



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS A BASE DE TOTORA EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A.

**AUTORA:** ENRÍQUEZ GUZMÁN KAREN MARISELA

**DIRECTOR:** ING. COM. MARCELO VALLEJOS

**IBARRA, 2013**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto ha sido desarrollado con el fin de realizar la creación del “CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES ELABORADOS A BASES DE TOTORA EN EL CANTÓN OTAVALO”, cuyo objetivo es obtener la viabilidad del proyecto para lo cual se realizó un diagnóstico situacional para verificar si la ubicación del proyecto es factible, además se tomó en cuenta las bases teóricas-científicas que permitirán definir los procesos de comercialización a seguir. A través del estudio de mercado se determina la oferta y la demanda, competencia, fijación de precios y sobre todo las estrategias de ventas para llegar al consumidor final como son los turistas nacionales y extranjeros. La ubicación de la creación de este proyecto será en el centro del cantón Otavalo, debido a su nivel de afluencia poblacional mismo que se basa en el nivel provincial, tomando en cuenta que Otavalo es reconocido como el segundo lugar turístico que posee riquezas artesanales y costumbres milenarias. Además se realizará planes estratégicos para generar fuentes de empleo y de esta manera contribuir con el desarrollo socioeconómico de la comunidad. El centro de acopio tendrá dos métodos de financiamiento del Banco Nacional del Fomento y con inversión propia para su funcionamiento. También se plantea comercializar las artesanías de buena calidad, productos innovadores como adornos de oficina, del hogar; que satisfagan las necesidades del consumidor y a su vez se consiga beneficiar al productor artesanal y de esta forma, mejorar los ingresos económicos de las familias del sector. Se realiza un análisis de la estructura funcional y organizacional que se determina obtener una jerarquización preparada, con cumplimiento de funciones según los cargos destinados al personal que pertenecen al centro de copio. Los impactos a considerar son, impacto social es considerado con el fin de mejorar la calidad de vida de cada uno de los productores y a los pobladores del sector y a su vez beneficie a la creación del proyecto, impacto económico se realiza el análisis de los ingresos y egresos del negocio en el cual se logre obtener una rentabilidad respectiva, impacto cultural trata de las estrategias creadas para la comercialización de las artesanías basadas en las costumbre y tradiciones del cantón Otavalo, impacto empresarial a través de este se logra abrir fuentes de empleo con el fin de mejorar los ingresos económicos, y el impacto ético el cual identifique la personalidad y profesionalismo de los trabajadores ante los clientes que base fundamental del desarrollo del proyecto.

## ABSTRACT

This Project has been developed in order to carry out the creation of the “STORAGE CENTER FOR THE COMMERCIALIZATION OF HANDICRAFT PRODUCTS ELABORATED ON THE BASIS OF LARGE REED IN OTAVALO CANTON” whose objective is to obtain the viability of the project. Therefore, a situational diagnosis was made in order to find out if the location of the project is feasible. Besides, the theoretical-scientific bases were taken into account that permit to define the commercialization processes to be taken. Through the market study, supply and demand, the competition, the determination of the prices and above all, the sales strategies to reach the final consumers both local and foreigners were determined. The location of the creation of this project will be in the center of Otavalo canton due to the fact that the largest part of the population of the province comes there taking into account that Otavalo is known as the second tourist place with handicraft variety and thousand year old traditions. Moreover, strategic plans will be carried out to create work sources and so contribute to the social-economic development of the community. The storage center will have two financing methods, from the National Bank de Foment and with its own investment for its functioning. Also, the commercialization of high quality handicrafts is proposed, innovative products such as decoration objects for offices and homes that will satisfy the needs of the consumers and at the same time will achieve profits for the handicraft producer and therefore improve the economic incomes of the families in the area. An analysis of the functional and organizational structure is made where it is determined that a prepared hierarchic program with the performance of their functions is obtained according to the responsibilities destined to each of the staff members belonging to the storage center. The impacts to be considered are: social impact in order to improve the quality of life of each of the producers and the population of the area and at the same time to provide benefits to the creation of the project; the economic impact where the analysis of incomes and expenses of the business is carried out and a respective profitability is obtained; the cultural impact deals with the strategies created for the commercialization of the handicrafts based on costumes and tradition of Otavalo canton; the company impact that permits to open work sources in order to improve the economic incomes and the ethic impact that identifies the personality and professionalism of the workers in sight of the clients which is an important basis for the development of the project.

INFORME DEL DIRECTOR AUTORÍA TRABAJO DE GRADO

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autora, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

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

En la ciudad de Ibarra, a los 5 Días del mes de Agosto.

Nombre: Karen Marisela Enríquez Guzmán

CI. 040165549-3

Firma  
Ing. Marconi Velasco  
C.I. 1001813821

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

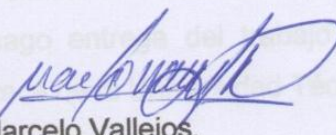
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, ENRÍQUEZ GUZMÁN KAREN MARISELA con cédula de ciudadanía

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada **Enríquez Guzmán Karen Marisela**, para optar por el Título de Ingeniera Comercial, cuyo tema es: **Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercialización de productos elaborados a base de totora en el Cantón Otavalo, Provincia De Imbabura**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 8 Días del mes de Agosto.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del original en formato impreso y digital a la

Firma   
Ing. Marcelo Vallejos.

C.I.1001813821

Nombre: KAREN MARISELA ENRÍQUEZ GUZMÁN

Cédula: 040165549-3

Ibarra, a los 8 días del mes de Agosto de 2013.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

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

Yo, **ENRÍQUEZ GUZMÁN KAREN MARISELA** con cédula de ciudadanía Nro. **040165549-3**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: “ **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS A BASE DE TOTORA EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**”, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Nombre: **KAREN MARISELA ENRÍQUEZ GUZMÁN**

Cédula: **040165549-3**.

Ibarra, a los 8 días del mes de Agosto de 2013.

TÍTULO POR EL QUE OPTA

INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ASESOR DIRECTOR

ING. COM. MARCELO VILLALBA

# 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:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040165549-3		
APELLIDOS Y NOMBRES:	ENRÍQUEZ GUZMÁN KAREN MARISELA		
DIRECCIÓN:	IBARRA, SAN ANTONIO, BARRIO LOS SOLES		
EMAIL:	<a href="mailto:Karen.enriquez1411@gmail.com">Karen.enriquez1411@gmail.com</a>		
TELÉFONO FIJO:	062933-447	TELÉFONO MÓVIL:	0985485432

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS A BASE DE TOTORA EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"
AUTOR:	ENRÍQUEZ GUZMÁN KAREN MARISELA
FECHA: AAAAMMDD	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA. C.P.A.
ASESOR /DIRECTOR:	ING.COM. MARCELO VALLEJOS

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

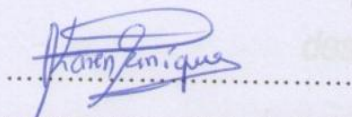
Yo, **ENRÍQUEZ GUZMÁN KAREN MARISELA** con cédula de ciudadanía Nro. **040165549-3**, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, 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 144.

## 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 8 días del mes de Agosto de 2013.

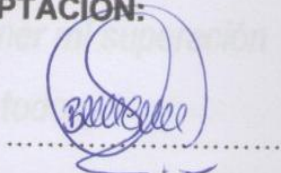
**EL AUTOR:**



Nombre: Karen Marisela Enríquez Guzmán

C.C.: 040165549-3

**ACEPTACIÓN:**



Nombre: Ing. Bethy Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario Karen Enríquez



## DEDICATORIA

*El presente trabajo realizado con esfuerzo y perseverancia va dirigido a mi Padre el Señor Rodrigo Enríquez, a mi Madre la Señora Esperanza Guzmán que Dios le tenga en su gloria, es a quienes les debo mi forma de ser por haberme inculcado valores, principios, y educación con el fin de cumplir con mis sueños y luchar por mis anhelos, de igual manera a mi hermana la Licenciada Sonia Enríquez y a mi hermano el Ingeniero Johnny Enríquez quienes con su apoyo incondicional me incentivaron para terminar el proyecto planteado.*

*A mi esposo Edwin Espinosa por brindarme su apoyo absoluto a mis hijas Dayanara y Samantha quienes son la base fundamental para cumplir con mis objetivos y obtener mí superación deseada....Gracias por todo*

*Karen Enríquez.*

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios por darme la salud y fortaleza día a día, para culminar con satisfacción mis estudios y mi proyecto de grado.*

*A la Universidad Técnica Del Norte por abrir sus puertas y darme la oportunidad de crecer como persona con conocimientos amplios para ser de mí una excelente profesional.*

*Mi más profundo reconocimiento y agradecimiento al Ingeniero Marcelo Vallejos, por haberme brindado su paciencia, su apoyo incondicional y sus conocimientos como docente y asesor en la elaboración y desarrollo del presente trabajo.*

