7%	5		307
	3	4%	8		280
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>			<b>2146</b>

FUENTE: Investigación de campo  
ELABORADO POR: La autora

## LÁMPARAS

**CUADRO No.57  
OFERTA ACTUAL DE LAMPARAS**

No. ALMECENES	DISPONIBILIDAD		CANTIDAD PROMEDIO DE COMPRA EN DOCENAS	FRECUENCIA DE COMPRA	DEMANDA ANUAL EN DOCENAS
	No De ALMACENES	%			
19	10	53%	2	12	229
	5	26%	5		281
	4	21%	8		363
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>			<b>873</b>

FUENTE: Investigación de campo  
ELABORADO POR: La autora

## MUEBLES

**CUADRO No.58**  
**OFERTA ACTUAL DE MUEBLES**

No. ALMECENES	DISPONIBILIDAD		CANTIDAD PROMEDIO DE COMPRA EN JUEGOS	FRECUENCIA DE COMPRA	DEMANDA ANUAL EN DOCENAS
	No De ALMACENES	%			
26	22	85%	2	12	516
	3	12%	5		165
	1	4%	8		72
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100%</b>			<b>753</b>

FUENTE: Investigación de campo  
ELABORADO POR: La autora

## CANÁSTOS

**CUADRO No.59**  
**OFERTA ACTUAL DE CANASTOS**

No. ALMECENES	DISPONIBILIDAD		CANTIDAD PROMEDIO DE COMPRA EN DOCENAS	FRECUENCIA DE COMPRA	DEMANDA ANUAL EN DOCENAS
	No De ALMACENES	%			
36	26	71%	2	12	613
	9	26%	5		562
	1	3%	8		104
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>			<b>1279</b>

FUENTE: Investigación de campo  
ELABORADO POR: La autora

**CUADRO No.60**  
**RESUMEN DE OFERTA DE**  
**ARTESANÍAS**

<b>PRODUCTO</b>	<b>OFERTA DE ARTESANÍAS</b>
Adornos en docenas	2146
Lámparas en docenas	873
Muebles en juegos	753
Canastos en docenas	1279

FUENTE: Investigación de campo  
 ELABORADO POR: La autora

**3.7.2. Proyección de la oferta**

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

**CUADRO No.61**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA**  
**DE ARTESANIAS**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 1014</b>	<b>AÑO 1015</b>	<b>AÑO 1016</b>	<b>AÑO 1017</b>
Adornos en docenas	2254	2366	2484	2609	2739
Lámparas en docenas	916	962	1010	1061	1114
Muebles en juegos	791	830	872	915	961
Canastos en docenas	1343	1410	1480	1554	1632

FUENTE: Investigación de campo  
 ELABORADO POR: La autora

### 3.8. DEMANDA INSATISFECHA

Como se puede apreciar en el cuadro un mercado para las artesanías de caña de guadúa, el cual puede aprovechar el proyecto.

**CUADRO No.62**  
**DEMANDA INSATISFECHA EN UNIDADES**

PRODUCTO	AÑO 2013			AÑO 2014			AÑO 2015			AÑO 2016			AÑO 2017		
	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
Adornos en unidades	39659	27042	12617	41642	28394	13248	43724	29814	13910	45910	31305	14606	48206	32870	15336
Lámparas en unidades	34474	10995	23478	36197	11545	24652	38007	12122	25885	39908	12728	27179	41903	13365	28538
Muebles en juegos	1937	791	1146	2033	830	1203	2135	872	1263	2242	915	1327	2354	961	1393
Canastos en unidades	38507	16112	22395	40432	16917	23515	42454	17763	24690	44577	18652	25925	46805	19584	27221

FUENTE: Investigación de campo  
ELABORADO POR: La autora

### 3.9. Demanda a captar por el proyecto.

La demanda a captar por el proyecto está en función de la capacidad de producción que tendrá el emprendimiento, relacionado col talento humano que colaborar en la elaboración, como también la existencia del mercado para el producto, quedando de la siguiente forma: para el primer año de funcionamiento se captara el 10% de la demanda insatisfecha identificada en el año 2013, con un crecimiento anual del 10% en base a la tendencia de las ventas de artesanías de los almacenes investigados.

**CUADRO No.63**  
**DEMANDA A CAPTAR DE ARTESANÍAS**  
**DE GUADUA POR EL PROYECTO**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>
Adornos en docenas	1262	1388	1527	1679	1847
Lámparas en docenas	2348	2583	2841	3125	3437
Muebles en juegos	115	126	139	153	168
Canastos en docenas	2240	2463	2710	2981	3279

FUENTE: Estudio de mercado y técnico

ELABORADO POR: La autora

### **3.10. Análisis de precios**

Para el análisis de los precios de las artesanías a elaborarse, se tomó como referencia la exposición de artesanías de caña de guadúa efectúa en la ciudad de Quito en el mes de febrero del 2012, donde los precios de las artesanías tienen una variación debido al tipo de artesanía, diseño, terminado, entre otras.

Para el precio de las artesanías de caña de guadua se lo asignó tomando en cuenta el análisis de costos y gastos más el margen de utilidad, quedando de la siguiente manera: Según anexo 12

**CUADRO No.64**  
**ANÁLISIS DE PRECIOS**

<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO POR UNIDAD</b>
Adornos	4,75
Lámparas	9,25
Muebles	150
Canastos	4,5

FUENTE: Análisis de costos y gastos

ELABORADO POR: La autora

### 3.10.1. Proyección de precios

Los precios de las artesanías se encuentran proyectados en base a la tasa de inflación del 5,4%, registrada en el año 2011 por el Banco Central del Ecuador. A continuación los resultados.

**CUADRO No.65**  
**PROYECCIÓN DE PRECIOS**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>
Adornos	4,75	5,01	5,28	5,56	5,86
lámparas	9,25	9,75	10,28	10,83	11,42
muebles	150	158,10	166,64	175,64	185,12
canastos	4,50	4,74	5,00	5,27	5,55

FUENTE: Análisis de costos y gastos  
ELABORADO POR: La autora

### 3.11. Estrategias comerciales.

Las estrategias comerciales estarán diseñadas con el propósito de conseguir cada día incrementar el nivel de ventas en artesanías de guadúa.

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

#### 3.11.1. Producto.

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

- Lámparas
- Adornos

- Muebles
- Canastos
- Cada artesanía llevara impregnado el nombre de la unidad productiva para que sirva como referencia en donde fue elabora.
- Las artesanías que se ofertara al mercado estarán diseñados en distintos modelos y diseños aplicando materia prima de calidad.
- Además se realizara empaques especiales con el slogan impreso al interior de las cajas.
- Antes de comercializar el producto se realizara un control estricto de calidad.
- La materia prima a utilizarse debe cumplir con todos los estándares de calidad

### **3.11.2. Precio.**

El precio de las artesanías realizadas con la caña de guadua estarán fijadas de acuerdo a:

- El precio de las artesanías dependerá de la comparación que se realice con los productos similares del mercado.
- Se tomara en cuenta la cantidad de productos que el cliente lleve para realizar un descuento especial.
- Conforme se incremente la cartera de clientes fijos se irá aumentando el volumen de producción y se mantendrá los mismo precios establecidos.



- Los precios estarán establecidos dependiendo el modelo y diseño del producto artesanal.

### **3.11.3. Publicidad y promoción.**

La publicidad que la unidad productiva aplicara es la siguiente:

- Se contratara el servicios de publicidad radial donde la información del producto tendrá un espacio en el que el consumidor lograr captar la información.
- Se buscara el apoyo de la municipalidad para promocionar el producto en las ferias que se organizan cada año
- A la entrada de Parambas se colocara una valla publicitaria con el nombre de la unidad productiva.
- Se diseñara trípticos que contendrán toda la información de la Unidad productiva.
- Por temporadas especiales se obsequiara adornos para incentivar la compra el consumidor.
- Al igual en fechas especiales se realizara entrega de regalos realizados con caña de guadúa.

### **3.11.4. Plaza o distribución.**

La Unidad productiva tendrá un objetivo claro como es incrementar el volumen de clientes que requieran del producto.

- Para obtener resultados positivos de la distribución se aplicara el canal directo que consiste en: realizar la venta por teléfono, correo, catálogos al igual que las formas de ventas electrónicas.
- Además se utilizara la aplicación del canal de distribución indirecto que consiste en utilizar un intermediario que realice la venta final

También se buscara puntos de venta en los lugares más llamativos de la Ciudad de Ibarra para dar a conocer las artesanías.

### **3.12. Conclusión del estudio de mercado.**

Del estudio realizado tanto de la demanda como de la oferta de artesanías de caña de guadua, se puede concluir que existe un mercado potencial que está predispuesto a adquirir el producto, con esta premisa se determina que existe factibilidad de mercado para este tipo de artesanías

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Presentación**

Este capítulo tiene como finalidad determinar los aspectos importantes que intervienen en el estudio técnico tales como:

- La localización óptima del proyecto,
- El tamaño,
- La distribución de la planta,
- El proceso de producción; e,
- Inversiones.

Se realizara un análisis profundo determinando el grado de influencia en el proyecto y su forma más adecuada de aprovecharlos en su desarrollo, en el transcurso de su realización técnico se observará ciertos factores que pueden ser tomados en cuenta para mejorar sus actividades.

#### **4.2. Localización óptima del proyecto**

Para la localización óptima se tomó en cuenta dos puntos importantes que influyen para una decisión adecuada de su ubicación como la macro y la microlocalización del proyecto.

#### 4.2.1. Macrolocalización

La macrolocalización de la microempresa será:

**País:** Ecuador.

**Provincia:** Imbabura.

**Cantón:** Ibarra.

ILUSTRACIÓN No.14  
MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA

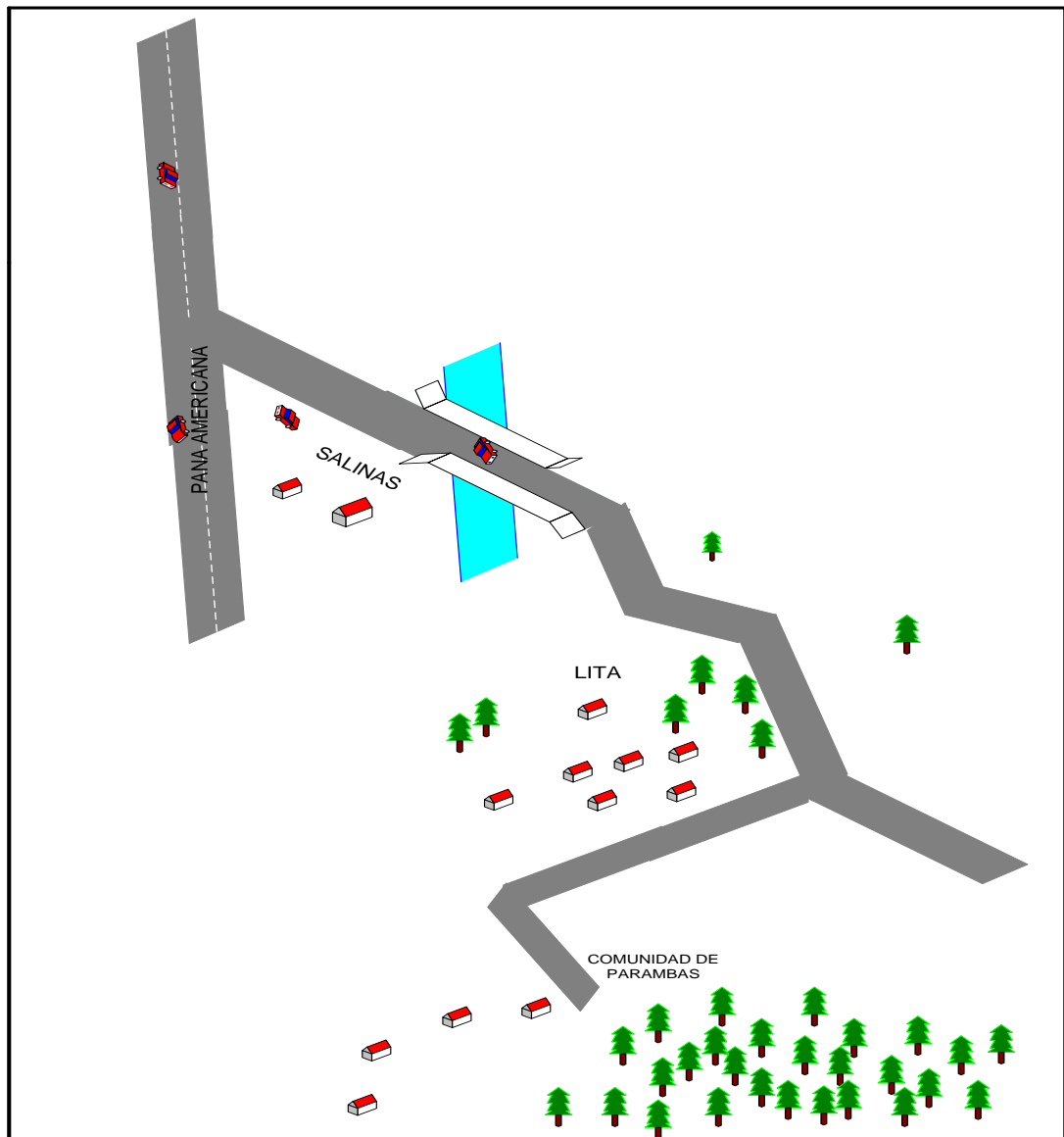


FUENTE: INEC  
ELABORADO POR: La autora

#### 4.2.2. Microlocalización

Como microlocalización del proyecto se encuentra la comunidad de Parambas Parroquia Lita quien cuenta con factores muy importante que favorecen la producción de artesanías:

**ILUSTRACIÓN No.15  
CROQUIS DE LA MICROLOCALIZACION**



ELABORADO POR: La autora

Se ha considerado este lugar como estratégico para la creación de Unidad de Producción y Comercialización de artesanías de guadúa por las siguientes razones:

- **Materia prima:** El sector de Parambas en donde se creará la nueva Unidad Productora de artesanías de caña de guadúa cuenta con la materia prima suficiente, ya que existe extensiones de hectáreas de sembrío con la plantación de este producto que ha logrado conquistar el mercado porque la madera extraída tiene una durabilidad sorprendente.
- **Talento humano:** El talento humano es quien está relacionado directamente con las operaciones de la Unidad de Producción, el sector cuenta con la mano de obra suficiente solo es cuestión de brindar capacitación porque el propósito es contratar personas del mismo lugar para poder la calidad de vida de cada familia del sector.
- **Servicios básicos:** Además dispone de los servicios básicos necesarios cuenta con energía eléctrica, agua potable, las vías de acceso en buen estado para comercializar el producto.
- **Cercanía a las ciudades:** Otra de las ventajas es que la comunidad queda a pocos kilómetros del cantón Ibarra donde se comercializara sus productos en un mayor porcentaje ya que existe mucho turismo y comercio.