*A la Señora Martha Gonza Gerente General de la Empresa TOTORA SISA, ubicada en San Rafael, que gracias a su apoyo, obtuve información necesaria para culminar con mi proyecto de grado.*

## ÍNDICE GENERAL

## PÁG

Resumen ejecutivo.....	II
Summary.....	III
Autoría.....	IV
Certificado del director.....	V
Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte...	Vi
Dedicatoria.....	IX
Agradecimiento.....	X
Índice general.....	XI
Lista de cuadros .....	XXI
Lista de gráficos.....	XXIV
Lista de anexos.....	XXV
Presentación.....	XXVI
Justificación.....	XXVIII
Objetivos.....	XXIX
Metodología.....	XXX

## CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	31
Antecedentes. ....	31
Objetivos del diagnóstico.....	32
General.....	32
Específicos.....	32
Matriz de relación diagnóstica.....	33
Aspectos demográficos.....	34
Densidad poblacional.....	34
Distribución poblacional cantón Otavalo.....	37
Nivel de instrucción.....	38
La salud.....	38
El Ministerio de Salud Pública.....	39

Mortalidad.....	39
Desnutrición.....	40
Nivel económico.....	42
Población en edad de trabajar.....	42
Población económicamente activa e inactiva .....	43
Actividades económicas.....	44
Nivel de ingresos.....	45
Materia prima.....	47
Características.....	48
Tecnología.....	49
Talento humano.....	49
Mano de obra.....	49
Capacitación.....	50
Modelos propuestos.....	50
Procesos legales.....	50
Patentes municipales.....	50
Estatutos y autorización para el funcionamiento.....	51
Comité permanente.....	51
Construcción de la matriz AOOR.....	51
Aliados.....	51
Oponentes.....	52
Oportunidades.....	52
Riesgos.....	52
Identificación de la oportunidad de la inversión.....	53

## **CAPÍTULO II**

MARCO TEÓRICO.....	54
Centro de acopio.....	54
Definición del centro de acopio.....	54
Importancia.....	54
Diseño del centros de acopio.....	55

Comercialización.....	55
Definición.....	55
Importancia.....	56
Componentes.....	56
Sistema de comercialización.....	56
Funciones del mercadeo.....	56
Atención al cliente.....	56
Investigación de mercados.....	57
Canales de distribución.....	57
Mercado.....	58
Definición.....	58
Mercado potencial.....	58
Segmento de mercado.....	58
Promoción.....	59
Publicidad.....	59
Definición.....	59
Producto.....	60
Definición.....	60
Precio.....	60
Definición.....	60
Fijación de precios.....	60
Estrategias de precios.....	61
Oferta.....	61
Definición.....	61
Importancia.....	62
Ley de oferta.....	62
Determinantes de la oferta.....	62
El precio del bien.....	62
Precio de los recursos e insumos empleados en la producción del bien.....	62
La tecnología de producción.....	63
Precios futuros esperados.....	63
Número de oferentes.....	63

Función de la oferta.....	63
Demanda.....	63
Definición.....	63
Ley de la demanda.....	64
Determinantes de la demanda.....	64
Precio del bien.....	64
Precio de bienes sustitutos.....	64
Precio de bienes complementarios.....	65
Ingreso de los consumidores.....	65
Gustos y preferencias.....	65
Población.....	65
Precios futuros esperados.....	65
Función de la demanda.....	65
Tamaño del proyecto.....	66
Localización del proyecto.....	66
Macro localización.....	66
Micro localización.....	67
Ingeniería del proyecto.....	67
Materia prima.....	67
Mano de obra.....	68
Costos indirectos de fabricación (CIF).....	68
Gastos administrativos.....	68
Gastos financieros.....	68
Capital de trabajo.....	69
Presupuesto de inversión.....	69
Inversión fija.....	69
Inversión diferida.....	70
Ingresos.....	70
Egresos.....	71
Balance general.....	71
Estado de resultados.....	71
Flujo de caja.....	72

Valor actual neto (VAN).....	72
Tasa interna de retorno (TIR).....	72
Costo-beneficio.....	73
Periodo de recuperación de la inversión.....	73
Misión.....	73
Visión.....	74
Organigrama estructural.....	75
Organigrama funcional.....	75
Impactos.....	76
Social.....	76
Económico.....	76
Cultural.....	76
Empresarial.....	76
Ético.....	76
Artesanías.....	77
Totora.....	77

### **CAPÍTULO III**

ESTUDIO DE MERCADO.....	78
Presentación.....	78
Identificación del producto o servicio.....	78
Artesanías elaboradas en base a la totora.....	78
Caballitos.....	79
Esteras.....	80
Barquitos.....	80
Aventadores.....	80
Mecedoras.....	80
Mercado.....	81
Objetivo de la investigación.....	81
Objetivo general.....	81
Objetivos específicos.....	81

Matriz de relación de mercado.....	82
Mecánica operativa.....	83
Identificación de la población.....	83
Identificación de la muestra.....	83
Técnicas e instrumentos.....	84
Información primaria.....	84
Información secundaria.....	84
Tabulación y análisis de información.....	85
Entrevista.....	99
Análisis de la oferta.....	101
Proyección de la oferta.....	101
Análisis de la demanda.....	103
Proyección de la demanda.....	103
El precio.....	104
Balance de oferta y demanda.....	105
Demanda a captar por el proyecto.....	105
Segmentación del mercado.....	106
Mercado meta.....	106
Estrategias de mercado.....	106
Estrategias del producto.....	107
Estrategias para el precio.....	107
Estrategias para la plaza.....	107
Estrategias para la promoción.....	107
Artículos de promoción.....	108
Artículos de presentación del personal.....	108
Canales de comercialización.....	110
Conclusiones del mercado.....	110

## **CAPÍTULO IV**

ESTUDIO TÉCNICO.....	112
Tamaño del proyecto .....	112



El mercado.....	112
Disponibilidad de recursos.....	112
Disponibilidad de insumos, materiales.....	113
Optimización del tamaño del proyecto.....	113
Localización del proyecto.....	113
Macro localización.....	113
Ubicación del proyecto.....	114
Micro localización.....	115
Identificación de los posibles lugares.....	115
Matriz de factores intervinientes.....	116
Matriz de factores ponderados.....	117
Ubicación de centro de acopio.....	119
Diseño del centro de acopio.....	120
Ingeniería del proyecto.....	120
Aspectos generales de la materia prima.....	120
Proceso de comercialización.....	121
Tecnología.....	121
Muebles y enseres.....	121
Obras civiles.....	122
Diseño del área del centro de acopio.....	122
Presupuesto técnico .....	123
Inversiones fijas.....	123
Determinación de la inversión.....	123
Activos fijos.....	123
Muebles y enseres.....	123
Equipo de oficina.....	124
Suministros de oficina.....	124
Resumen de activos fijos.....	125
Inversión variable.....	125
Inversión diferida.....	125
Objetivo de crecimiento.....	126
Resumen de la inversión del proyecto.....	126

Inversión y su financiamiento.....	127
Determinación del personal requerido .....	127
Mano de obra.....	128
Personal admiración.....	128
Operación del proyecto.....	129
Flujograma.....	129
Procesos.....	130

## **CAPÍTULO V**

<b>ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>131</b>
Introducción.....	131
Determinación de los ingresos proyectados.....	131
Ingresos proyectados.....	132
Determinación de los egresos proyectados.....	133
Mano de obra.....	133
Salario básico unificado.....	134
Gastos administrativos.....	135
Gastos generales de administración.....	136
Suministros y materiales de oficina.....	136
Arrendamiento del local.....	136
Adecuaciones.....	137
Resumen de gastos administrativo anual proyectado.....	138
Gasto de ventas.....	139
Gastos generales de ventas.....	139
Publicidad.....	139
Resumen de gastos de venta anual proyectado.....	140
Amortización del préstamo.....	140
Balance de situación inicial.....	141
Estado de resultados proyectados.....	141
Flujo de efectivo financiero.....	142
Evolución financiera.....	143

Costo de oportunidad.....	143
Cálculo del valor actual neto (VAN).....	144
Tasa interna de retorno (TIR).....	145
Relación beneficio – costo.....	146
Relación ingresos – egresos.....	146
Periodo de recuperación de la inversión.....	147

## **CAPÍTULO VI**

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	148
La empresa.....	148
Nombre o razón social.....	148
Slogan.....	148
Conformación jurídica.....	148
Registro único de contribuyente (RUC) SRI.....	149
Patente municipal.....	149
Permiso de funcionamiento.....	149
Misión.....	149
Visión.....	150
Políticas.....	150
Valores.....	150
Estructura organizacional.....	152
Organigrama funcional.....	152
Matriz De competencias laborales.....	153
Descripción de funciones .....	153
Determinación de perfiles.....	154

## **CAPÍTULO VII**

ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	159
Impacto social.....	160
Seguridad familiar.....	160
Mejoramiento de calidad de vida.....	160

Comercialización asociada.....	160
Desarrollo humano.....	160
Impacto económico.....	161
Generación de empleo.....	161
Estabilidad económica local.....	161
Estabilidad económica familiar.....	162
Fortalecer la inversión local.....	162
Producto interno bruto (PIB).....	162
Impacto cultural.....	162
Recuperación identidad cultural.....	163
Costumbres.....	163
Promoción turísticas.....	163
Impacto empresarial.....	163
Trabajo corporativo.....	164
Generación de conocimientos.....	164
Clima organizacional.....	164
Estrategias innovadoras.....	164
Impacto ético.....	165
Respeto a las leyes.....	165
Responsabilidad y puntualidad.....	165
Valores y principios organizacionales.....	166
Impacto general.....	166
Social.....	167
Económico.....	167
Cultural.....	167
Empresarial.....	167
Ético.....	167
Conclusiones.....	168
Recomendaciones.....	168
Bibliografía.....	170
Lincografía.....	171
ANEXOS.....	173

<b>LISTA DE CUADROS</b>	<b>PÁG</b>
División política del cantón Otavalo.....	36
Distribución población cantón Otavalo.....	37
Crecimiento poblacional años 2001 – 2010.....	37
Nivel de instrucción.....	38
Principales causas de defunciones en Otavalo.....	40
Población en edad de trabajar .....	43
Población económicamente activa.....	43
Población económicamente inactiva.....	44
Actividades económicas.....	45
Variedades de la totora.....	48
Datos técnicos genero.....	85
Datos técnicos edad.....	86
Datos técnico instrucción.....	87
Tipo de actividad.....	88
Trabajo fijo.....	89
Ingresos mensuales.....	90
Adquisición de artesanías.....	91
Tipos de artesanías.....	92
Tiempo de adquisición.....	93
Precio de adquisición.....	94
Épocas de adquisición.....	95
Formas de pago.....	96
Creación del centro de acopio.....	97
Lugar de acogida del centro de acopio.....	98
Proyección de la oferta actual .....	102
Proyección demanda total.....	104
Precios proyectados.....	104
Balance de oferta y demanda proyectados.....	105
Demanda a captar en el proyecto.....	105
Posibles lugares.....	115
Matriz de factores que intervienen.....	116

Ponderación de factores principales.....	117
Matriz de factores ponderados.....	118
Descripción equipo de cómputo.....	121
Descripción muebles y enseres.....	122
Muebles y enseres.....	123
Equipo de oficina.....	124
Suministros de oficina.....	124
Resumen de activos fijos.....	125
Capital de trabajo.....	125
Activos diferidos.....	126
Crecimiento productivo.....	126
Inversión.....	127
Inversión del proyecto.....	127
Mano de obra.....	128
Personal administrativo.....	128
Proyección precios de venta de artesanías.....	132
Proyección de la cantidad de materia prima.....	132
Proyección de ingresos.....	133
Incremento salarial.....	134
Sueldo básico unificado trabajador.....	134
Proyección salario básico unificado y beneficios de ley anual.....	134
Salario personal administrativo.....	135
Proyección del salario personal administrativo y de ley de beneficios de ley.....	135
Gastos generales.....	136
Suministros de oficina.....	136
Arriendo de local.....	137
Proyección arriendo del local.....	137
Adecuaciones.....	137
Total gastos administrativos anual proyectado.....	138
Depreciación anual administrativo.....	138
Sueldo básico unificado ventas.....	139

Proyección del salario básico unificado del personal de ventas y beneficios de ley.....	139
Proyección gastos publicidad.....	140
Total de gastos de venta anual.....	140
Estado de situación inicial.....	141
Estado de resultados proyectados.....	142
Flujo de efectivo financiero.....	143
Tasa de rendimiento.....	143
Valor actual neto.....	144
Valor actual neto.....	145
VAN con tasa inferior.....	145
Matriz de competencias laborales.....	153
Impacto social.....	160
Impacto económico.....	161
Impacto cultural.....	162
Impacto empresarial.....	163
Impacto ético.....	165
Impacto general.....	166

## LISTA DE GRÁFICOS

PÁG.

Situación geográfica Otavalo.....	36
Datos técnicos genero.....	81
Datos técnicos edad.....	82
Datos técnicos instrucción.....	83
Tipo de actividad.....	84
Trabajo fijo.....	85
Ingresos mensuales.....	86
Adquisición de artesanías.....	87
Tipos de artesanías.....	88
Tiempo de adquisición.....	89
Precio de adquisición.....	90
Épocas de adquisición.....	91
Formas de pago.....	92
Creación del centro de acopio.....	93
Lugar de acogida del centro de acopio.....	94
Mapa de la micro localización.....	119
Diseño del centro de acopio.....	120



## LISTA DE ANEXOS

PÁG.

Encuesta dirigida a los consumidores de productos elaborados a base de totora.....	173
Entrevista dirigida a la señora Martha Gonza mejor productor artesanal.....	176
Tabla de amortización.....	177
Fotos de productos artesanales.....	179
Tasa de crecimiento del cantón Otavalo .....	180
Tasa de crecimiento poblacional – económicamente activa de Otavalo.....	182
Población y tasas de crecimiento intercensal.....	183
Lugares donde se da la totora.....	184
Relación de ingresos-egresos.....	186
Banco central del Ecuador inflación, tasa pasiva.....	187
Información diario la diario el norte.....	188
Incremento salarial.....	189
Punto de equilibrio.....	190

## PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación de **Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Acopio para la Comercialización de Productos Artesanales Elaborados a Base de Totora**, cuenta con siete capítulos importante:

**En el capítulo I:** se realiza un Diagnóstico Situacional del sector en donde se ubicara la creación del centro de acopio, es adecuado si cuenta con los espacios físicos esperados, con afluencias turísticas mismas que sean de nivel positivo para el funcionamiento del proyecto.

**En el capítulo II:** trata del Marco Teórico donde se da a conocer las bases teóricos y científicos esenciales que deben ser considerados, para la creación de este centro de acopio.

**En el capítulo III:** se realizó un Estudio de Mercado donde se desarrolló jencuestas a los consumidores, para verificar si los productos artesanales en base de totora tendrían acogida en el mercado y a su vez se desarrolló una entrevista al mejor productor artesanal, con el fin de obtener información sobre las ventas de los productos terminados y destinados a la comercialización en diferentes sectores, además se obtuvo resultados positivos ya que la competencia no se basa en lucrar su empresa sino en contribuir en el desarrollo socioeconómico de la comunidad. También se explica el uso y beneficios que tiene la planta acuática totora.

**En el capítulo IV:** según el Estudio Técnico se determina la ubicación del proyecto para verificar si es viable ubicarle en ese sector, además se especifica los materiales a utilizarse y se determina las proyecciones futuras para el funcionamiento de centro de acopio, cuyo propósito es cumplir con los objetivos planteados en el proyecto.

**En el capítulo V:** se realiza el Estudio Financiero donde se detalle las actividades económicas que se desempeñen en el centro de acopio, para lo cual se establece decisiones estratégicas que beneficien al capital de trabajo invertido logrando obtener utilidades rentables en los próximos años.

**En el capítulo VI:** trata del Estudio Organizacional donde se establece los propósitos que desea cumplir el centro de acopio, determinando los perfiles de trabajo y el cumplimiento de cada uno del personal que pertenece en este negocio.

**En EL Capítulo VII:** se realiza el análisis de los Impactos que se presenta en el desarrollo del proyecto y a su vez se determina las respectivas conclusión y recomendación

## **JUSTIFICACIÓN**

La creación del centro de acopio para la comercialización de productos artesanales elaborados a base de totora en el cantón Otavalo es de gran importancia, ya que de acuerdo a los estudios realizados se determina que no existe un local que se dedique a la comercialización artesanal por lo cual se plantea esta creación con el fin de comercializar artesanías innovadoras diseñadas con creatividad que se encuentre a la satisfacción del consumidor ya que son la base fundamental para el desarrollo del proyecto.

El presente proyecto es factible de realizarse porque se cuenta los materiales necesarios, con tecnología de punta, además el personal contratado será eficiente para el desempeño progresivo del proyecto.

Además se determina que el proyecto es factible porque cuenta con conocimientos precisos aplicados en el campo investigativo, técnico, contable y a su vez destinado a la comercialización mismo que facilitará la realización y ejecución del mismo.