#### 4.3. Tamaño del Proyecto

Se analiza algunas variables para determinar el tamaño óptimo del proyecto:

- Tamaño del mercado,

- Aspecto financiero; y,
- Capacidad del proyecto.

#### 4.3.1. Factores condicionantes del tamaño del proyecto.

- **Tamaño del mercado**

Es importante tomar en cuenta el tamaño del mercado al cual va dirigido el producto, con los resultados del estudio de mercado se puede conocer que existe una preferencia sobre los productos, esto representa una ventaja que favorece a la productora para continuar con sus proyecciones, según la apreciación de las artesanías en el extranjero ya que existe intermediarios que se dedican a la exportación de estos productos.

- **Aspecto financiero**

Para dar inicio a las operaciones de la productora se necesita de recursos financieros, los cuales se establecerán después de hacer los correspondientes presupuestos de cada gestión, para obtenerlos se solicitará un crédito a las financieras del Cantón Ibarra tomando en cuenta quien ofrezca el interés a la tasa más baja, con más detalles de análisis en el capítulo financiero.

#### 4.4. Distribución de la Planta

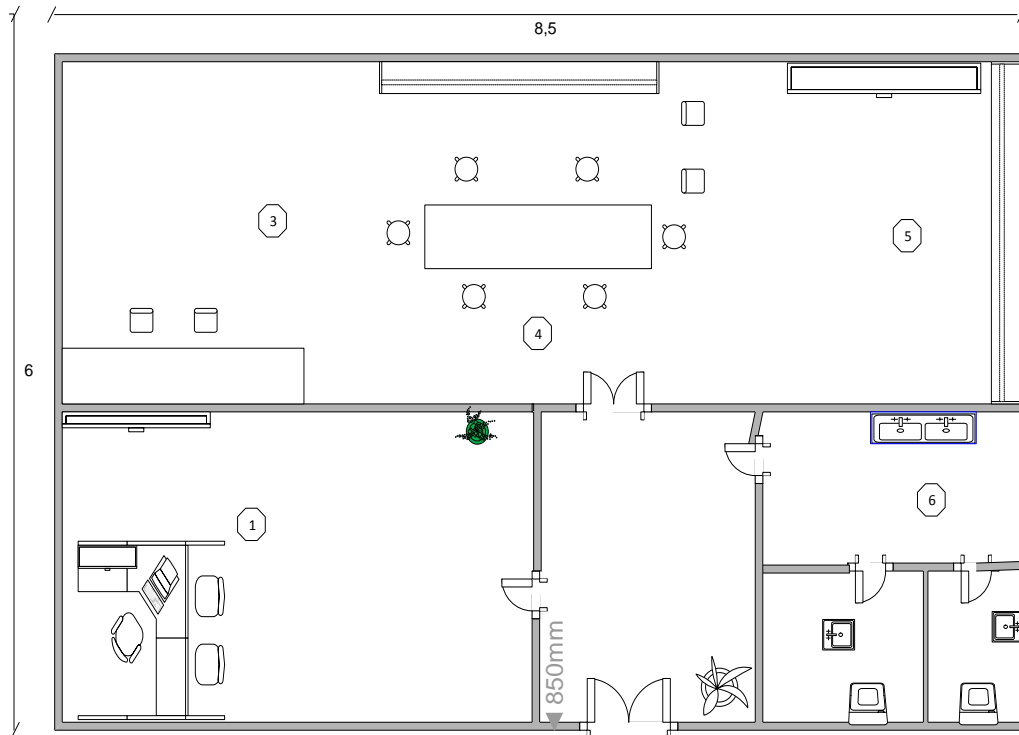
**CUADRO No.66  
DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES**

Nº	DEPENDENCIAS	m2
1	ADMINISTRACIÓN	12
2	TALLER	30
3	BAÑO	9
<b>TOTAL</b>		<b>51</b>

ELABORADO POR: La autora

#### 4.4.1. Diseño de instalaciones

**ILUSTRACIÓN No.16**  
**DISEÑO DE INSTALACIONES**



ELABORADO POR: La autora

#### 4.5. Diagrama de bloque de producción

Es la representación general de las actividades más importantes del proceso productivo de las artesanías de guadua.

**ILUSTRACIÓN No.17**



## DIAGRAMA DE BLOQUE



ELABORADO POR: La autora

### 4.6. Inversiones

Dentro de la planificación del proyecto es necesario determinar la compra de accesorios, herramientas, y materiales necesarios para la producción. Por tanto la inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos, variables, diferidos y capital de trabajo.

#### 4.6.1. Terreno

**CUADRO No.67**

**TERRENO**

<b>Detalle</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>m2</b>	<b>Valor Unitario m2</b>	<b>Valor Total</b>
Terreno	1	75	10	750
<b>TOTAL</b>				<b>750</b>

FUENTE: investigación directa  
ELABORADO POR: la autora

#### 4.6.2. Infraestructura

**CUADRO No.68**

**INFRAESTRUCTURA**

<b>Detalle</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>m2</b>	<b>Valor Unitario m2</b>	<b>Valor Total</b>
Infraestructura	1	51	115	5865
<b>TOTAL</b>				<b>5865</b>

FUENTE: investigación directa  
ELABORADO POR: la autora

#### 4.6.3. Vehículo

**CUADRO No.69**

**VEHICULO**

<b>VEHICULO</b>	<b>AÑO</b>	<b>TOTAL</b>
Camioneta	año 2003	9000
<b>TOTAL</b>		<b>9000</b>

FUENTE: investigación directa  
ELABORADO POR: la autora

#### 4.6.4. Maquinaria

**CUADRO No.70**

**MAQUINARIA**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Cortadora	2	450	900
Alizadora	2	250	500
Cepilladora eléctrica	2	280	560
Balanza	1	130	130
Martillos	4	25	100
Formón	4	35	140
		<b>TOTAL</b>	<b>2.330,00</b>

FUENTE: investigación directa

ELABORADO POR: la autora

#### 4.6.5. Muebles y enseres

Los muebles y enseres se adquieren dependiendo las necesidades de cada departamento de trabajo.

**CUADRO No.71**

**MUEBLES Y ENSERES**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Escritorios	1	140	140
Sillas de Visita	4	60	240
Sillas	6	30	180
Archivadores	1	5	5
Basureros	2	7	14
Estanteria	2	120	240
	<b>TOTAL</b>		<b>819,00</b>

FUENTE: investigación directa

ELABORADO POR: la autora

#### 4.6.6. Equipo de computación y oficina

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

**CUADRO No.72  
EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y OFICINA**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Computador	1	650	650
Impresora	1	120	120
Teléfono	1	70	70
Sumadora	1	25	25
<b>TOTAL</b>			<b>865,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

**CUARO No.73  
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Terreno	750
Infraestructura	5865
Vehículo	9000
Muebles y Enseres	819,00
Equipo de Cómputo	770,00
Equipo de Oficina	95
Maquinaria y Equipo	2.330,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>19.629,00</b>

FUENTE: investigación directa

ELABORADO POR: la autora

#### 4.8 Inversión variable o capital de trabajo

Se encuentra presupuestado para 1 mes.

#### CUARO No.74 CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
Materia prima directa	1.376,09	
Mano de obra directa	846,43	
Materiales para la producción	59,21	
Vestimenta	10,00	
Servicios Básicos	70,00	
Mantenimiento de equipo	15,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>2.376,72</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldos	498,00	
Servicios profesionales	120,00	
Servicios básicos	30,00	
Servicios de comunicación	55,00	
Mantenimiento computación	15,00	
Útiles de oficina	11,23	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>729,24</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
Sueldos	423,21	
Publicidad	84,33	
Combustible y mantenimiento	180,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>687,55</b>
<b>TOTAL</b>		<b>3.793,51</b>
Imprevistos 2%		75,87
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>3.869,38</b>

FUENTE: investigación directa  
ELABORADO POR: la autora

## CAPÍTULO V

### 5. ORGANIZACIÓN DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN

#### 5.1. Presentación

La organización de la Unidad de Producción tiene que ver con el análisis de la parte administrativa y legal que se necesita para iniciar con las actividades, para esto se realizará un análisis tanto interno como externo.

#### 5.2. ESTRUCTURA ESTRATÉGICA.

##### 5.2.1. Misión

La misión de la Unidad de Producción:

*SOMOS UNA UNIDAD PRODUCTIVA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE GUADÚA, BRINDAMOS UN PRODUCTO CIEN POR CIENTO DE CALIDAD.*

##### 5.2.2. Visión

La visión de la Unidad de Producción:

*EN EL TRANCURSO DE 5 AÑOS SER UNA UNIDAD DE PRODUCCIÓN LÍDER EN ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS DE GUADÚA Y LOGRAR ESTENDER SUS VENTAS A NIVEL NACIONAL.*

### **5.2.3. Nombre de la Unidad de Producción**

La denominación social de la Unidad de Producción será **GUADUARTE**, este nombre conserva la esencia de la materia prima con el que se elabora las artesanías que se produce para el mercado.

### **5.2.4. Objetivos de la Unidad de Producción**

- El principal objetivo de la Unidad de Producción es presentar al mercado artesanías elaboradas a base de guadúa de la mejor calidad.
- Incrementar el nivel de ventas en el tiempo señalado a través de la aplicación de técnicas de mercadeo.
- Incrementar el número de clientes fijos, para lograr una estabilidad en el mercado competitivo
- Captar cada año un número significativo de clientes, a través del prestigio que adquiera la Unidad de Producción.

### **5.2.5. Políticas de la Unidad de Producción**

- Brindar un trato personalizado a los clientes y atender sus necesidades a tiempo.
- Brindar capacitaciones al personal que labore en la Unidad de Producción para obtener mejor rendimiento.

- Realizar reuniones cada mes en donde se pueda coordinar y evaluar planes y programas para mejoras de la Unidad de Producción.
- Conservar un buen ambiente de trabajo para transmitir a los clientes confianza y seguridad.
- Trabajar constantemente en equipo para el alcance de los objetivos sean más visibles.
- Evaluar siempre el desarrollo de la Unidad de Producción y como se va consiguiendo los objetivos planteados.
- Poner atención a los problemas que presentan los empleados y brindar su apoyo.

#### **5.2.6. Principios y Valores**

##### **a) Principios**

- La Unidad de Producción considera a sus colaboradores como principal capital humano, y como tal se le ofrecerá un ambiente organizacional en el cual tendrá remuneraciones justas.
- Se respetara la opinión personal y se le dará la importancia, tomando en cuenta sus opiniones.
- La gestión organizacional contara con una estructura que promueva el trabajo en equipo, los empleados deben estar dispuestos a colaborar entre compañeros.
- La Unidad de Producción buscara un mejoramiento continuo, basándose en la calidad del servicio y en los resultados obtenidos por la venta de sus productos.



## b) Valores

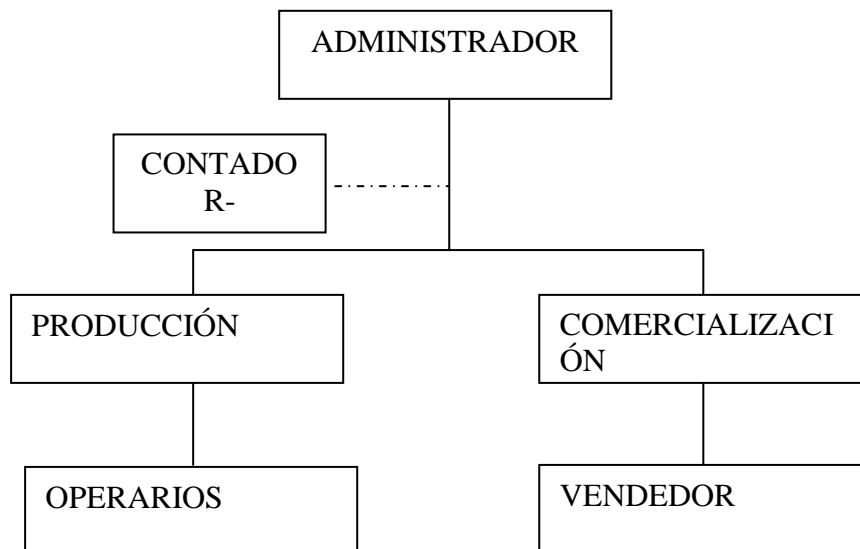
- **Honestidad.**-Ser honesto confianza con sus compañeros de trabajo para generar el compañerismo.
- **Servicio de excelencia.**-Ofrecer al cliente un servicio de calidad a través de la satisfacción en el servicio.
- **Compromiso con el cliente.**-Demostrar que el cliente es muy importante para nuestra organización.
- **Calidad humana.**-Compromiso personal por ser mejores cada día mejores como trabajadores.
- **Sinceridad.**-Sinceridad con el cliente tanto externo como interno, informando sobre los aspectos ya sean positivos o negativos que se presente.
- **Compañerismo.**- Apoyar a los compañeros en los momentos difíciles, de manera que se genere la confianza.
- **Ética.**- Actuar en base a normas morales que rigen a la conducta humana tanto en la microempresa como fuera de ella.
- **Responsabilidad.**-Saber reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.
- **Puntualidad.**- Cumplir con los pedidos en el tiempo previsto darle importancia al tiempo de los demás.
- **Compromiso.**- Comprometerse con la productora en trabajar para lograr alcanzar las metas

- **Liderazgo.-** Ser un líder positivo comprometido a colaborar con sus compañeros de trabajo dirigiendo y coordinando en las actividades que se realicen.

### 5.3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

#### 5.3.1. Organigrama Estructural

#### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN



#### 5.3.2. Identificación de puestos y funciones

**CARGO: ADMINISTRADOR**

**Perfil:**

- Generar liderazgo,
- Capacidad para negociar,
- Hábil comunicación,
- Creatividad,
- Estabilidad emocional,
- Valores éticos y morales.

### **Funciones:**

- Establecer lineamientos a los empleados para el correcto funcionamiento de las operaciones.
- Dar solución a los problemas que se presente en la Unidad de Producción.
- Verificar que exista un óptimo funcionamiento en el proceso de las actividades.
- Manejar de manera efectivamente los recursos de la Unidad de Producción.
- Control el funcionamiento de todos los departamentos que se han creado.
- Presentar los informes correspondientes a los accionistas.
- Estar pendiente en alcanzar los objetivos propuestos y establecer estrategias que se mantengan en el mismo nivel.

### **Requisitos:**

- **Instrucción superior:** Administración de empresas, carreras a fines.
- **Experiencia:** dos años en cargos similares.
- **Edad:** Entre 25 y 35

### **CARGO CONTADOR- SECRETARIA**

**Perfil:**

- Responsabilidad,
- Capacidad de análisis,
- Criterios y ética profesional

**Funciones:**

- Recepar toda información tanto documental, escrita y archivarla de forma ordenada.
- Realizar las respectivas declaraciones de los impuestos tributarios que tiene la Unidad de Producción.
- Registrar las transacciones que diariamente realiza la Unidad de Producción.
- Presentar los respectivos informes financieros al finalizar el mes.
- Realizar los respectivos roles de pagos para la cancelación de los sueldos a los empleados
- Exigir la entrega de las respectivas facturas obtenidas por compras realizadas por la Unidad de Producción.

**Requisitos:**

- **Instrucción:** Nivel Instrucción título profesional de CPA.
- **Experiencia:** dos años en labores afines.

**Cargo: OPERARIOS****Perfil:**

- Creatividad,
- Habilidad.

**Funciones:**

- Elabora presupuestos a precio de costo,
- Seleccionar el materia prima de calidad,
- Aplicar los procesos adecuados para la realización de las artesanías,
- Diseñar las artesanías de acuerdo a los pedidos,
- Entrega de orden de producción,
- Realiza el control de calidad de todos los productos elaborados; y,
- Emitir orden de producción terminada a contabilidad.

**Requisito:**

- **Instrucción Formal:** Conocimientos básicos en elaboración de artesanías,
- **Edad:** Entre 20 a 35 años; y,
- **Experiencia:** Mínimo 1 años en cargos similares.

**CARGO: VENDEDOR**

**Perfil:**

- Conocimiento en técnicas de mercado,
- Buenas relaciones humanas; y,
- Disponibilidad de tiempo.

**Funciones:**

- Elabora contrato u orden de compras y legaliza con la firma de aceptación de las partes,
- Elabora factura legalizada con las firmas y correspondientes sellos,
- Entrega de copias a producción para elaboración de productos; y.
- Efectúa tareas de cobranzas.

**Requisitos:**

**Instrucción superior:** En marketing o carrera afines; y.

**Experiencia:** dos años en labores afines.

## **5.4. REQUISITOS LEGALES**

### **5.4.1. Razón social**

# **GUADUARTE**

### **5.4.2. Figura Jurídica**

Es una Unidad de Producción unipersonal.

### **5.4.3. Representante Legal**

RUTH GIOCONDA NICOLALDE PAREDES

### **5.4.4. Permisos de funcionamiento.**

Según las investigaciones realizadas en el Ilustre Municipio de Ibarra, en los departamentos correspondientes, se pudo establecer, que no existiría ningún impedimento para su funcionamiento en el sector de Parambas, los requisitos son los siguientes: El Registro único de contribuyentes

(RUC), Patente Municipal, y el respectivo permiso de funcionamiento de las entidades de control.

➤ **REQUISITOS PARA OBTENER EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES**

- a) Cédula del representante legal,
- b) Copia del certificado de votación; y,
- c) Recibo del pago de agua, luz o teléfono.

➤ **REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE MUNICIPAL POR PRIMERA VEZ**

- a) Copia de la cédula y certificado de votación,
- b) Nombre (Apellidos y nombres) del dueño del predio donde funciona la actividad económica,
- c) Copia del RUC,
- d) Declaración juramentada de inicio de actividades,
- e) Escritura de compra-venta,
- f) Copia de cédula de identidad del representante legal;  
e,
- g) Inspección.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTUDIO FINANCIERO

En esta parte se encuentra toda la información financiera como: el monto óptimo de inversión, los respectivos presupuestos tanto de ingresos como egresos, los balances y finalmente la evaluación de la inversión.

#### 6.1. Estructura de la Inversión.

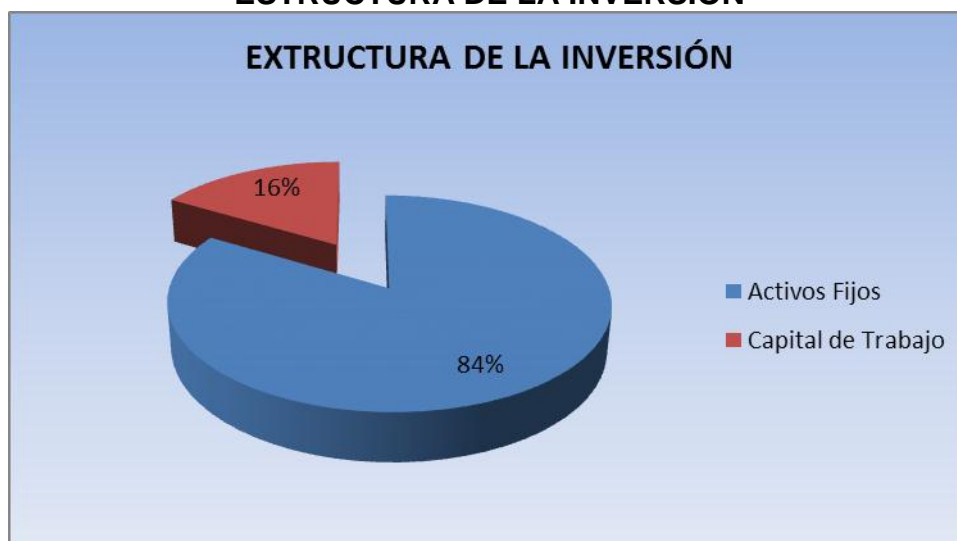
La inversión se encuentra estructurada de la siguiente manera:

**CUADRO No.75  
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos Fijos	19.629,00
Capital de Trabajo	3.869,38
<b>TOTAL</b>	<b>23.498,38</b>

ELABORADO POR: La autora

**GRÁFICO No.50  
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**



ELABORADO POR: La autora



## 6.2. Ingresos

Los ingresos que la Unidad Productiva obtendrá, será por la venta de adornos, lámparas, muebles y canastos.

### 6.2.1. Proyección de Ingresos

Para la proyección de los ingresos, se tomó como base el estudio de mercado y la capacidad de producción; los precios del producto fueron asignados mediante el análisis de costos y gastos más un margen de utilidad; estos crecerán el 5,4% según la inflación anual del 2011.

**CUADRO No.76  
PROYECCIÓN DE INGRESOS**

PRODUCTO	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Adornos en unidades	1262,00	1388,00	1527,00	1679,00	1847,00
Precio unitario	4,75	5,01	5,28	5,56	5,86
<b>Subtotal</b>	<b>5994,50</b>	<b>6949,02</b>	<b>8057,75</b>	<b>9338,26</b>	<b>10827,37</b>
Lámparas en unidades	2348,00	2583,00	2841,00	3125,00	3437,00
Precio unitario	9,25	9,75	10,28	10,83	11,42
<b>Subtotal</b>	<b>21719,00</b>	<b>25182,96</b>	<b>29194,04</b>	<b>33846,49</b>	<b>39235,91</b>
Muebles en juegos	115,00	126,00	139,00	153,00	168,00
Precio unitario por juego	150,00	158,10	166,64	175,64	185,12
<b>Subtotal</b>	<b>17250,00</b>	<b>19920,60</b>	<b>23162,60</b>	<b>26872,28</b>	<b>31100,19</b>
Canastos en unidades	2240,00	2463,00	2710,00	2981,00	3279,00
Precio unitario en unidades	4,50	4,74	5,00	5,27	5,55
<b>Subtotal</b>	<b>10080,00</b>	<b>11682,01</b>	<b>13547,62</b>	<b>15707,11</b>	<b>18210,27</b>
<b>Ingresos consolidados</b>	<b>55043,50</b>	<b>63734,59</b>	<b>73962,01</b>	<b>85764,14</b>	<b>99373,73</b>

FUENTE: Estudio de Mercado  
ELABORADO POR: La autora

## 6.3. Egresos.

Los egresos están representados por las erogaciones que la Unidad Productiva debe desembolsar para el normal funcionamiento de sus actividades, la cantidad de gastos crece en función a las necesidades de

producción. Los costos crecerán de acuerdo a la inflación, tomando como base la inflación del año 2011 del 5,4%. El costo del talento humano crece al 9,9% según la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años.

### 6.3.1. Costos de Producción.

Dentro de los costos de producción, se tomó en cuenta la compra de materia prima, mano de obra y los CIF, para la elaboración de las artesanías.

### Materia Prima e insumos

**CUADRO No.77  
COSTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>
Adornos en unidades	1262	1388	1527	1679	1847
Costo unitario	1,43	1,50	1,58	1,67	1,76
<b>Subtotal</b>	<b>1798</b>	<b>2085</b>	<b>2417</b>	<b>2801</b>	<b>3248</b>
Lámparas en unidades	2348	2583	2841	3125	3437
Costo unitario	2,78	2,92	3,08	3,25	3,42
<b>Subtotal</b>	<b>6516</b>	<b>7555</b>	<b>8758</b>	<b>10154</b>	<b>11771</b>
Muebles en juegos	115	158	167	176	185
Costo unitario	45,00	47,43	49,99	52,69	55,54
<b>Subtotal</b>	<b>5175</b>	<b>7499</b>	<b>8330</b>	<b>9254</b>	<b>10281</b>
Canastos en unidades	2240	2463	2710	2981	3279
Costo unitario	1,35	1,42	1,50	1,58	1,67
<b>Subtotal</b>	<b>3024,00</b>	<b>3504,60</b>	<b>4064,29</b>	<b>4712,13</b>	<b>5463,08</b>
<b>Costo unitario en materia prima e insumos</b>	<b>16513,05</b>	<b>20642,88</b>	<b>23570,23</b>	<b>26921,94</b>	<b>30762,91</b>

FUENTE: Investigación Directa.  
ELABORADO POR: La autora

## Mano de Obra Directa.

La mano de obra directa, está conformada por las personas que están a cargo de la elaboración de las artesanías.