Una vez terminado el desarrollo del proyecto se analiza todos los beneficios que aportara la creación de este centro de acopio para la comercialización de productos artesanales elaborados a base de totora, ya que existe un alto nivel de turistas nacionales y extranjeros que representa el crecimiento continuo del centro de acopio y a su vez contribuye con el desarrollo socioeconómico de la comunidad.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercialización de productos elaboradas a base de totora en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

### **ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional del cantón Otavalo para determinar las características generales de la zona.
- Establecer las bases teóricas y científicas para sustentar el desarrollo del proyecto a través una investigación bibliográfica.
- Realizar un estudio de mercado para la comercialización de artesanías a base de totora en el cantón Otavalo.
- Elabora un estudio técnico, donde se establezca la localización óptima del proyecto.
- Realizar un estudio financiero para conocer la rentabilidad del proyecto.
- Diseñar la estructura organizacional y funcional del centro de acopio a través de los estándares que se presenten con el fin de mantener una buena gestión administrativa y organizacional.
- Identificar los impactos que se generen en el proyecto tanto como: económicos, social, cultural, ético, organizacional y funcional, empresarial.

## **METODOLOGÍA**

Para realizar el presente estudio se utilizaran los siguientes métodos

### **MÉTODO INDUCTIVO.**

El método inductivo fue herramienta que facilitó la investigación de hechos reales que se presentaron en la sociedad, mismo que permitió la aplicación del estudio del diagnóstico a través de encuestas, entrevistas, datos históricos que contribuyan a cumplir con los objetivos que se encuentran planteados en el proyecto.

### **MÉTODO DEDUCTIVO.**

A través de este método se detalló las variables que influyen en el centro de acopio para la comercialización de los productos elaborados a base de totora, de igual manera se aplicó en el desarrollo del marco teórico mismo que contiene tema y subtemas en relación al proyecto.

### **MÉTODO HISTÓRICO**

En este método es muy aplicable ya que se obtiene información sobre las tradiciones, costumbres que tiene la población Otavaleña para lo cual se realizó un estudio de mercado donde se analizó cada punto mencionado por los pobladores por lo tanto la creación de este centro de acopio se lo creara con respeto a la mano de obra artesanal del sector.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes.**

El sector artesanal del cantón Otavalo, es uno de los sectores más turísticos, de la provincia de Imbabura reconocido por sus habilidades en el arte de la elaboración de productos a base de totora, los cuales son de mayor importancia para la comercialización y por ende para el sustento diario de sus familias.

Todas las artesanías son elaboradas en base a la fibra natural de la totora siendo una planta acuática que crece en las riveras del lago San Pablo, la cual es utilizada por la mayoría de los productores indígenas, para realizar la fabricación en variedad de productos innovadores como esteras, caballitos, aventadores, mecedoras y barcos mismos que son comercializados en este sector.

Otavalo es actualmente uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador ya que es visitado por turistas nacionales y extranjeros, atraídos por su enorme riqueza cultural en sus pueblos, su riqueza es desarrollar y mantener sus costumbres.

Otavaleños y los blanco mestizos mantienen su identidad pero respetan y la valora la fortaleza, mitos, leyendas, costumbres y tradiciones milenarias de la población otavaleña mismos que han sido recibidos en herencia de sus ancestros, una de las costumbres de los otavaleños es la elaboración de productos artesanales a base de totora la cual ha logrado establecer un equilibrio económico en sus familias.

## **1.2. Objetivos Diagnóstico**

### **1.2.1. General**

Realizar un diagnóstico situacional del cantón Otavalo para determinar las características generales de la zona.

### **1.2.2. Específicos**

- Conocer la situación demográfica del cantón Otavalo
- Determinar el nivel económico de los productores artesanales.
- Determinar el número de trabajadores que laboran artesanías en base a la totora
- Definir los procesos legales para la comercialización de los productos elaborados en base de la totora.



<b>1.4. Matriz de Relación Diagnóstica.</b>					
<b>OBJETIVO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTE</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO</b>
<b>Conocer la situación demográfica del Cantón Otavalo</b>	Situación Demográfica	Densidad poblacional	Primaria	Documentos	INEC
		Educación	Primaria	Entrevista	INEC
		Salud	Primaria	Entrevista	Patronato Municipal de Otavalo
		Actividades Económicas	Secundaria	Investigación Bibliográfica	Cámara de Comercio
<b>Determinar el nivel económico de los productores</b>	Nivel Económico	Capital	Primaria	Encuesta	Cámara de Comercio
		Materia prima	Primaria	Entrevista	Mayor Productor Artesanal.
		Financiamiento	Primaria	Entrevista	Gobierno Autónomo de Otavalo.
		Tecnología	Secundaria	Investigación Bibliográfica	PEA
<b>Determinar el número de trabajadores que laboran artesanías en base a la totora</b>	Talento Humano	Número de personas	Primaria	Encuesta	Cámara de Comercio
		Nivel de capacitación	Primaria	Entrevista	INEC
		Modelos propuestos	Secundaria	Investigación Bibliográfica	PEA
<b>Definir los procesos legales para la comercialización de los productos elaborados en base de la totora.</b>	Procesos Legales	Patentes Municipales	Primaria	Entrevista	Gobierno Autónomo del Otavalo
		Estatutos y autorización para el funcionamiento	Primaria	Entrevista	SRI
		Conformación de un comité permanente	Secundaria	Investigación bibliográfica	PEA

Elaborado por: Enríquez Karen. (2013)  
Fuente: Investigación propia

## 1.5.1. Aspectos Demográficos

### 1.5.1.1. Densidad Poblacional

- **Provincia:** Imbabura
- **Cantón:** Otavalo
- **Región:** Sierra Norte
- **Cabecera Cantonal:** San Luis de Otavalo
- **Altura:** 2.565 m sobre el nivel del mar
- **Superficie:** 570 km<sup>2</sup>
- **Perímetro Urbano:** 800 Hectáreas
- **Datos Poblacionales:**

De acuerdo al resultado del censo poblacional 2010 (INEC). El cantón Otavalo cuenta con una totalidad poblacional que se encuentra subdividida entre población mujeres con 54.428 y hombres con 50.446, de esta manera se llega a obtener una población global de 104.874 habitantes.

- **Límites:**

Al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra, al sur con el cantón Quito (Pichincha), al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha) y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi.

- **Clima:**

El clima de Otavalo es como de primavera, la mayor parte del año, siendo de julio a septiembre la temporada de verano.

- **Idioma**

Su idioma oficial es el Kichwa, y como su segundo idioma el castellano

- **Actividad productiva:**

La producción y la comercialización de artesanías en el Cantón son de mayor afluencia debido a la diversidad de turistas como nacionales y extranjeros.

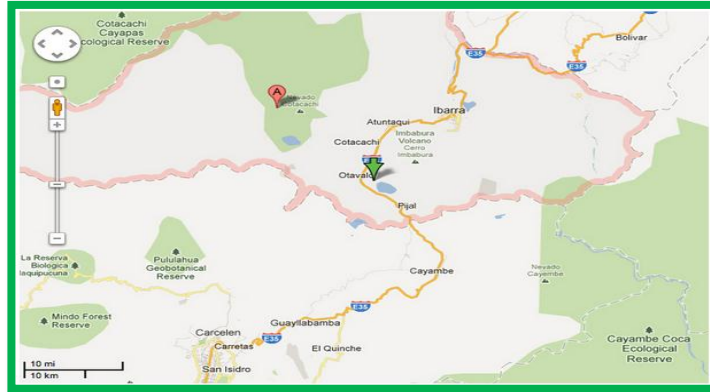
- **Vestimenta**

La vestimenta en los hombres es: pantalón blanco que llega hasta la pantorrilla, camisa blanca de algodón y poncho azul de dos caras. Calzan alpargatas elaboradas con suela de sogas de cabuya; la vestimenta en la mujer es: faldón blanco conocido más como bayeta elaborada de lana de oveja, sobre el que se coloca el anacu, también tejido con lana de oveja tinturada.

El faldón y el anacu se sujetan a la cintura con dos fajas de distinto grosor, llamadas mama chumpi, la más gruesa y huahua chumpi, la más delgada. El principal adorno femenino son los collares y muñequeras. Sobre la cabeza se colocan un manto, confeccionado también con lana de oveja.

## GRÁFICO N°.1

### SITUACIÓN GEOGRÁFICA DE OTAVALO.



Elaborado por: Enríquez Karen. (2013)  
Fuente: Gobierno Autónomo de Otavalo.

Sector más conocido por sus riquezas ancestrales en el ámbito artesanal, el cual es de gran sustento diario de varias familias indígenas que lo hacen a través de la comercialización de sus productos ubicados en: mercados populares, centros culturales donde son adquiridos por la sociedad.

## CUADRO N°1

### DIVISIÓN POLÍTICA DEL CANTÓN OTAVALO

#### Parroquias Rurales del Cantón Otavalo

Parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas
Parroquia Eugenio espejo (Calpaqui)
Parroquia González Suarez - Otavalo
Parroquia Tapaquí
Parroquia Quichinche
Parroquia San Juan De Ilumán
Parroquia San Pablo – Otavalo
Parroquia San Rafael – Otavalo
Parroquia Selva Alegre

#### Parroquias Urbanas del Cantón Otavalo

Parroquia el Jordán
Parroquia San Luis – Otavalo

Elaborado por: Enríquez Karen 2013  
Fuente: Gobierno Autónomo de Antonio Ante.