**CUADRO No.78**

**DETERMINACIÓN DE LA TENDENCIA DE  
CRECIMIENTO DEL SUELDO BÁSICO**

AÑO	SUEDO BÁSICO	$i = \frac{C_n}{C_o} - 1$
2007	200	
2008	218	0,09
2010	240	0,10
2011	264	0,10
2012	292	0,11
<b>TOTAL</b>		$\Sigma i = 0,397$

FUENTE: Investigación Directa.  
ELABORADO POR: La autora

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,397}{4} = 0,099$$

$$i = 9,9\%$$

**CUADRO No.79**  
**SUELDO BASICO UNIFICADO MENSUAL**

No.	PERSONAL	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
2	Operarios	320,00	351,68	386,50	424,76	466,81
	ANUAL	<b>7680,00</b>	<b>8440,32</b>	<b>9275,91</b>	<b>10194,23</b>	<b>11203,46</b>

FUENTE: Investigación Directa  
ELABORADO POR: La autora

- **Proyección del costo total de mano de obra**

## CUADRO No.80

### PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA

DESCRIPCION	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Salario Básico Unificado	7.680,00	8.440,32	9.275,91	10.194,23	11.203,46
Aporte Patronal 12,15%	933,12	1.025,50	1.127,02	1.238,60	1.361,22
Fondos de Reserva		703,36	772,99	849,52	933,62
Vacaciones	320,00	351,68	386,50	424,76	466,81
Décimo Tercero	640,00	703,36	772,99	849,52	933,62
Décimo Cuarto	584,00	641,82	705,36	775,19	851,93
Total costo de mano de obra	10.157,12	11.866,03	13.040,77	14.331,81	15.750,66

ELABORADO POR: La autora

### Costos Indirectos de Producción

#### Materiales e insumos indirectos.

Los materiales indirectos son los insumos para completar la producción.

Ver Anexo L.

## CUADRO No.81

### MATERIALES INDIRECTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Materiales para la producción	710,5	748,87	789,31	831,93	876,85
<b>TOTAL</b>	<b>710,50</b>	<b>748,87</b>	<b>789,31</b>	<b>831,93</b>	<b>876,85</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La autora

- **Vestimenta de trabajo**

## CUADRO No.82

## VESTIMENTA DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Trajes para la producción	120	126,48	133,31	140,51	148,10
<b>TOTAL</b>	<b>120,00</b>	<b>126,48</b>	<b>133,31</b>	<b>140,51</b>	<b>148,10</b>

FUENTE: Investigación Directa.

ELABORADO POR: La autora

- **Servicios básicos**

### CUADRO No.83 SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Luz	600,00	632,40	666,55	702,54	740,48
Agua	240,00	252,96	266,62	281,02	296,19
<b>TOTAL</b>	<b>840,00</b>	<b>885,36</b>	<b>933,17</b>	<b>983,56</b>	<b>1.036,67</b>

FUENTE: Investigación Directa.

ELABORADO POR: La autora

- **Mantenimiento Maquinaria**

### CUADRO No.84

#### MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Mantenimiento equipo	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14
<b>TOTAL</b>	<b>180,00</b>	<b>189,72</b>	<b>199,96</b>	<b>210,76</b>	<b>222,14</b>

FUENTE: Investigación Directa.

ELABORADO POR: La autora

- **Resumen de costos de producción**

**CUADRO No.85  
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
<b>Costos directos</b>					
Materia prima	16.513,05	20.642,88	23.570,23	26.921,94	30.762,91
Mano de obra directa	10.157,12	11.866,03	13.040,77	14.331,81	15.750,66
<b>Costos indirectos</b>					
Materiales para la producción	710,50	748,87	789,31	831,93	876,85
Vestimenta de trabajo	120,00	126,48	133,31	140,51	148,10
Servicios básicos	840,00	885,36	933,17	983,56	1.036,67
Mantenimiento de equipo	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14
<b>TOTAL</b>	<b>28.520,67</b>	<b>34.459,34</b>	<b>38.666,75</b>	<b>43.420,51</b>	<b>48.797,33</b>

FUENTE: Investigación Directa.

ELABORADO POR: La autora

### 6.3.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos lo conforman el pago de sueldos al personal administrativo, la compra de suministros de oficina, el pago de servicios básicos, servicios de comunicación, y el mantenimiento del equipo de computación; éstos crecen en base a la inflación del 5,4%, excepto los sueldos que crecen al 9,9% según la tendencia del sueldo básico.

- **Sueldos Administrativos**

Son los pagos de sueldo que se realiza al personal administrativo por sus actividades realizadas en la Unidad de Producción.

**CUADRO No.86 SUELDO BASICO UNIFICADO MENSUAL**

No.	PERSONAL	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
<b>1</b>	Administrador	380,00	417,62	458,96	504,40	554,34
	MENSUAL	380,00	417,62	458,96	504,40	554,34
	ANUAL	<b>4560,00</b>	<b>5011,44</b>	<b>5507,57</b>	<b>6052,82</b>	<b>6652,05</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La autora

**CUADRO No.87  
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDOS  
ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCION	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Salario Básico Unificado	4.560,00	5.011,44	5.507,57	6.052,82	6.652,05
Aporte Patronal 12,15%	554,04	608,89	669,17	735,42	808,22
Fondos de Reserva		417,62	458,96	504,40	554,34
Vacaciones	190,00	208,81	229,48	252,20	277,17
Décimo Tercero	380,00	417,62	458,96	504,40	554,34
Décimo Cuarto	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Total sueldos administrativos	5.976,04	6.985,29	7.676,83	8.436,84	9.272,08

ELABORADO POR: La autora

- **SERVICIOS PROFESIONALES**

Corresponde al pago por los servicios ocasionales del contador.

**CUADRO No.88  
SERVICIOS PROFESIONALES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Contador	1.440,00	1.517,76	1.599,72	1.686,10	1.777,15
<b>TOTAL</b>	<b>1.440,00</b>	<b>1.517,76</b>	<b>1.599,72</b>	<b>1.686,10</b>	<b>1.777,15</b>

ELABORADO POR: La autora

- **Servicios Básicos**

Son los gastos que se realizan por el consumo de agua y luz.

**CUADRO No.89  
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
-------------	----------	----------	----------	----------	----------

Agua	120,00	126,48	133,31	140,51	148,10
Luz	240,00	252,96	266,62	281,02	296,19
<b>TOTAL</b>	<b>360,00</b>	<b>379,44</b>	<b>399,93</b>	<b>421,53</b>	<b>444,29</b>

ELABORADO POR: La autora

- **Servicios de comunicación**

**CUADRO No.90  
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Teléfono	360,00	379,44	399,93	421,53	444,29
Internet	300,00	316,20	333,27	351,27	370,24
<b>TOTAL</b>	<b>660,00</b>	<b>695,64</b>	<b>733,20</b>	<b>772,80</b>	<b>814,53</b>

ELABORADO POR: La autora

- **Suministros de Oficina**

Los suministros de oficina son útiles para llevar a cabo las actividades del negocio.

**CUADRO No.91  
SUMINISTROS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Papel resma	28	29,51	31,11	32,79	34,56
Carpetas	3,6	3,79	4,00	4,22	4,44
Esferográfico	3	3,16	3,33	3,51	3,70
Tinta impresora	39	41,11	43,33	45,67	48,13
Cuaderno	10,5	11,07	11,66	12,29	12,96
Lápiz	13,2	13,91	14,66	15,46	16,29
Borrador	1,5	1,58	1,67	1,76	1,85
Libretines (facturas)	36	37,94	39,99	42,15	44,43
<b>TOTAL</b>	<b>134,80</b>	<b>142,08</b>	<b>149,75</b>	<b>157,84</b>	<b>166,36</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La autora



- **Mantenimiento Equipo de Computación**

Es indispensable realizar el mantenimiento constante del equipo de computación.

**CUADRO No.92  
MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Mantenimiento computación	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14
<b>TOTAL</b>	<b>180,00</b>	<b>189,72</b>	<b>199,96</b>	<b>210,76</b>	<b>222,14</b>

ELABORADO POR: La autora

**CUADRO No.93  
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Sueldos	5976,04	6985,29	7676,83	8436,84	9272,08
Servicios profesionales	1440,00	1517,76	1599,72	1686,10	1777,15
Servicios básicos	360,00	379,44	399,93	421,53	444,29
Servicios de comunicación	660,00	695,64	733,20	772,80	814,53
Mantenimiento computación	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14
Útiles de oficina	134,80	142,08	149,75	157,84	166,36
<b>TOTAL</b>	<b>8750,84</b>	<b>9909,93</b>	<b>10759,40</b>	<b>11685,87</b>	<b>12696,56</b>

ELABORADO POR: La autora

### 6.3.3. Gastos de Ventas

Los gastos de ventas están compuestos por los sueldos del vendedor, publicidad, combustible y mantenimiento del vehículo; que se utilizan para dar a conocer el producto, éstos crecen al ritmo de la inflación.

- **Sueldos en Ventas**

Los sueldos en ventas son los pagos que se hacen al vendedor, quien se encarga de comercializar el producto en los distintos almacenes.

**CUADRO No.94  
SUELDO BASICO UNIFICADO MENSUAL**

PERSONAL	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Vendedor	320,00	351,68	386,50	424,76	466,81
MENSUAL	320,00	351,68	386,50	424,76	466,81
ANUAL	<b>3840,00</b>	<b>4220,16</b>	<b>4637,96</b>	<b>5097,11</b>	<b>5601,73</b>

FUENTE: Investigación Directa  
ELABORADO POR: La autora

**CUADRO No.95  
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDOS EN VENTAS**

DESCRIPCION	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Salario Básico Unificado	3.840,00	4.220,16	4.637,96	5.097,11	5.601,73
Aporte Patronal 12,15%	466,56	512,75	563,51	619,30	680,61
Fondos de Reserva		351,68	386,50	424,76	466,81
Vacaciones	160,00	175,84	193,25	212,38	233,41
Décimo Tercero	320,00	351,68	386,50	424,76	466,81
Décimo Cuarto	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Total sueldos en ventas	5.078,56	5.933,02	6.520,39	7.165,90	7.875,33

ELABORADO POR: La autora

- **Publicidad**

El pago de publicidad se lo realiza por la contratación de un medio publicitario que se encargue de informar sobre el producto.

**CUADRO No.96  
PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Radio	600,00	632,40	666,55	702,54	740,48
Hojas volantes	160,00	168,64	177,75	187,34	197,46
Página web	252,00	265,61	279,95	295,07	311,00
<b>TOTAL</b>	1012,00	1066,65	1124,25	1184,96	1248,94

FUENTE: Investigación Directa  
ELABORADO POR: La autora

- **Combustible y mantenimiento vehículo**

**CUADRO No.97  
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>
Combustible y mantenimiento vehículo	2160,00	2276,64	2399,58	2529,16	2665,73

ELABORADO POR: La autora

**CUADRO No.98  
RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>
Vendedor	5.078,56	5.933,02	6.520,39	7.165,90	7.875,33
Publicidad	1.012,00	1.066,65	1.124,25	1.184,96	1.248,94
Combustible y mantenimiento	2.160,00	2.276,64	2.399,58	2.529,16	2.665,73
<b>TOTAL</b>	<b>8.250,56</b>	<b>9.276,31</b>	<b>10.044,21</b>	<b>10.880,02</b>	<b>11.790,00</b>

ELABORADO POR: La autora

#### **6.3.4. Gastos Financieros.**

Para cubrir la inversión total del proyecto, se considera indispensable solicitar un préstamo bancario de \$15.000,00 dólares en el Banco Nacional de Fomento.

**CUADRO No.99  
DATOS DEL PRÉSTAMO**

DEUDA =	\$15.000,00
AÑOS =	5
INTERÉS =	15%
PERIODOS DE PAGO =	MENSUAL

ELABORADO POR: La autora

**CUADRO No.100  
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

<b>Meses</b>	<b>cuota</b>	<b>intereses</b>	<b>amortización</b>	<b>amortizado</b>	<b>pendiente</b>
--------------	--------------	------------------	---------------------	-------------------	------------------

<b>0</b>					15.000,00
<b>1</b>	356,85	187,50	169,35	169,35	14.830,65
<b>2</b>	356,85	185,38	171,47	340,81	14.659,19
<b>3</b>	356,85	183,24	173,61	514,42	14.485,58
<b>4</b>	356,85	181,07	175,78	690,20	14.309,80
<b>5</b>	356,85	178,87	177,98	868,18	14.131,82
<b>6</b>	356,85	176,65	180,20	1.048,38	13.951,62
<b>7</b>	356,85	174,40	182,45	1.230,83	13.769,17
<b>8</b>	356,85	172,11	184,73	1.415,57	13.584,43
<b>9</b>	356,85	169,81	187,04	1.602,61	13.397,39
<b>10</b>	356,85	167,47	189,38	1.791,99	13.208,01
<b>11</b>	356,85	165,10	191,75	1.983,74	13.016,26
<b>12</b>	356,85	162,70	194,15	2.177,89	12.822,11
<b>13</b>	356,85	160,28	196,57	2.374,46	12.625,54
<b>14</b>	356,85	157,82	199,03	2.573,49	12.426,51
<b>15</b>	356,85	155,33	201,52	2.775,01	12.224,99
<b>16</b>	356,85	152,81	204,04	2.979,05	12.020,95
<b>17</b>	356,85	150,26	206,59	3.185,63	11.814,37
<b>18</b>	356,85	147,68	209,17	3.394,80	11.605,20
<b>19</b>	356,85	145,06	211,78	3.606,59	11.393,41
<b>20</b>	356,85	142,42	214,43	3.821,02	11.178,98
<b>21</b>	356,85	139,74	217,11	4.038,13	10.961,87
<b>22</b>	356,85	137,02	219,83	4.257,95	10.742,05
<b>23</b>	356,85	134,28	222,57	4.480,53	10.519,47
<b>24</b>	356,85	131,49	225,36	4.705,88	10.294,12
<b>25</b>	356,85	128,68	228,17	4.934,06	10.065,94
<b>26</b>	356,85	125,82	231,02	5.165,08	9.834,92
<b>27</b>	356,85	122,94	233,91	5.398,99	9.601,01
<b>28</b>	356,85	120,01	236,84	5.635,83	9.364,17
<b>29</b>	356,85	117,05	239,80	5.875,63	9.124,37
<b>30</b>	356,85	114,05	242,79	6.118,42	8.881,58
<b>31</b>	356,85	111,02	245,83	6.364,25	8.635,75
<b>32</b>	356,85	107,95	248,90	6.613,15	8.386,85
<b>33</b>	356,85	104,84	252,01	6.865,16	8.134,84
<b>34</b>	356,85	101,69	255,16	7.120,33	7.879,67
<b>35</b>	356,85	98,50	258,35	7.378,68	7.621,32
<b>36</b>	356,85	95,27	261,58	7.640,26	7.359,74
<b>37</b>	356,85	92,00	264,85	7.905,12	7.094,88
<b>38</b>	356,85	88,69	268,16	8.173,28	6.826,72
<b>39</b>	356,85	85,33	271,51	8.444,79	6.555,21
<b>40</b>	356,85	81,94	274,91	8.719,70	6.280,30
<b>41</b>	356,85	78,50	278,35	8.998,05	6.001,95
<b>42</b>	356,85	75,02	281,82	9.279,87	5.720,13