### 1.5.1.2. Distribución Población Cantón Antonio Ante

Según los datos obtenidos por el Censo 2010 Se llega a determinar que la mayoría de la población se encuentra en el área rural.

**CUADRO N°. 2**  
**DISTRIBUCIÓN POBLACIÓN CANTÓN OTAVALO.**

<b>DISTRIBUCIÓN POBLACIÓN CANTÓN ANTONIO ANTE POBLACIÓN</b>	<b>HABITANTES</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Hombre	50.446	48.10%
Mujeres	54.428	51.90%
<b>TOTAL</b>	<b>104.874</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen (2013)  
Fuente: INEC, Censo 2010

Según la información obtenida por el INEC 2010, el cantón Otavalo cuenta con un total de 104.874 habitantes mismo que ha llegado a obtener una tasa de crecimiento nacional para el año 2010 de 1.98% respecto a datos anteriores para el año 2001 la tasa de crecimiento nacional fue de 2.01%, la cual permite que el cantón Otavalo presente una tasa de crecimiento promedio de 0.89%.

De acuerdo a las distribución étnica, la mayoría de la población lo conforman los indígenas con un 57.2%, seguidos por mestizos con el 40.3%, blanco con el 1.1%, afro ecuatorianos con el 1%, y montubios con el 0.4%.

**CUADRO N°. 3**  
**CRECIMIENTO POBLACIONAL AÑOS 2001 - 2010**

<b>APLICACIÓN DE CENSOS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
Censo 2001	90.188
Censo 2010	104.874
<b>TASA DE CRECIMIENTO (%)</b>	<b>1.98%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen. (2013)  
Fuente: INEC, Censo 2010

### 1.5.1.3. Nivel de Instrucción

**CUADRO N°. 4  
NIVEL DE INSTRUCCIÓN.**

<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>	<b>CASOS</b>	<b>%</b>
Ninguno	11.140	11.87
Centro de alfabetización / (EBA)	2.023	2.16
Preescolar	1.373	1.46
Primario	35.025	37.33
Secundario	15.434	16.45
Educación básica	12.187	12.99
Bachillerato educación media	5.541	5.90
Ciclo Postbachillerato	768	0.82
Superior	8.493	9.05
Posgrado	437	0.47
Se ignora	1.415	1.51
<b>TOTAL</b>	<b>93.836</b>	<b>100 %</b>

Elaborado por: Enríquez Karen. (2013)  
Fuente: INEC, Censo 2010

El mayor porcentaje de la población del cantón Otavalo, han llegado a obtener un nivel de educación primaria (37.33%), seguido por el nivel secundario (16.45%) mismo que no permite que lleguen a obtener superación profesional es por lo cual que la mayoría de los ciudadanos d este sector se dedicaron a realizar una actividad económica con el fin de sustentar a diario a su familia.

### 1.5.1.4. La Salud.

La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social; el cual permite dar información a todas las personas a través de

capacitaciones, revistas, volantes con el fin de prevenir todo tipo de enfermedades.

En el cantón Otavalo cuenta con 2 áreas de salud que pertenecen al estado como el Hospital San Luis de Otavalo y el Dispensario del seguro Social además se aproxima 180 centros privados, mismo que son de gran dificultad para las personas que deseen dirigirse a estos centros a informarse sobre las enfermedades que pueden adquirir tomando en cuenta que la mayoría de los pobladores pueden sufrir varias enfermedades por la contaminación que existe en este sector dadas por las fábricas, mercados, y el transporte, la cual podría ocasionar malestar en los otavaleños.

#### 1.5.1.5. **El Ministerio de Salud Pública.**

El ministerio se fija en varios objetivos los cuales hacen que prospere el nivel de vida de toda la sociedad en general, uno de sus objetivos fundamentales, es la incrementación de eficiencia, eficacia y la calidad de todas las actividades, mismas que les permitan tener la credibilidad de toda la ciudadanía de los diferentes sectores de la provincia.

#### 1.5.1.6. **Mortalidad**

La tasa de mortalidad es un índice el cual permite reflejar la cantidad de defunciones por cada mil ciudades de una determinada comunidad en un periodo concreto es por lo cual que se basa en la mayor parte de causas que conllevan a la muerte del Cantón Otavalo.

**CUADRO N°. 5**  
**PRINCIPALES CAUSAS DE DEFUNCIONES EN OTAVALO**

ORD.	CAUSA DE MUERTE	CASOS
1	Accidentes de Transporte	29
2	Enfermedades Cerebrovasculares	19
3	Enfermedades del Hígado	15
4	Enfermedades Isquémicas del Corazón	19
5	Neumonía	15
6	Otras Enfermedades del Corazón	16
7	Resto de Enfermedades del Sistema Digestivo	18
8	Resto de Tumores Malignos	15
9	SintomSign y Hallazgos Anormales Clin y Elaborat no Class (capacidades especiales)	13
10	Todas las demás Causas Externas	19

Elaborado por: Enríquez Karen. (2013)

Fuente: INEC Anuario De Estadísticas Vital

En el cantón Otavalo la mayoría de los casos mueren por los accidentes de tránsito, enfermedades cerebrovasculares, por el sistema digestivo, teniendo en cuenta que la mayoría de los pobladores que sufren de estos síntomas son personas mayores de 50 por lo cual los centros de salud y lugares de campaña de salud pública deberán informar bien a los moradores del sector para mejorar su estabilidad de vida.

**1.5.1.7. Desnutrición.**

En el cantón Otavalo la desnutrición infantil en el sector rural es de 67.30% y en el sector urbano es de 44.20%, es decir que la mayoría de niños que poseen desnutrición crónica se encuentran propensos a adquirir una enfermedad más grave como es cáncer o tuberculosis esto se da por la mala alimentación, dietas inadecuadas, problemas con la digestión y por la falta de vitaminas en la dieta, y la principal causa es por



los ingresos familiares mismos que ocasionan que no exista una estabilidad nutricional en cada uno de sus hogares. Todas las unidades médicas se encuentran en un plan de mejora el cual permita que se disminuya la tasa de desnutrición infantil, por lo que se establecen programas a través del ministerio de salud pública.

#### ❖ **Programas**

Dentro de los programas establecidos todos son de mayor importancia lo cual hace que cada uno cumpla sus respectivas planificaciones:

- Programa de Vigilancia de los Desórdenes por Deficiencia de Yodo (DDI).
- Programa Ampliado de Inmunizaciones, PAI.
- Programa Nacional de Prevención y Control de VIH/Sida-ITS.
- Encuesta nacional de salud y nutrición
- Atención integral por ciclos de vida
- Detección e intervención temprana de los trastornos del desarrollo
- Detección temprana y escolar de discapacidades auditivas en el Ecuador
- Disponibilidad asegurada de insumos anticonceptivos – daia
- Fortalecimiento del Ministerio de Salud Pública en el sistema nacional de sangre

#### ❖ **Promoción de la Salud.**

En esta promoción se establece que se realice una estrategia que permita mejorar la estabilidad nutricional.

- Programa de acción nutricional.
- Salud Mental.

### ❖ **Campañas.**

A través de esta campaña se lograr tener un ecuador más sano y nutritivo:

- Ecuador saludable, vuelvo por ti
- Medidas de prevención para contrarrestar enfermedades por la época invernal.
- Respira Otavalo, libre de cáncer y tuberculosis

### ❖ **Permisos Legales**

Para realizar todos los programas establecidos por el Ministerio de Salud Pública se debe obtener todos los documentos legales con el fin de prevenir problemas ante las leyes de salud.

#### **1.5.2. Nivel económico**

##### **1.5.2.1. Población en edad de trabajar**

El ministerio de trabajo y promoción del programa mi primer empleo establecen que se encuentran aptas para ejercer funciones productivas, personas de 10 años en adelante por lo cual en la mayoría de los hijos de las familias indígenas del cantón Otavalo se dedican a realizar actividades productivas con el fin de seguir con las tradiciones de sus ancestros.

En la provincia de Imbabura la Población Activa es de 53.20% misma que se encuentra distribuida para todos sus seis cantones por ende se establece que el cantón Otavalo es el segundo sector con el 24.76% que representa a 52.447 habitantes que se dedican a una actividad laboral.

**CUADRO N°.6  
POBLACIÓN EN EDAD DE TRABAJAR.**

DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL EN EDAD DE TRABAJAR.	PET	%
Hombre	4.903	50.50%
Mujer	4.805	49.50%
<b>TOTAL</b>	<b>9.708</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013  
Fuente: INEC, Censo 2010

**1.5.2.2. Población económicamente activa**

La Población Económicamente Activa, está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados).

**CUADRO N°.7  
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA**

DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL ECONÓMICAMENTE ACTIVA	PEA	%
Hombre	24.437	57.43%
Mujer	18.116	42.57%
<b>TOTAL</b>	<b>42.553</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen (2013)  
Fuente: INEC, Censo 2010.