43	356,85	71,50	285,35	9.565,22	5.434,78
44	356,85	67,93	288,91	9.854,13	5.145,87
45	356,85	64,32	292,53	10.146,66	4.853,34
46	356,85	60,67	296,18	10.442,84	4.557,16
47	356,85	56,96	299,88	10.742,73	4.257,27
48	356,85	53,22	303,63	11.046,36	3.953,64
49	356,85	49,42	307,43	11.353,79	3.646,21
50	356,85	45,58	311,27	11.665,06	3.334,94
51	356,85	41,69	315,16	11.980,22	3.019,78
52	356,85	37,75	319,10	12.299,32	2.700,68
53	356,85	33,76	323,09	12.622,41	2.377,59
54	356,85	29,72	327,13	12.949,54	2.050,46
55	356,85	25,63	331,22	13.280,76	1.719,24
56	356,85	21,49	335,36	13.616,12	1.383,88
57	356,85	17,30	339,55	13.955,67	1.044,33
58	356,85	13,05	343,79	14.299,46	700,54
59	356,85	8,76	348,09	14.647,56	352,44
60	356,85	4,41	352,44	15.000,00	0,00

FUENTE: BNF

ELABORADO POR: La autora

**CUADRO No.101  
GASTOS FINANCIEROS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Interés	2104,30	1754,19	1347,81	876,09	328,55

FUENTE: CFN

ELABORADO POR: La autora

### 6.3.5. Depreciación

La mayor parte de la Propiedad, Planta y Equipo al pasar el tiempo van perdiendo su valor, por tal razón se aplica la depreciación a cada uno de ellos.

**CUADRO No.102  
DEPRECIACIÓN**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 2012	% POR LEY	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Muebles y Enseres	819,00	10%	81,90	81,90	81,90	81,90	81,90
Equipo de Cómputo	770,00	33%	256,67	256,67	256,67		
Renovación Equipo de Cómputo	811,58	33%				270,53	270,53

Equipo de Oficina	95,00	10%	9,50	9,50	9,50	9,50	9,50
Maquinaria y Equipo	2.330,00	10%	233,00	233,00	233,00	233,00	233,00
Vehículo	9.000,00	20%	1800,00	1800,00	1800,00	1800,00	1800,00
Infraestructura	5.865,00	5%	293,25	293,25	293,25	293,25	293,25
<b>TOTAL</b>	<b>19.690,58</b>		<b>2674,32</b>	<b>2674,32</b>	<b>2674,32</b>	<b>2688,18</b>	<b>2688,18</b>

ELABORADO POR: La autora

### 6.3.6. Gastos diferidos

**CUADRO No.103  
GASTOS DIFERIDOS**

<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL</b>
Estudio de factibilidad	1400
Trámites de constitución	180
Diseño y readecuación del lugar	450
<b>TOTAL</b>	<b>2030</b>

ELABORADO POR: La autora

### 6.3.7. Resumen de Costos y Gastos

**CUADRO No.104  
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>
Costos de producción	28520,67	34459,34	38666,75	43420,51	48797,33
Gastos administrativos	8750,84	9909,93	10759,40	11685,87	12696,56
Gastos de ventas	8250,56	9276,31	10044,21	10880,02	11790,00
Gasto depreciación	874,32	874,32	874,32	888,18	888,18
Gastos financieros	2104,30	1754,19	1347,81	876,09	328,55
Gastos diferidos	2030				
<b>TOTAL</b>	<b>50530,69</b>	<b>56274,08</b>	<b>61692,49</b>	<b>67750,66</b>	<b>74500,62</b>

ELABORADO POR: La autora

### 6.4. Estados Proforma.

#### 6.4.1. Balance general

Este balance representa la posición financiera de la Unidad Productiva, con los valores que conforman el Activo, el Pasivo y el Capital.

**CUADRO No.105  
BALANCE GENERAL**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>3.869,38</b>	<b>7.078,62</b>	<b>11.364,63</b>	<b>19.059,89</b>	<b>30.420,63</b>	<b>46.157,74</b>
Caja - Bancos	3.869,38	7.078,62	11.364,63	19.059,89	30.420,63	46.157,74
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>19.629,00</b>	<b>19.629,00</b>	<b>19.629,00</b>	<b>19.629,00</b>	<b>19.670,58</b>	<b>19.670,58</b>
Terreno		750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
Vehículo		9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00
Infraestructura		5.865,00	5.865,00	5.865,00	5.865,00	5.865,00
(-) Depreciación acum. infraestructura		293,25	586,50	879,75	1.173,00	1.466,25
Maquinaria y equipo		2.330,00	2.330,00	2.330,00	2.330,00	2.330,00
(-) Depreciación acum. maquinaria y equipo		233,00	466,00	699,00	932,00	1.165,00
Equipo de computación		770,00	770,00	770,00		
(-) Depreciación acum. equipo de computo		256,67	513,33	770,00		
Renovación equipo de computo					811,58	811,58
(-) Depreciación acum. renovación E. C.					270,53	541,05
Equipo de oficina		95	95	95	95	95
(-) Depreciación acum. equipo de oficina		9,50	19,00	28,50	38,00	47,50
Muebles y enseres		819,00	819,00	819,00	819,00	819,00
(-) Depreciación acum. muebles y enseres		81,90	163,80	245,70	327,60	409,50
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>23.498,38</b>	<b>26.707,62</b>	<b>30.993,63</b>	<b>38.688,89</b>	<b>50.091,21</b>	<b>65.828,32</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>						
15% Participación		676,92	1.119,08	1.840,43	2.702,02	3.730,97

trabajadores						
Impuesto a la renta		843,90	1.395,11	2.294,40	3.368,52	4.651,27
Largo plazo	15.000,00	12.822	10.294,12	7.359,74	3.953,64	
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>15.000,00</b>	<b>14.342,93</b>	<b>12.808,31</b>	<b>11.494,57</b>	<b>10.024,18</b>	<b>8.382,24</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital social	8.498,38	8.498,38	8.498,38	8.498,38	9.309,96	9.309,96
Resultado del ejercicio		2.992,00	4.946,31	8.134,69	11.942,94	16.490,88
Resultado de años anteriores			2.992,00	7.938,31	16.073,00	28.015,94
Depreciación acumulada		874,32	1.748,63	2.622,95	2.741,13	3.629,30
<b>TOTAL PATROMONIO</b>	<b>8.498,38</b>	<b>12.364,69</b>	<b>18.185,32</b>	<b>27.194,33</b>	<b>40.067,02</b>	<b>57.446,08</b>
<b>TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>23.498,38</b>	<b>26.707,62</b>	<b>30.993,63</b>	<b>38.688,89</b>	<b>50.091,21</b>	<b>65.828,32</b>

ELABORADO POR: La autora

#### 6.4.2. Estado de Resultados

El Estado de Resultados proporciona un informe detallado de ingresos y egresos que tiene la Unidad Productiva, el resultado final al término del ejercicio económico puede ser Utilidad o Pérdida.

**CUADRO No.106  
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Ingresos Proyectados	55.043,50	63.734,59	73.962,01	85.764,14	99.373,73
Costos de producción	28.520,67	34.459,34	38.666,75	43.420,51	48.797,33
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>26.522,83</b>	<b>29.275,25</b>	<b>35.295,26</b>	<b>42.343,63</b>	<b>50.576,40</b>
Gastos Administrativos	8.750,84	9.909,93	10.759,40	11.685,87	12.696,56
Gastos de Ventas	8.250,56	9.276,31	10.044,21	10.880,02	11.790,00
Gastos por Depreciación	874,32	874,32	874,32	888,18	888,18
Gastos Financieros Intereses	2.104,30	1.754,19	1.347,81	876,09	328,55
Gastos Amortización Diferido	2.030,00				
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>4.512,81</b>	<b>7.460,51</b>	<b>12.269,52</b>	<b>18.013,48</b>	<b>24.873,12</b>
(-15%) Part. Trabajadores	676,92	1.119,08	1.840,43	2.702,02	3.730,97
<b>(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos</b>	<b>3.835,89</b>	<b>6.341,43</b>	<b>10.429,09</b>	<b>15.311,46</b>	<b>21.142,15</b>
Impuesto a la Renta	843,90	1395,11	2294,40	3368,52	4651,27



<b>Utilidad Neta Proyectada</b>	<b>2.992,00</b>	<b>4.946,31</b>	<b>8.134,69</b>	<b>11.942,94</b>	<b>16.490,88</b>
-------------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------

ELABORADO POR: La autora

### 6.4.3. Flujo de Caja

El Flujo de Caja permite determinar la dinámica de la Unidad Productiva en lo que tiene que ver a las entradas y salidas de efectivo.

**CUADRO No.107  
FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
<b>INGRESOS</b>						
Inversión inicial	-23.498,38					
Utilidad operacional		4.512,81	7.460,51	12.269,52	18.013,48	24.873,12
(+)Depreciación		874,32	874,32	874,32	888,18	888,18
(+)Diferido		2.030,00				
(-)Reinversión					811,58	
(-)Part. Trabajadores		676,92	1.119,08	1.840,43	2.702,02	3.730,97
(-)Impuestos		843,90	1395,11	2294,40	3368,52	4651,27
(+)Recuperación de inversión						7.216,88
<b>(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO</b>	<b>-23.498,38</b>	<b>5.896,31</b>	<b>5.820,63</b>	<b>9.009,01</b>	<b>12.019,53</b>	<b>24.595,93</b>

ELABORADO POR: La autora

### 6.5. Evaluación de la Inversión.

#### 6.5.1. Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio

**CUADRO No.108  
COSTO DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	8.498,38	36,17	4,60	166,36
Capital Financiado	15.000,00	63,83	15,00	957,51
<b>TOTAL</b>	<b>23.498,38</b>	<b>100,00</b>	<b>19,60</b>	<b>1123,88</b>

ELABORADO POR: La autora

### Tasa de Rendimiento Medio

$$\begin{aligned}
 ck &= 11.74\% \\
 if(\text{inflación}) &= 5.4\% \\
 TRM &= ((1+ck)(1+if))-1 \\
 TRM &= 0.1725 \\
 TRM &= 17,25\%
 \end{aligned}$$

#### 6.5.2. Valor Actual Neto.

Está basado en los flujos netos del proyecto que presenta durante su vida útil, lo que desea explicar es que si resulta mayor a cero se considera una inversión favorable.

**CUADRO No.109  
VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 17,25%	ENTRADAS ACTUALES
0	-23.498,38			-23.498,38
1		5.896,31	0,853	5.029,02
2		5.820,63	0,727	4.234,25
3		9.009,01	0,620	5.589,68
4		12.019,53	0,529	6.360,64
5		24.595,93	0,451	11.101,45
<b>VAN</b>				<b>8.816,66</b>

FUENTE: Flujo de caja  
ELABORADO POR: La autora

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

$$VAN = -23.498,38 + \frac{5.896,31}{(1+0,1725)^1} + \frac{5820,63}{(1+0,1725)^2} + \frac{9.009,01}{(1+0,1725)^3} + \frac{12.019,53}{(1+0,1725)^4} + \frac{24.595,93}{(1+0,1725)^5}$$

$$\mathbf{VAN = 8.816,66}$$

Éste análisis demuestra que el proyecto es factible de realizarlo; ya que su rentabilidad es de 8.816,66 dólares a tiempo real.

### 6.5.3. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno se fundamenta de acuerdo al tiempo en que se vaya recuperando parte de la inversión del proyecto, entre menor tiempo sea es una ventaja para la microempresa.

**CUADRO No.110  
TASA INTERNA DE RETORNO**

<b>AÑO</b>	<b>ENTRADAS EN EFECTIVO</b>	<b>FACTOR 17,25%</b>	<b>ENTRADAS ACTUALIZADAS</b>	<b>FACTOR 29%</b>	<b>ENTRADAS ACTUALIZADAS</b>
<b>0</b>	<b>-23.498,38</b>		<b>-23.498,38</b>		<b>-23.498,38</b>
<b>1</b>	5.896,31	0,853	5029,02	0,775	4.570,79
<b>2</b>	5.820,63	0,727	4234,25	0,601	3.497,77
<b>3</b>	9.009,01	0,620	5589,68	0,466	4.196,70
<b>4</b>	12.019,53	0,529	6360,64	0,361	4.340,39
<b>5</b>	24.595,93	0,451	11101,45	0,280	6.885,17
<b>VAN</b>			<b>8.816,66</b>		<b>-7,56</b>

FUENTE: Flujo de caja  
ELABORADO POR: La autora

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \frac{VAN_{T_i}}{VAN_{T_i} - VAN_{T_s}}$$

$$TIR = 17,25 + (29 - 17,25) \frac{8.816,66}{8.816,66 - (-7,56)}$$

$$\mathbf{TIR = 28,99\%}$$

Con éste análisis se determina que el proyecto es factible ya que el TIR obtenido es mayor que la tasa de rendimiento medio.

#### 6.5.4. Recuperación de la Inversión

**CUADRO No.111  
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

AÑOS	CAPITAL	UTILIDAD	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	<b>23.498,38</b>	5.896,31	<b>5.896,31</b>	1	Año
2		5.820,63	<b>5.820,63</b>	2	Año
3		9.009,01	<b>9.009,01</b>	3	Año
4		12.019,53	2.772,42	2	Meses

FUENTE: Flujo de caja  
ELABORADO POR: La autora

Se determina que la inversión inicial de la investigación realizada, se recuperará en 3 años y 2 meses.

#### 6.5.5. Beneficio Costo.

**CUADRO No.112  
BENEFICIO COSTO**

AÑO	FNE	FACTOR 17,25%	FNEA
1	5.896,31	0,853	5.029,02
2	5.820,63	0,727	4.234,25
3	9.009,01	0,620	5.589,68
4	12.019,53	0,529	6.360,64
5	24.595,93	0,451	11.101,45
			<b>32.315,04</b>

FUENTE: Flujo de caja  
ELABORADO POR: La autora

$$C/B = \frac{\sum FNEA}{INVERSIÓN INICIAL}$$

$$C/B = \frac{32.315,04}{23.498,38}$$

$$C/B=1,38$$

Éste evaluador indica que por cada dólar invertido en el proyecto, se generará 0,38 dólares adicionales.

#### 6.5.6. Punto de equilibrio del proyecto

Para el análisis del punto de equilibrio primeramente se clasificó los costos:

#### Punto de equilibrio para el año 2013

**CUADRO No.113**  
**DETERMINACIÓN DE COSTOS**

DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL
Materia prima		16.513,05	
Mano de obra directa	10.157,12		
Materiales para la producción		710,50	
Vestimenta	120,00		
Servicios Básicos		840,00	
Mantenimiento equipo	180,00		
Sueldos administrativos	5.976,04		
Servicios profesionales	1.440,00		
Servicios básicos	360,00		
Servicios de comunicación	660,00		
Mantenimiento computación	180,00		
Útiles de oficina	134,80		
Sueldos en ventas	5.078,56		
Publicidad	1.012,00		
Combustible y mantenimiento del vehículo		2.160,00	
Gasto interés	2.104,30		
Depreciación	874,32		
Gastos diferidos	2.030,00		
<b>TOTAL</b>	<b>30.307,14</b>	<b>20.223,55</b>	<b>50.530,69</b>

FUENTE: Evaluación financiera  
ELABORADO POR: La autora

Para obtener el punto de equilibrio tanto en dólares como en cantidad se aplicó las siguientes fórmulas:

$$PE\$ = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE. \text{ Unidades} = \frac{\text{Punto de equilibrio\$}}{PVu}$$

**CUADRO No.114**  
**DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

Descripción	Valor\$	%	Costos fijos \$	Costo variable \$	Costo total \$	PE \$	PEQ
<b>ADORNOS</b>							
Ingresos por ventas \$	5994,50	10,89%	3300,59	2202,44	5503,03	<b>5217,59</b>	<b>1098</b>
Cantidad (u)	1262						
Precio (\$)	4,75						
<b>LAMPARAS</b>							
Ingresos por ventas \$	21719,00	39,46%	11958,55	7979,78	19938,34	<b>18904,12</b>	<b>2044</b>
Cantidad (u)	2348						
Precio (\$)	9,25						
<b>MUEBLES</b>							
Ingresos por ventas \$	17250,00	31,34%	9497,91	6337,83	15835,74	<b>15014,33</b>	<b>100</b>
Cantidad (j)	115,00						
Precio (\$)	150,00						
<b>CANÁSTOS</b>							
Ingresos por ventas \$	10080,00	18,31%	5550,08	3703,50	9253,58	<b>8773,59</b>	<b>1950</b>
Cantidad (u)	2240						
Precio (\$)	4,50						
Total	55043,50	100,00%	30307,14	20223,55	50530,69	<b>47909,63</b>	

FUENTE: Evaluación financiera  
ELABORADO POR: La autora

## Punto de equilibrio para el año 2014

**CUADRO No.115  
DETERMINACIÓN DE COSTOS 2014**

DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL
Materia prima		20.642,88	
Mano de obra directa	11.866,03		
Materiales para la producción		748,87	
Vestimenta	126,48		
Servicios Básicos		885,36	
Mantenimiento equipo	189,72		
Sueldos administrativos	6.985,29		
Servicios profesionales	1.517,76		
Servicios básicos	379,44		
Servicios de comunicación	695,64		
Mantenimiento computación	189,72		
Útiles de oficina	142,08		
Sueldos en ventas	5.933,02		
Publicidad	1.066,65		
Combustible y mantenimiento del vehículo		2.276,64	
Gasto interés	1.754,19		
Depreciación	874,32		
<b>TOTAL</b>	<b>31.720,34</b>	<b>24.553,75</b>	<b>56.274,08</b>

FUENTE: Evaluación financiera

ELABORADO POR: La autora

Para obtener el punto de equilibrio tanto en dólares como en cantidad se aplicó las siguientes fórmulas:

$$PES = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE. \text{ Unidades} = \frac{\text{Punto de equilibrio\$}}{PVu}$$

**CUADRO No.116**  
**DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2014**

<b>Descripción</b>	<b>Valor\$</b>	<b>%</b>	<b>Costos fijos \$</b>	<b>Costo variable \$</b>	<b>Costo total \$</b>	<b>PE \$</b>	<b>PEQ</b>
<b>ADORNOS</b>							
Ingresos por ventas \$	6949,02	10,90%	3454,50	2674,02	6128,52	<b>5615,29</b>	<b>1122</b>
Cantidad (u)	1388						
Precio (\$)	5,01						
<b>LAMPARAS</b>							
Ingresos por ventas \$	25182,96	39,51%	12516,17	9688,39	22204,56	<b>20342,24</b>	<b>2086</b>
Cantidad (u)	2583						
Precio (\$)	9,75						
<b>MUEBLES</b>							
Ingresos por ventas \$	19920,60	31,26%	9940,79	7694,86	17635,65	<b>16197,51</b>	<b>102</b>
Cantidad (j)	126						
Precio (\$)	158,10						
<b>CANÁSTOS</b>							
Ingresos por ventas \$	11682,01	18,33%	5808,88	4496,48	10305,35	<b>9443,89</b>	<b>1991</b>
Cantidad (u)	2463						
Precio (\$)	4,74						
<b>Total</b>	<b>63734,59</b>	<b>100,00%</b>	<b>31720,34</b>	<b>24553,75</b>	<b>56274,08</b>	<b>51598,93</b>	

FUENTE: Evaluación financiera  
ELABORADO POR: La autora



## Punto de equilibrio para el año 2015

**CUADRO No.117  
DETERMINACIÓN DE COSTOS 2015**

DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL
Materia prima		23.570,23	
Mano de obra directa	13.040,77		
Materiales para la producción		789,31	
Vestimenta	133,31		
Servicios Básicos		933,17	
Mantenimiento equipo	199,96		
Sueldos administrativos	7.676,83		
Servicios profesionales	1.599,72		
Servicios básicos	399,93		
Servicios de comunicación	733,20		
Mantenimiento computación	199,96		
Útiles de oficina	149,75		
Sueldos en ventas	6.520,39		
Publicidad	1.124,25		
Combustible y mantenimiento del vehículo		2.399,58	
Gasto interés	1.347,81		
Depreciación	874,32		
<b>TOTAL</b>	<b>34.000,20</b>	<b>27.692,28</b>	<b>61.692,49</b>

FUENTE: Evaluación financiera

ELABORADO POR: La autora

Para obtener el punto de equilibrio tanto en dólares como en cantidad se aplicó las siguientes fórmulas:

$$PE\$ = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}} \qquad PE. \text{ Unidades} = \frac{\text{Punto de equilibrio\$}}{PVu}$$

**CUADRO No.118**  
**DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2015**

<b>Descripción</b>	<b>Valor\$</b>	<b>%</b>	<b>Costos fijos \$</b>	<b>Costo variable \$</b>	<b>Costo total \$</b>	<b>PE \$</b>	<b>PEQ</b>
<b>ADORNOS</b>							
Ingresos por ventas \$	8057,75	10,89%	3702,78	3015,82	6718,61	<b>5917,60</b>	<b>1121</b>
Cantidad (u)	1527						
Precio (\$)	5,28						
<b>LAMPARAS</b>							
Ingresos por ventas \$	29194,04	39,47%	13415,76	10926,79	24342,55	<b>21440,57</b>	<b>2086</b>
Cantidad (u)	2841						
Precio (\$)	10,28						
<b>MUEBLES</b>							
Ingresos por ventas \$	23162,60	31,32%	10655,27	8678,44	19333,72	<b>17039,57</b>	<b>102</b>
Cantidad (j)	139						
Precio (\$)	166,64						
<b>CANÁSTOS</b>							
Ingresos por ventas \$	13547,62	18,32%	6226,39	5071,23	11297,62	<b>9951,49</b>	<b>1991</b>
Cantidad (u)	2710						
Precio (\$)	5,00						
<b>Total</b>	<b>73962,01</b>	<b>100,00%</b>	<b>34000,20</b>	<b>27692,28</b>	<b>61692,49</b>	<b>54349,23</b>	

FUENTE: Evaluación financiera  
ELABORADO POR: La autora

## Punto de equilibrio para el año 2016

**CUADRO No.119  
DETERMINACIÓN DE COSTOS 2016**

DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL
Materia prima		26.921,94	
Mano de obra directa	14.331,81		
Materiales para la producción		831,93	
Vestimenta	140,51		
Servicios Básicos		983,56	
Mantenimiento equipo	210,76		
Sueldos administrativos	8.436,84		
Servicios profesionales	1.686,10		
Servicios básicos	421,53		
Servicios de comunicación	772,80		
Mantenimiento computación	210,76		
Útiles de oficina	157,84		
Sueldos en ventas	7.165,90		
Publicidad	1.184,96		
Combustible y mantenimiento del vehículo		2.529,16	
Gasto interés	876,09		
Depreciación	888,18		
<b>TOTAL</b>	<b>36.484,08</b>	<b>31.266,59</b>	<b>67.750,66</b>

FUENTE: Evaluación financiera

ELABORADO POR: La autora

Para obtener el punto de equilibrio tanto en dólares como en cantidad se aplicó las siguientes fórmulas:

$$PES = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE. \text{ Unidades} = \frac{\text{Punto de equilibrio\$}}{PVu}$$

**CUADRO No.120**  
**DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2016**

<b>Descripción</b>	<b>Valor\$</b>	<b>%</b>	<b>Costos fijos \$</b>	<b>Costo variable \$</b>	<b>Costo total \$</b>	<b>PE \$</b>	<b>PEQ</b>
<b>ADORNOS</b>							
Ingresos por ventas \$	9338,26	10,89%	3973,29	3405,08	7378,37	<b>6253,58</b>	<b>1124</b>
Cantidad (u)	1679						
Precio (\$)	5,56						
<b>LAMPARAS</b>							
Ingresos por ventas \$	33846,49	39,46%	14395,84	12337,13	26732,98	<b>22652,88</b>	<b>2092</b>
Cantidad (u)	3125						
Precio (\$)	10,83						
<b>MUEBLES</b>							
Ingresos por ventas \$	26872,28	31,33%	11433,69	9798,59	21232,28	<b>17995,48</b>	<b>102</b>
Cantidad (j)	153						
Precio (\$)	175,64						
<b>CANÁSTOS</b>							
Ingresos por ventas \$	15707,11	18,31%	6681,25	5725,78	12407,04	<b>10513,95</b>	<b>1995</b>
Cantidad (u)	2981						
Precio (\$)	5,27						
<b>Total</b>	<b>85764,14</b>	<b>100,00%</b>	<b>36484,08</b>	<b>31266,59</b>	<b>67750,66</b>	<b>57415,89</b>	

FUENTE: Evaluación financiera  
ELABORADO POR: La autora

## Punto de equilibrio para el año 2017

**CUADRO No.121  
DETERMINACIÓN DE COSTOS 2017**

DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL
Materia prima		30.762,91	
Mano de obra directa	15.750,66		
Materiales para la producción		876,85	
Vestimenta	148,10		
Servicios Básicos		1.036,67	
Mantenimiento equipo	222,14		
Sueldos administrativos	9.272,08		
Servicios profesionales	1.777,15		
Servicios básicos	444,29		
Servicios de comunicación	814,53		
Mantenimiento computación	222,14		
Útiles de oficina	166,36		
Sueldos en ventas	7.875,33		
Publicidad	1.248,94		
Combustible y mantenimiento del vehículo		2.665,73	
Gasto interés	328,55		
Depreciación	888,18		
<b>TOTAL</b>	<b>39.158,46</b>	<b>35.342,16</b>	<b>74.500,62</b>