El 57.43% de la población económicamente activa de los Otavaleños representas a las diferentes actividades productivas mismas que forman parte de una variedad de ofertas laborales del sector.

**1.5.2.3. Población económica inactiva.**

Se consideran personas inactivas todas las personas de 10 años y más, no clasificadas como ocupadas o desocupadas durante la semana de

referencia, como rentistas, jubilados, pensionistas, estudiantes, amas de casa, entre otros.

**CUADRO N°.8**  
**POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE INACTIVA**

<b>GENERO</b>	<b>PEI</b>	<b>%</b>
Hombre	14.110	36.42%
Mujer	24.629	63.58%
<b>TOTAL</b>	<b>38.739</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen (2013)  
Fuente: INEC, Censo 2010

De acuerdo a los datos obtenidos por el INEC 2010 no forman parte de una actividad laboral los rentista, jubilados, pensionistas, estudiantes, amas de casa, por lo cual se destina que el 63.58% se considera personas inactivas ya que se las considera como personas que no buscan trabajo o no desean trabajar en ninguna actividad productiva del sector Otavaleño.

**1.5.2.4. Actividades Económicas.**

Las actividades económicas que se generan al interior del cantón son diversas, dentro de las más importantes podemos señalar al comercio que representa el 22%, industria y manufactura 19%, otras actividades 19 18%, turismo 10%, financiera 8%, agricultura 7%, construcción 7%, transporte.

Todas estas actividades permiten que exista un ingreso económico el cual sustente en cada una de las familias otavaleñas.

**CUADRO N°. 10  
ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

<b>RAMA DE ACTIVIDADES</b>	<b>CASOS</b>	<b>%</b>
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	442	11.65
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	99	2.45
Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	29	0.74
Actividades financieras y de seguros.	27	0.69
Actividades inmobiliarias.	12	0.3
Actividades profesionales, científicas y técnicas.	88	2.3
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	18	0.46
Artes, entretenimiento y recreación.	26	0.7
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	1,875	50.35
Construcción.	2	0.05
Enseñanza.	90	2.42
Industrias manufactureras.	604	16.08
Información y comunicación.	214	5.58
Otras actividades de servicios.	189	5.03
Transporte y almacenamiento.	46	1.2
<b>TOTAL</b>	<b>3.715</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Enríquez Karen (2013)  
Fuente: INEC, Censo 2010

El 50.35% de las actividades económicas que presenta el cantón se encuentra en primera posición el comercio al por mayor y al por menor, reparaciones de vehículos automotores y motocicletas siendo uno de las mayores demandas comerciales, seguido por el 26.08% de las industrias manufactureras y con el 11.65% por las actividades de alojamiento y de servicio de comidas, el cual permite ocupar la segunda posición turística a nivel de la provincia de Imbabura y a su vez a nivel Nacional.

**1.5.2.5. Nivel de Ingresos.**

El cantón Otavalo tiene sus producciones artesanales los cuales son comercializados a través de sus mercados, sus ferias, las exportaciones hace que mejore los ingresos a cada uno de los otavaleños, además expresan sus opiniones con comerciantes nacionales y extranjeros a

través de la rueda de presa los cuales hacen que se conozca más a fondo cada actividad productiva que realiza el cantón Otavalo.

Sus ingresos también se los obtiene a través de las diferentes festividades que se da en este cantón como; es en Febrero se realizan programas culturales y deportivos como; campeonato de fútbol indígena, a la que asisten cientos de turistas de todas partes del Ecuador y de varios países del mundo, debido a su singularidad en marzo durante equinoccio de primavera se celebra el PawkarRaymi en honor a las primeras florecencias de maíz y de otros alimentos cultivados; y finalmente llega el solsticio de verano en el mes de junio cuando las comunidades indígenas celebran el Inti Raymi como una muestra de agradecimiento a la madre tierra y al sol por la maduración de los frutos.

Según los datos obtenidos por la cámara de comercio Otavalo (CCO), las expectativas que cumple cada año son de 150 mil visitantes nacionales y extranjeros, esto hace que exista más sustento económico para cada familia.

Los productores artesanales establecen un precio que se encuentre al alcance del consumidor ya que ellos son la fuente principal para el progreso diario es por lo cual relacionan sus actividades y fijan un precio para cada producto es decir para las artesanías de caballitos de 10\$ a 14\$ según su tamaño, al igual que las esteras entre 5\$ a 6\$, los barcos entre 8\$ a 10\$, los aventadores de 4\$ a 5\$ y las mecedoras de 80\$ a 100\$. El sector otavaleño es una de las referencias importantes ante la provincia de Imbabura mismo que ha existido un desarrollo productivo en las diversas actividades comerciales las cuales surgen varias fuentes de empleo. De todos los locales otavaleños se puede mencionar que el 35% cuenta con dos empleados, el 20% con un solo trabajador y el 45% atiende su propio local, esto permite que la tasa de desempleo disminuya y da oportunidad a las personas de progresar y defender sus conocimientos ante la sociedad.

La mayoría de los productores se ha dedicado a expandir sus locales comerciales en los diferentes lugares pertenecientes al cantón, mismo que ha causado un interés en formar un centro de acopio para la comercialización de sus productos en el centro de Otavalo el cual genere un importante ingreso más para sus familias.

#### 1.5.2.6. **Materia Prima.**

El material que utilizan los productores en este caso la totora la adquieren del:

- **Lago San Pablo:** límpido lago ubicado entre verdes montañas, tupidos bosques y amplios valles que dan paso al indígena labrador, que no solo cultiva su fértil tierra, sino que demuestra su habilidad artesanal, en las ferias y mercados especialmente de Otavalo, donde se reúnen en la Plaza de Ponchos todos los fines de semana, dando un espectáculo de tradición y colorido.
- **Guaytacama:** es perteneciente a Latacunga tomando en cuenta que en las zonas aledañas a Guaytacama hay artesanos que se dedican a la elaboración de tazas y esteras de totora, determinando que los productos artesanales son exhibidos en las distintas ferias de la provincia.
- **Lago Yahuarcocha:** de origen glacial lleno de leyendas, ubicado a 3 km de Ibarra, donde puede usted llegar caminando o en bus, su significado en lengua aborigen es Lago de Sangre, porque aquí se llevó a cabo la batalla entre Incas y Caranquis, está rodeada por el autódromo internacional “José Tobar”, donde se desarrollan las competencias válidas nacionales e internacionales.
- **Lago Titicaca:** Los conocimientos y las prácticas ancestrales del manejo de totora desarrollados por el grupo originario Uros, asentado en el lago

Titicaca y experto en la confección de “islas flotantes”, fueron declarados Patrimonio Cultural de la Nación

Estos lagos son tomados en cuenta para elaborar los productos más sobresalientes o demandados como el caballito, las esteras, aventadores, mecedoras y los barcos.

La totora es una planta acuática, muy antigua, sus registros de uso desde hace 8.000 años y se intensifica su uso a partir de los 800 años, en artículos de cestería para almacenar y recoger productos del campo y hacer diferentes artículos de uso doméstico, entre ellos la tradicional estera

#### 1.5.2.7. **Características.**

La totora cumple con algunas características importantes:

- La hierba perenne, de escaso porte, fasciculada, con raíces fibrosas.
- El tallo es liso.
- Las hojas de la sección inferior presenta vainas foliares carentes de láminas, las superiores las desarrollan ocasionalmente
- La inflorescencia es un agrado simple y pseudolateral de espiguillas, tiene una bráctea erecta, que semeja una continuación del tallo.
- Además la totora es un junco que crece en forma abundante en las orillas de los diferentes lagos ya mencionados.

Existen dos tipos de totora como se las identifica en el siguiente cuadro:

### **CUADRO N°.11**

#### **VARIEDADES DE LA TOTORA**

<b>Totora</b>
Totora que crece en el lago
La totora Matar crece en el partes húmedas del suelo.

Elaborado por: Enríquez Karen (2013)  
Fuente: Investigación Particular - Totora Sisa S. C. C.



Las características que posee la totora es de gran utilidad para los productores ya que hace que los productos permanezcan en un mejor estado además permite colorear las artesanías esto hace que la totora no pierda su color, ya que su color natural es café, café oscuro, verde, el cual se realiza el secado en la sombra par que no pierda y se penetre más su color original.

#### **1.5.2.8. Tecnología**

Las herramientas que más se utiliza la Empresa TOTORA SISA S.C.C, para la elaboración de productos artesanales es el cuchillo debido a que todos los productos son realizados manualmente, tomando en cuenta la demás adquisición es a través de artesanos particulares y de esta manera lograr satisfacer a la demanda poblacional.

#### **1.5.3. Talento Humano**

##### **1.5.3.1. Mano de Obra**

La variedad de productos artesanales es uno de los principales ingresos económicos ya que a través de este trabajo ha permitido que exista empleo para toda la sociedad sin necesidad de obtener, un estudio especializado debido a que la mayoría de los trabajadores son indígenas que no han alcanzado a terminar sus estudios primarios, siendo sus causa principales el nivel económico en cada una de sus familias.

Según datos obtenidos por la cámara de comercio del cantón Otavalo, se observa que la mayoría de los pobladores se dedican a la elaboración de productos artesanales, que son ofertados en los diferentes sectores del cantón con el fin de, que cada producto mejore la estabilidad de empleos y equilibre la economía familiar.

### **1.5.3.2. Capacitación**

El conocimiento de los productores es una base fundamental para todos los negocios es por lo cual se ha llegado a analizar que todos los artesanos necesitan de una capacitación, sobre el manejo de sus actividades rutinarias el cual tendrá buenos resultados en el desarrollo futuro de sus de sus microempresas.

Con la creación del centro de acopio se ha establecido que junto a la cámara de comercio de Otavalo se establecerá, un cronograma trimestral en el cual permita que todos los productores se capaciten en constancia para saber el sustento diario de su trabajo. Basándose con el reto en que se cumplirá cada uno de los objetivos que se establecen para el mejoramiento de su comercialización de productos.

### **1.5.3.3. Modelos Propuestos.**

Se llega a establecer un modelo de actividades mismas que permitan mejorar la estabilidad comercial de los productos artesanales lo cual se ha propuesto que estas artesanías sean de agrado para otros países y por ende establecer convenios con el gobierno en el plan de mejora nacional.

### **1.5.4. Procesos Legales.**

#### **1.5.4.1. Patentes Municipales**

Para toda actividad económica es necesario cumplir con ciertos requisitos necesarios para el funcionamiento del proyecto como:

- Copia de cédula y papeleta de votación
- Carta de pagos de servicios básicos de la ubicación donde se va a desempeñar el proyecto
- Comprobante de pago del impuesto predial urbano del predio donde funciona la actividad económica

- Copia del registro único del contribuyente (RUC) en caso de poseerlo

#### **1.5.4.2. Estatutos y autorización para el funcionamiento**

De acuerdo a las investigaciones realizadas en el Servicio de Rentas Internas establece que se debe cumplir con ciertos requisitos mismo que permita hacer real el proyecto establecido:

- Original y copia de la cédula de identidad
- Original y copia de la papeleta de votación actual
- Copia de servicios básicos de la ubicación de domicilio

#### **1.5.4.3. Comité Permanente**

De acuerdo a la información obtenida se ha llegado a determinar que para la formación de una actividad o asociación en este caso del centro de acopio se deberá establecer un comité el cual represente con responsabilidad.

### **1.6. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR**

#### **1.6.1. Aliados**

- La ubicación del cantón Otavalo es uno de los principales puntos estratégicos para la venta de artesanías debido a su nivel turístico como nacional y extranjero.
- La Población Económicamente Activa (PEA), es una de las principales fuerzas para el desarrollo y sustento diario de las familias.

- Los productores son la fuente principal para el funcionamiento ya que a través de ellos se llevara a cabo la creación del proyecto.
- Los proveedores de la materia prima.

#### 1.6.2. **Oponentes**

- Exigencias de mayores requisitos para otorgar créditos.
- Falta de mano de obra capacitada en el área especificada.
- Competencias en las ventas artesanales que se encuentran ubicadas en los diferentes locales comerciales, mercados y ferias artesanales.

#### 1.6.3. **Oportunidades**

- Mejorar el nivel de comercialización y por ende incrementar los ingresos en las familias de los productores.
- Mejorar el nivel de empleo para las personas que van a desempeñar en el centro de acopio.
- Establecer capacitaciones trimestrales para los productores con el fin de que adquieran conocimientos nuevos para sus labores cotidianas.

#### 1.6.4. **Riesgos**

- Inestabilidad económica.
- Falta de conocimiento en nuevas estrategias de mercado.
- Factores climáticos.

### **1.7. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN.**

El crecimiento y desarrollo de las artesanías en el cantón Otavalo de la provincia de Imbabura, se ha llegado a determinar que el nivel de empleo en los diferentes locales comerciales ya que la inversión de cada productor la realiza de acuerdo a su necesidades y por ende fijan precios de acuerdo al alcance de los consumidores, que son la base fundamental en el mercado artesanal es por lo cual se ha llegado a determinar que para mejorar el nivel económico en varios de los productores realizar la **CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS A BASE DE TOTORA EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.**

El propósito de la creación del centro de acopio es fomentar la fuente de empleo cuyo fin es disminuir, el desempleo en la comunidad y a su vez en el país.

Además se fomenta en cada una de las personas la cultura general dando a conocer las tradiciones que posee cada uno de los cantones de la provincia de Imbabura, tomando en cuenta que su visión es lograr que toda la ciudadanía valore la mano de obra artesanal que tiene el sector Otavaleño.

A su vez se da a conocer lugares turísticos del país, mismos que dan mayor riqueza artesanal y mejoramiento de vida de cada una de las familias de la sociedad.

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Centro de acopio

##### 2.1.1. Definición

Según **GONZA Martha, (2013)**, define: *“Un centro de acopio es un lugar de almacenamiento donde se logra clasificar una variedad de productos de acuerdo a su estilo, tamaño, además se debe considerar la ubicación del centro de acopio ya que este debe cumplir con las expectativas del cliente nacional y extranjero, tomando en cuenta que la comercialización de estos productos se plantea un propósito que es contribuir con el desarrollo socioeconómico de la comunidad”*.

A través de la creación de un centro de acopio se logrará reunir productos artesanales que se encuentren elaborados a base de totora, diseñados con estilos creativos e innovadores con el fin de llegar a satisfacer al mercado meta y por ende beneficiar a cada uno de los productores y a su vez sustentar los ingresos económicos de sus familias.

##### 2.1.2. Importancia

Existen puntos fundamentales que se deben tomar en cuenta para el funcionamiento del centro de acopio, uno de ellos es tener la participación social llevando a cabo actividades fructíferas a través de la realización de planes estratégicos mismo que se enfoquen a la comercialización de productos artesanales que se encuentren al alcance del consumidor con el fin de satisfacer sus necesidades y a su vez beneficiar al productor artesanal del sector.

### **2.1.3. Diseño de centro de acopio para la comercialización de productos elaborados a base de totora.**

Según **GONZA, Martha. (2013)** manifiesta: *“Una vez terminado la elaboración de las artesanías en totora, pasan a una bodega para su clasificación dependiendo de su tamaño, figura, color, con el fin de que las actividades sean manejadas en forma ordenada y de esta manera tratar de no contaminar el medio ambiente”*

Los centros de acopio son lugares apropiados para la comercialización de productos elaborados a base de totora mismos que serán ubicados en perfecto estado con el fin de no asumir un gran riesgo que se puede presentar mediante su funcionamiento, además al ubicar estas artesanías en un lugar apropiado se garantiza la conservación intacta para ser comercializada.

## **2.2. Comercialización**

### **2.2.1. Definición**

**BAKER David A; DAY George S. (2010);** Afirma *“Comercialización es la actividad que acelera el movimiento de bienes o servicios desde el fabricante hasta el consumidor, y que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas de mercado, transporte y almacenamiento de bienes y servicios”*

Para la comercialización de las artesanías, el centro de acopio deberá llegar al cliente ya que ellos son la base fundamental para el desarrollo y crecimiento del mismo.

## **2.2.2. Importancia**

La comercialización es el punto de partida más importante para el funcionamiento y crecimiento del centro de acopio ya que puede describir todos los alcances que demuestren una ventaja lucrativa en este proyecto y a su vez la satisfacción del cliente.

## **2.2.3. Componentes**

**BAKER David A; DAY George S. (2010);** expresan: *“Dentro de la comercialización se toma en cuenta componentes importantes como los sistemas de comercialización y las funciones del mercado.”*

### **2.2.3.1. Sistema de comercialización:**

Relaciona a los aspectos productivos, ya que en base a los productos finales se relación la transparencia del proveedor y la presentación del centro de acopio, además se basa en las estrategias de marketing como un mecanismo factible para llegar al consumidor.

### **2.2.3.2. Funciones del mercadeo:**

La función del mercado es la parte operacional que desempeña el centro de acopio ya que a través de ellos se determina si la creación de un centro de acopio es factible también se toma en cuenta la fijación de precios mismos que se encuentren al alcance del cliente y por ende beneficie al proyecto planteado.

## **2.2.4. Atención al cliente**

**SERNA, Gómez Humberto. (2006); expresa:** *“Atención o servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos”.*



De acuerdo a lo mencionado por el autor se determina que el servicio o la atención al cliente es indispensable para el funcionamiento del centro de acopio.

### **2.2.5. Investigación de mercados**

**ZIKMYRD, William G. (2009);** define: “Es una aplicación del método científico en la búsqueda de la verdad de los fenómenos de marketing. Estas actividades incluyen la definición de oportunidad y problemas de la generación y la evaluación de ideas”.