FUENTE: Evaluación financiera

ELABORADO POR: La autora

Para obtener el punto de equilibrio tanto en dólares como en cantidad se aplicó las siguientes fórmulas:

$$PES = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}} \qquad PE. \text{ Unidades} = \frac{\text{Punto de equilibrio\$}}{PVu}$$

**CUADRO No.122**  
**DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2017**

<b>Descripción</b>	<b>Valor\$</b>	<b>%</b>	<b>Costos fijos \$</b>	<b>Costo variable \$</b>	<b>Costo total \$</b>	<b>PE \$</b>	<b>PEQ</b>
<b>ADORNOS</b>							
Ingresos por ventas \$	10827,37	10,90%	4264,54	3848,93	8113,47	<b>6616,63</b>	<b>1129</b>
Cantidad (u)	1847						
Precio (\$)	5,86						
<b>LAMPARAS</b>							
Ingresos por ventas \$	39235,91	39,48%	15451,10	13945,27	29396,37	<b>23970,84</b>	<b>2100</b>
Cantidad (u)	3437						
Precio (\$)	11,42						
<b>MUEBLES</b>							
Ingresos por ventas \$	31100,19	31,30%	12271,81	11075,83	23347,64	<b>19059,56</b>	<b>103</b>
Cantidad (j)	168						
Precio (\$)	185,12						
<b>CANÁSTOS</b>							
Ingresos por ventas \$	18210,27	18,33%	7171,01	6472,14	13643,14	<b>11124,93</b>	<b>2003</b>
Cantidad (u)	3279						
Precio (\$)	5,55						
<b>Total</b>	<b>99373,73</b>	<b>100,00%</b>	<b>39158,46</b>	<b>35342,16</b>	<b>74500,62</b>	<b>60771,97</b>	

FUENTE: Evaluación financiera  
ELABORADO POR: La autora

### 6.5.7. Resumen de evaluación de la Inversión

**CUADRO No.123  
EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN**

<b>RATIO EVALUADOR</b>	<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>RESULTADO</b>
TRM =		17.25%	
VAN =	$VAN > 0$	8.816,66	Aceptable
TIR % =	$TIR > TRM$	28.99%	Aceptable
PRI=		3.2	Años
B/C =	$R B/C > 1$	1,38	Aceptable

FUENTE: Evaluación financiera  
ELABORADO POR: La autora

Como conclusión final, se puede decir que el proyecto cuenta con un grado aceptable de factibilidad en las condiciones analizadas, para su gestión debe realizarse reajustes ya que los escenarios son volátiles.

## CAPÍTULO VII

## 7. IMPACTOS

Este capítulo requiere de un análisis porque está relacionado con los efectos que ocasiona la creación de la Unidad de producción y comercialización de artesanías de caña de guadúa, los impactos están relacionados tanto en el aspecto:

- Socio-Económico
- Empresarial
- Educativo
- Ambiental

Para mejores resultados se aplica la matriz de impactos, permite dar el valor correspondiente a cada indicado que interfiera en el proyecto.

**CUADRO No. 124**  
**MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS**

<b>POSITIVO</b>	<b>NIVEL</b>
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
<b>NEGATIVO</b>	<b>NIVEL</b>
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

ELABORADO POR: La autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$



## 7.1. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

**CUADRO No.125  
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOT AL
Estabilidad laboral							X	3
Creación de trabajo.					X			1
Generación de ingresos						X		2
Mejores condiciones de vida						X		2
<b>TOTAL</b>					1	4	3	8

ELABORADO POR: La autora

$$NI(\text{SOCIO} - \text{ECONÓMICO}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{8}{4}$$

$$NI = 2$$

### ANÁLISIS:

La creación de la Unidad de Producción y comercialización de artesanías de guadúa presenta un impacto socio-económico medio positivo, porque tiene el propósito de brindar una estabilidad laboral, porque creara fuentes de trabajo para los habitantes de Parambas, será un principal factor generador de ingresos para las diferentes familias, permitiéndoles mejorar las condiciones de vida para cada uno de los habitantes.

## 7.2. IMPACTO EMPRESARIAL

**CUADRO No.126  
IMPACTO EMPRESARIAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fortalecimiento sector empresarial						X		2
Mejoramiento de niveles competitivos							X	3
Incremento de la productividad							X	3
Servicio de calidad						X		2
<b>TOTAL</b>						4	6	10

ELABORADO POR: La autora

$$NI(\text{EMPRESARIAL}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5 = 3$$

### ANÁLISIS:

La Unidad de Producción y comercialización de artesanías de guadúa tienen grades expectativas en sector es por eso que genera un impacto empresarial alto positivo porque fortalece al sector con nuevos emprendimientos, a través del mejoramiento competitivo ante la presencia de la competencia de productos similares, permite también el incremento de la productividad, brindando producto de calidad en el cumplimiento de los pedidos de sus productos.

### 7.3. IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL

**CUADRO No.127  
IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL**

<b>FACTORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Generación de conocimiento						X		2
Aplicación de nuevos métodos						X		2
Capacitación continua							X	3
Interés por el producto							X	3
<b>TOTAL</b>						4	6	10

ELABORADO POR: La autora

$$NI(\text{EDUCATIVO} - \text{CULTURAL}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5 = 3$$

#### **ANÁLISIS:**

La intención de crear la Unidad de Producción y Comercialización representa un impacto educativo cultural alto positivo, porque pretende, aplicar la generación de nuevos conocimientos, a través de nuevos métodos y técnicas de elaboración de productos a base de materias primas diferentes a las que comúnmente son conocidas, para mejores resultados se emprenderá una capacitación continua de las personas directa e indirectamente que trabajan en la Unidad de Producción para que conozca la importancia del producto y sientan un verdadero interés por realizarlo.

## 7.4. IMPACTO AMBIENTAL

**CUADRO No.128  
IMPACTO AMBIENTAL**

<b>FACTORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Trabajo sin tóxicos					X			1
Contaminación auditiva							X	3
Manejo de desechos						X		2
Contaminación ambiental						X		2
<b>TOTAL</b>					1	4	3	8

ELABORADO POR: La autora

$$NI(\text{AMBIENTAL}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{8}{4}$$

$$NI = 2$$

### **ANÁLISIS:**

La Unidad de Producción y comercialización de artesanías de guadúa por ser artesanal el nivel de impacto ambiental que ocasiona es medio positivo, porque los productos a elaborarse se realizaran de manera manual no será necesario utilizar materiales que contaminen el medio ambiente, además se realizara un adecuado manejo de desecho para evitar efectos secundarios que provoquen mal estar al entorno, se tomara en cuenta las medidas necesarias para evitar complicaciones a futuro.

## 7.5. IMPACTO GENERAL

**CUADRO No. 129  
IMPACTO GENERAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto socio-económico						X		2
Impacto Empresarial							X	3
Impacto Educativo-Cultural							X	3
Impacto Ambiental						X		2
<b>TOTAL</b>						4	6	10

ELABORADO POR: La autora

$$NI(\text{GENERAL}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5$$

### ANÁLISIS:

El análisis de la matriz de impacto general, concluye que la creación de la Unidad de Producción y Comercialización de artesanías de caña de guadúa genera un impacto medio positivo, porque su finalidad es mejorar varios aspectos principales como: socio-económico, empresarial, cultural-educativo, ambiental, que buscan el bienestar del sector.

## CONCLUSIONES:

De la investigación realizada sobre la **“Creación de una Unidad de Producción y Comercialización de artesanías de caña guadúa en la comunidad de Parambas, parroquia Lita, Cantón Ibarra, provincia de Imbabura”** se concluye lo siguiente:

- En el análisis del diagnóstico se determinó la situación actual de la comunidad de Parambas, evidenciando que en este sector cuenta con factores como: materia prima proveniente de las manchas de la caña guadúa natural, herramientas suficientes para la instalación de la Unidad y la mano de obra calificada que favorece el desarrollo del proyecto.
- Del estudio de mercado, se puede decir que la investigación de campo proyecta datos que confirman la gran aceptación del consumo de artesanías, porque este producto presenta finos acabados y una alta durabilidad.
- Del estudio técnico se determinó que la comunidad de Parambas es un lugar estratégico para la implantación del proyecto, lo cual garantiza una rápida distribución del producto, debido a que es un sector que atrae el turismo, sobre todo debido al apoyo de terceras personas que apoyan para su comercialización.
- De acuerdo al análisis financiero se establece que la inversión justifica la puesta en marcha del proyecto, ya que al aplicar los evaluadores financieros como el VAN, TIR, B/C Y PRI se determina la factibilidad de la producción y comercialización de artesanías de caña guadúa.
- La organización de la Unidad estará representada por un administrador, quien será el encargado directo de velar por los intereses de cada una de las personas que integre la empresa y que se cumplan con las políticas y reglamentos que se haya establecido.

- Por último se concluye que los posibles impactos que genera el desarrollo del proyecto son positivos, en el ámbito social- económico porque brindará estabilidad laboral creará fuentes de trabajo para la comunidad de Parambas, el empresarial fortalecerá al sector con nuevos emprendimientos y por último el ambiental no causara daño al medio ambiente por que los productos se realizaran de forma manual, no será necesario utilizar materiales que contaminen al ecosistema.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se deben aplicar son:

- El presente proyecto debe promoverse a través de las instituciones de desarrollo urbano y rural sostenible para la función de entes emprendedores. Esto ayudará a una mejor práctica y crecimiento para el pequeño y gran productor.
- Captar el mercado identificado en el área de influencia del proyecto con productos de artesanía de calidad, como también buscar nuevos mercados a nivel nacional.
- Aprovechar los factores tales como: el clima, la abundante materia prima con la que cuenta el sector y la localización estratégica del proyecto, ya que se encuentra en un sitio adecuado para atraer al sector turístico y también poder conseguir mayor cobertura de mercado.
- Llevar un control permanente de la situación financiera de la Unidad a través de los Estados Financieros como son: Balance General y Estados de Resultados para la toma de decisiones adecuadas.
- Impulsar un ambiente organizacional para conservar la armonía del talento humano, además brindar capacitaciones constantes para el mejoramiento de conocimientos y habilidades.
- Realizar controles ante posibles efectos que perjudiquen al ambiente como: reciclaje de desechos, preservación del ecosistema, manejo de desechos tóxicos, implementando planes de contingencias de Seguridad Higiene y Medio Ambiente que eviten perjuicios al sector en donde se desarrolla el proyecto.



## BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ Mario, (2005), Plantemos Bambú Guadúa Para Cosechar Casas, Editorial, Colombia.

CASTAÑO Francisco. (2006), Guadúa Para Todos Cultivo y Aprovechamiento, Editorial, Colombia.

CÓRDOBA, P. Marcial, Año 2006, Formulación y Evaluación de Proyectos, Edición limitada, Editorial Ecoe Ediciones Ltda., Bogotá, D.C.

FLORES U. Juan, (2007). Proyectos de Inversión para las PYME, Primera Edición, Editorial Ecoe Ltda. Colombia.

GIRALDO Edgar, (2005), Una Alternativa Sostenible, Segunda Edición, Editorial, Colombia.

JÁCOME Walter (2005) Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión – CUDIC Editorial Universitaria –Ibarra Ecuador.

KERIN, Roger A., HARTLEY, Steven W., RUDELIUS William, Año 2006, Marketing “CORE”, Segunda edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA DE ESPAÑA S. A. U., Aravaca (Madrid).

LAMB charles w. Lamb, (2006) Obra Marketing Octava Edición Edición Thomson - México.

MINISTERIO DEL AMBIENTE, (2002), Norma Unificada en Guadúa, Ecuador.

MONTAÑO, S. Francisco. A., Año 2005, Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el éxito, Primera edición, Editorial TRILLAS, S.A. de C.V., México, D.F.

MUÑOZ HENAD, Juan Pablo, (2010).Prácticas del Secado de Guadúa. Editorial, Colombia.

ORTIZ, Alberto G., Año 2005, Gerencia Financiera y Diagnóstico Estratégico, Segunda edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A., Bogotá-Colombia.

PHILIP, K. Gary, (2007), Principios de Marketing, Segunda edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA DE ESPAÑA.

SAPAG, CH. Nassir, Año 2007, Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

SARMIENTO, R. Rubén. (2005), Contabilidad General, Décima Edición Editorial Voluntad. Ecuador.

STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J., Año 2007, Fundamentos de Marketing, Decimocuarta edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.

ZAPATA, Sánchez Pedro, (2008), Contabilidad General, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

ZULETA Andrés, (2010), Bambú Construcciones, Editorial, Colombia.

## LINCOGRAFÍA

[www.guaduabiz.com](http://www.guaduabiz.com)

www. [tueconomía.com](http://tueconomía.com)

www.infoagro.com [Venta de Artesanías en Guadúa y Bambú](#)

www.muebleslineafractal.mex [Arte Fractal en Guadúa y Bambú](#)

w.w.w.bambuguadua.tripod.com [Casa en Bambú Guadúa](#)

**ANEXOS**

**ANEXO No.1  
CORTE DE LA CAÑA GUADÚA**



**Elaborado por: La Autora**

**ANEXO No.2  
MEDICIÓN DE LA CAÑA GUADÚA PARA LA ELABORACION DE  
LA ARTESANIA**



**Elaborado por: La Autora**

**ANEXO No.3  
LIJADO DE LA CAÑA GUADÚA**



Elaborado por: La Autora

**ANEXO No.5  
ARMADO DE PIEZAS PARA PRODUCIR LAS ARTESANIAS**



Elaborado por: La Autora

**ANEXO No.7  
ARTESANIA TERMINADA**



Elaborado por: La Autora

**ANEXO No 8**

**ANEXO 8: ENCUESTA DIRIGIDA A LA COMUNIDAD DE PARAMBAS,  
PARROQUIA LITA.**

**1. ¿Dispone usted de una extensión aceptable de caña guadúa para ser explotada permanentemente?**

Mucho

Medianamente

Poco

**2. ¿Cuál es destino que da usted a la producción de caña guadúa?**

Envió mercado de Ibarra para materiales   
de construcción de viviendas

Obras adicionales canales

**3. ¿Conoce usted de la aplicación de la caña guadúa para fabricar artesanías?**

Mucho

Poco

Nada

**4. ¿Se ha enterado que en la zona a existido capacitación para emprendimientos en artesanías de caña guadúa?**

Mucho

Poco

Nada

**5. ¿Estaría usted dispuesto a capacitarse para dar valor agregado a su producción de caña guadúa en forma de artesanías?**

- Mucho
- Poco
- Nada

**6. ¿La rentabilidad que usted tiene actualmente por la producción de caña guadúa?**

- Es adecuada
- Poca adecuada
- Insuficiente

**7. ¿El mercado para la producción de caña guadúa es?**

- Muy bueno
- Bueno
- Regular

**8. ¿Cuál es el problema más crucial que enfrenta el cultivo de caña guadúa?**

- Inclemencias climáticas
- Aparecimiento de plagas
- Pérdidas de suelos para cultivos



## ANEXO No 9

### ENCUESTA DIRIGIDA A ARTESANOS DE SAN ANTONIO.

#### 1. ¿Qué tipo de artesanías produce usted?

- |                                    |                          |
|------------------------------------|--------------------------|
| Imágenes religiosas                | <input type="checkbox"/> |
| Recuerdos y tarjetas               | <input type="checkbox"/> |
| Escultura menor                    | <input type="checkbox"/> |
| Escultura mayor                    | <input type="checkbox"/> |
| Confección de instrumentos musical | <input type="checkbox"/> |

#### 2. ¿La materia prima que utiliza en fabricación de sus artesanías son adquiridos a?

- |                      |                          |
|----------------------|--------------------------|
| Proveedor local      | <input type="checkbox"/> |
| Proveedor regional   | <input type="checkbox"/> |
| Proveedor nacional   | <input type="checkbox"/> |
| Proveedor extranjero | <input type="checkbox"/> |

#### 3. ¿Los costos de sus productos los hace de manera?

- |                                    |                          |
|------------------------------------|--------------------------|
| Técnica                            | <input type="checkbox"/> |
| Empírica                           | <input type="checkbox"/> |
| Comparación de productos similares | <input type="checkbox"/> |

#### 4. ¿Los precios de sus productos son fijados?

- |                                     |                          |
|-------------------------------------|--------------------------|
| En base a costos de producción      | <input type="checkbox"/> |
| Por la oferta y demanda del mercado | <input type="checkbox"/> |
| Las dos                             | <input type="checkbox"/> |

#### 5. ¿La mano de obra que utiliza en sus talleres está calificada por?

- |                     |                          |
|---------------------|--------------------------|
| La experiencia      | <input type="checkbox"/> |
| Formación académica | <input type="checkbox"/> |
| Las dos anteriores  | <input type="checkbox"/> |
|                     | <input type="checkbox"/> |

**6. ¿El control de calidad que aplica al proceso de producción artesanal es?**

- Empírico
- Técnico
- Otros

**7. ¿Considera usted que la rentabilidad de su producción artesanal es?**

- Alta
- Media
- Baja

**8. ¿Cómo considera la demanda para los productos que oferta?**

- Alta
- Media
- Baja

**9. ¿Cuáles son las mayores exigencias que ha detectado usted en el consumidor?**

- Nuevos diseños
- Diseños personalizados
- Acabados de calidad
- Garantía del producto

**10. ¿La capacidad de compra de sus clientes es?**

- Alta
- Media
- Baja

**11. ¿La competencia en el mercado de la producción artesanal es?**

- Alta
- Media
- Baja

**12. ¿La forma como distribuye sus productos es a través de?**

- Directamente en el taller
- Almacén
- Puntos de venta
- Venta personalizada

**13. ¿Cuál es el mercado al que atiende preferentemente?**

- Mercado local
- Regional
- Nacional
- Extranjero

**14. ¿La publicidad que realiza para sus productos lo hace a través de?**

- |                    |                          |
|--------------------|--------------------------|
| Prensa escrita     | <input type="checkbox"/> |
| Radio              | <input type="checkbox"/> |
| Televisión         | <input type="checkbox"/> |
| Internet           | <input type="checkbox"/> |
| Trípticos          | <input type="checkbox"/> |
| Propaganda volante | <input type="checkbox"/> |

**15. ¿Para lograr mejorar su competitividad actual considera usted necesario elaborar productos con materiales diferentes a los que está utilizando actualmente?**

- |             |                          |
|-------------|--------------------------|
| Cabuya      | <input type="checkbox"/> |
| Totora      | <input type="checkbox"/> |
| Caña guadúa | <input type="checkbox"/> |
| Otros       | <input type="checkbox"/> |

**16. ¿La experiencia que tiene usted en esta actividad es?**

- |                         |                          |
|-------------------------|--------------------------|
|                         | <input type="checkbox"/> |
| Suficiente              | <input type="checkbox"/> |
| Medianamente suficiente | <input type="checkbox"/> |
| Insuficiente            | <input type="checkbox"/> |

**17. ¿Cuál es su nivel educativo?**

- Primaria
- Secundaria
- Superior
- Otros

**18. ¿Usted pertenece alguna organización artesanal?**

- Si
- No

**19. ¿La capacitación del talento humano para el desempeño de las actividades es?**

- Permanente
- Ocasional
- Nunca

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

**1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?**

- Menos de 3 años
- Entre 3 y 5 años
- Más de 5 años

**2. ¿Cómo considera la venta de artesanías?**

- Muy rentable
- Rentable
- Poco rentable

**3. ¿Qué tipo de artesanías comercializa usted?**

- Esculturas
- Bisutería
- Tarjetas
- Tejidos
- Otros

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

- Madera
- Metal
- Cabuya
- Cuero
- Lana

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

- Altos
- Medios
- Bajos

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

- Local
- Regional
- Nacional

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

**ADORNOS**

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

**LAMPARAS**

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

**MUEBLES**

- Entre 1 a 3 juegos
- Entre 4 a 6 juegos
- Entre 7 a 9 juegos

CANASTOS

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

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

- Niños
- Jóvenes
- Adultos

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

- Materia prima
- Diseños
- Precios
- Otros

**10. ¿Estaría de acuerdo en comercializar artesanías de caña de guadúa con diseños diferentes?**

- Si
- No

**11. ¿Qué cantidad de productos artesanales de caña de guadúa, mensualmente está dispuesto en adquirir para su comercialización?**

ADORNOS

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



**LÁMPARAS**

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

**MUEBLES**

- Entre 1 a 3 juegos
- Entre 4 a 6 juegos
- Entre 7 a 9 juegos

**CANASTOS**

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

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

- 3%
- 5%
- 10%

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

- TV
- Radio
- Prensa
- Trípticos
- Internet

**ANEXO No 11**

**Entrevista dirigida al Sr. José Cazares productor de artesanías de la comunidad de Parambas**

**1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?**

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

**2. ¿Qué tipo de productos elabora a base caña de guadúa?**

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

**3. ¿Cuál es el volumen de producción?**

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

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

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

**5. ¿Dónde comercializa sus productos?**

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

**6. ¿Cómo considera la actividad de elaborar artesanías de caña de guadúa?**

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

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

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

**8. ¿Existe suficiente materia prima para la elaboración de artesanías de caña de guadúa?**

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

**9. ¿Tiene conocimiento de las artesanías que se pueden elaborar de la caña de guadúa?**

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

## DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE VENTA DE LAS ARTESANÍAS

### 1. Determinación del precio: ADORNOS

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{3.300,59}{1262}$$

$$CFu = 2,62$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{2.202,44}{1262}$$

$$CVu = 1,75$$

$$\text{PRECIO} = CFu + CVu + 8,93\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 2,62 + 1,75 + 8,93\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 4,01 + 4,76 + 8,93\%(4,36)$$

$$\text{PRECIO} = 4,01 + 4,76 + 0,39$$

$$\text{PRECIO} = 4,75 \text{ dólares}$$

El precio por cada adorno será 4,75 dólares.

### 2. Determinación del precio: LAMPARAS

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{11.958,55}{2348}$$

$$CFu = 5,09$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{7.979,78}{2348}$$

$$CVu = 3,40$$

$$\text{PRECIO} = CFu + CVu + 8,93\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 5,09 + 3,40 + 8,93\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 5,09 + 3,40 + 8,93\%(8,49)$$

$$\text{PRECIO} = 5,09 + 3,40 + 0,76$$

$$\text{PRECIO} = 9,25 \text{ dólares}$$

El precio por cada lámpara será 9,25 dólares.

### 3. Determinación del precio: MUEBLES

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{9.497,91}{115}$$

$$CFu = 82,59$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{6.337,83}{115}$$

$$CVu = 55,11$$

$$\text{PRECIO} = CFu + CVu + 8,93\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 82,59 + 55,11 + 8,93\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 82,59 + 55,11 + 8,93\%(137,70)$$

$$\text{PRECIO} = 82,59 + 55,11 + 12,30$$

$$\text{PRECIO} = 150 \text{ dólares}$$

El precio por cada juego de muebles será de 150 dólares.

#### 4. Determinación del precio: CANÁSTOS

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{5.550,08}{2240}$$

$$CFu = 2,48$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{3.703,50}{2240}$$

$$CVu = 1,65$$

$$\text{PRECIO} = CFu + CVu + 8,93\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 2,48 + 1,65 + 8,93\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 2,48 + 1,65 + 8,93\%(4,13)$$

$$\text{PRECIO} = 2,48 + 1,65 + 0,37$$

$$\text{PRECIO} = 4,50 \text{ dólares}$$

El precio por cada canasto será de 4,5 dólares.

**ANEXO No 14**

**FLUJO DE CAJA OPERACIONAL**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>
<b>INGRESOS</b>	23498,38	<b>58.912,88</b>	<b>70.813,21</b>	<b>85.326,64</b>	<b>104.824,04</b>	<b>129.794,36</b>
Ventas		55.043,50	63.734,59	73.962,01	85.764,14	99.373,73
Inversión	23.498,38					
Superávit o déficit año anterior		3.869,38	7.078,62	11.364,63	19.059,89	30.420,63
<b>GASTOS</b>	19629	<b>51.834,26</b>	<b>59.448,58</b>	<b>66.266,74</b>	<b>74.403,41</b>	<b>83.636,62</b>
Activos fijos	19.629,00					
Costos de producción		28.520,67	34.459,34	38.666,75	43.420,51	48.797,33
Gastos administrativos		8.750,84	9.909,93	10.759,40	11.685,87	12.696,56
Gastos de ventas		8.250,56	9.276,31	10.044,21	10.880,02	11.790,00
Gastos financieros		2.104,30	1.754,19	1.347,81	876,09	328,55
Amortización de la deuda		2.177,89	2.527,99	2.934,38	3.406,10	3.953,64
Gastos de constitución		2.030,00				
15% Trabajadores			676,92	1.119,08	1.840,43	2.702,02
Impuesto a la renta			843,90	1.395,11	2.294,40	3.368,52
<b>Superávit o déficit</b>	3.869,38	<b>7.078,62</b>	<b>11.364,63</b>	<b>19.059,89</b>	<b>30.420,63</b>	<b>46.157,74</b>

**ANEXO No 15  
COSTOS Y GASTOS**



## **COSTOS**

- **MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lijas 20 X 25 CM	Unidad	25	0,8	20
Pintura	Litros	45	4,5	202,5
Barnices	Litros	25	6	150
Aceites	Litros	10	4	40
Laca	Litros	18	8	144
Brochas	Unidad	10	7	70
Limas	Unidad	5	5	25
Cubre bocas	Unidad	16	1,5	24
Guantes	Unidad	10	3,5	35
<b>TOTAL</b>				<b>710,5</b>

- **VESTIMENTA DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Trajes para la producción	6	20	120
<b>TOTAL</b>			<b>120</b>

- **SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	50,00	600,00
Agua	20,00	240,00
<b>TOTAL</b>		<b>840,00</b>

- **MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento equipo	15,00	180,00
<b>TOTAL</b>		<b>180,00</b>

## GASTOS

- **SERVICIOS PROFESIONALES**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Contador	120,00	1.440,00
<b>TOTAL</b>		<b>1.440,00</b>

- **SERVICIOS BÁSICOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Agua	10,00	120,00
Luz	20,00	240,00
<b>TOTAL</b>		<b>360,00</b>

- **SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Teléfono	30,00	360,00
Internet	25,00	300,00
<b>TOTAL</b>		<b>660,00</b>

- **MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Mantenimiento computación	15,00	180,00
<b>TOTAL</b>		<b>180,00</b>

- **PUBLICIDAD**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Radio	150,00	600,00
Hojas volantes	40,00	160,00
Página web	21,00	252,00
<b>TOTAL</b>		<b>1012,00</b>