Investigación de mercados es una herramienta fundamental para el desarrollo del proyecto mismo que se realizara a través de las técnicas de investigación como, entrevistas, encuestas con el fin de obtener información útil para el mejoramiento de esta creación dedicada a la comercialización de productos artesanales elaborados a base de totora.

### **2.2.6. Canales de Distribución**

**CÓRDOBA, Marcial (2011); manifiesta:** *“Los canales de distribución son todos los medios en los cuales se vale la mercadotecnia para hacer llegar los productos, hasta el consumidor en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos”.*

Los canales de comercialización son un conjunto de acciones necesarias que ayudan a llevar los diferentes productos hacia el mercado disponible, para que los consumidores puedan adquirir de acuerdo a sus necesidades.

## **2.3. El Mercado**

### **2.3.1. Definición**

**FREIRE, Rubio María Teresa; BLANCO, Jiménez Francisco José, (2010) manifiestan:** *“Mercado es una institución donde unos informan a otros sobre lo que quieren y lo que están dispuestos a dar a cambio. Es un lugar donde se llega a cobrar el intermediario es por tanto el áreas donde compradores y vendedores negocian el intercambio de mercadería”.*

El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio, para llegar a acuerdos en función de la calidad, cantidad y precio. Cabe resaltar que para desarrollar las transacciones debe existir: comprador, vendedor, precio y ambiente adecuado para la interacción positiva de todos los elementos.

### **2.3.2. Mercado potencial**

**KOTLER Philip; ARMSTRONG Gary; (2008), manifiesta:** *“El mercado potencial se mide tomando la totalidad de los habitantes de una zona o mercado y multiplicando los por la tasa de consumo más alta (de algún grupo de consumidores "fuertes").*

En este punto se determina la potencia de demanda a la cual se va a dirigir el producto con el fin de satisfacer cada uno de sus deseos esperados.

### **2.3.3. Segmento de mercado**

**SCOTT Doyle, Michael; FRYER T. Bruce; CERE Ronald C; (2010) expresan:** *“Segmentación del mercado como el proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la*

*misma manera o que presentan necesidades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización”.*

El segmento de mercado es un proceso de estrategias mismas que permitan llegar al cliente por medio de promociones, publicidad que logre difundir las costumbres y tradiciones que tiene el sector.

## **2.4. Promoción**

**FERNÁNDEZ V, Ricardo. (2007). Expresa:** *“Es una herramienta de mercadotecnia diseñada para persuadir, estimular, informar y recordar al consumidor sobre la existencia de un producto o servicio, por medio de un proceso de comunicación, así como de ventas y de imagen de la empresa en un tiempo y lugar determinados”.*

Se les determina como beneficios adicionales que se les hace a los consumidores a través de descuentos, regalos, con el fin de satisfacer las necesidades de la sociedad por ende mejorar la estabilidad del centro de acopio mediante la credibilidad y fidelidad de sus clientes.

## **2.5. Publicidad**

### **2.5.1. Definición**

**INIESTA Lorenzo; INIESTA Isabel; (2010), mencionan:** *“Es la transmisión masiva de mensajes comerciales, se realiza buscando efectos de gran difusión y empleando más media”.*

A través de la publicidad se da a conocer al consumidor final los productos que se van a ofertar con el fin de llegar a satisfacer las necesidades, de la demanda potencial.

## 2.6. Producto

### 2.6.1. Definición.

**TORRES Tirado, Laura, (2011):** *“Producto es el conjunto de atributos tangibles e intangibles que el consumidor crea que posee un determinado bien para satisfacer sus necesidades. No es necesario que el producto contenga un atributo necesariamente solo basta con que el consumidor cree que lo tiene”*

El producto que brinda el centro de acopio se encuentra dirigido hacia el mercado objetivo, ya que para su funcionamiento debe cumplir con ciertas características para que sea aceptado por los consumidores tales como: tamaño, innovador, color y su precio.

## 2.7. Precio

### 2.7.1. Definición

**TORRES, Tirado Laura, (2011):** *“Es el regulador entre la oferta y la demanda a excepción de cuando existe protección”.*

El precio es el valor por el cual se intercambian el viene ya que es el cual le genera un margen de rentabilidad al productor y vendedor, por lo que es fundamental su determinación y variación, ya que de ello dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer.

### 2.7.2. Fijación de precios

**TORRES, Tirado Laura, (2011), manifiestas:** *“Fijación de precios es una estrategia económica que determina los objetivos financieros, de marketing y de métodos que tiene una empresa”.*

La fijación de precios se encuentra orientada al aprovechamiento de los cambios rotundos que se han presentado en la mezcla del marketing que ha establecido el centro de acopio.

### **2.7.3. Estrategias de precios**

**Lamb, Hair y McDaniel, (2012) expresan:** *“Una estrategia de precios es un marco de fijación de precios básico a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto.”*

La fijación de precios es un paso fundamental dentro del «proceso del manejo de los precios» porque establece las directrices y límites para: 1) la fijación del precio inicial y 2) los precios que se irán fijando a lo largo del ciclo de vida del producto, todo lo cual, apunta al logro de los objetivos que se persiguen con el precio

## **2.8. Oferta**

### **2.8.1. Definición**

**KRUGMAN, Paúl R; VELLS Robin, OLNEY Martha; (2008); expresan:** *“Oferta es el comportamiento de los competidores actuales y potenciales, refleja al número de empresas existentes en el mercado centradas en ofrecer un mismo producto.”*

La oferta es una variable que representa a la cantidad de bienes y servicios que un conjunto de negocios que están dispuestos a colocar en el mercado, a un precio y tiempo determinado. Cabe resaltar que se convertirían en la competencia potencial del proyecto.

## 2.8.2. Importancia

La oferta es muy importante porque permite definir de manera cómo se va a enfrentar la competencia y que inconvenientes se puede tener, como también la oportunidad que el centro de acopio presente al llegar con sus productos a todo el sector Otavaleño y en futuro a nivel nacional.

## 2.8.3. Ley de la oferta

**FISCHER, Laura (2007); expresa:** *“La ley de la oferta es cuando los precios del bien aumentan las cantidades ofrecidas aumentan Cuando los precios del bien disminuyen las cantidades ofrecidas disminuyen es así que la curva de la oferta tiene pendiente a ser positiva.  $Q_S x = f(P x) C.P$ ”*

La ley de la oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, la cantidad ofertada que esta del producto artesanal que va a ser mayor, es decir lo que los productores tendrán un incentivo mayor a lo esperado.

## 2.8.4. Determinantes de la oferta

**LEANDRO Gabriel, Aula de Economía, 2007, expresa:** *“Los determinantes de la oferta son base fundamental para el crecimiento de la negocio.”*

### a) El precio del bien:

Al aumentar el precio del bien va a aumentar la cantidad ofrecida y viceversa.”

### b) Precio de los recursos e insumos empleados en la producción del bien:

Al aumentar el precio de los insumos de un bien, su oferta va a disminuir y viceversa. Al hablar del precio de los recursos e insumos se refiere al

precio del trabajo (salarios), precio de materias primas, precio de energía, tasas de interés.

**c) La tecnología de producción:**

Al mejorar la tecnología en la producción, la oferta de un bien aumentará.

**d) Precios futuros esperados:**

Si se espera que a corto plazo el precio del bien producido aumente, la oferta aumentará, y viceversa.

**e) Número de oferentes:**

Al haber un mayor número de oferentes la oferta de un bien aumentará el nivel económico de los productores.

**2.8.5. Función de la oferta**

A través de esta función se podrá realizar todas las cuentas necesarias que se presentan en el centro de acopio con el fin de cumplir con la trayectoria de la pendiente positiva, para el beneficio de los productores.

**2.9. Demanda**

**2.9.1. Definición**

**KRUGMAN, Paúl R; VELLS Robin, OLNEY Martha; (2008); señalan:**  
*“Demanda es el elemento más importante y complejo del mercado, está integrado por necesidades sentidas, poder adquisitivo, posibilidad de compra, tiempo de consumo y condiciones ambientales de consumo”*

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que un conjunto de personas está dispuesto a adquirir a un determinado precio, convirtiéndose en el punto de referencia para establecer el volumen de producción.

### **2.9.2. Ley de la demanda**

**FISCHER, Laura (2007); expresa:** *“El incremento en el precio (P) causa una disminución en la cantidad demandada (Qd) y viceversa, la disminución del precio elevará la cantidad demandada”*

La ley de la demanda, es el incremento del precio se da por las disminuciones que se de en las cantidades demandadas que se presenten en el progreso continuo del proyecto establecido.

### **2.9.3. Determinantes de la demanda**

**LEANDRO Gabriel, Aula de Economía, 2007, manifiesta:** para obtener resultados positivos en el lanzamiento de un producto se toma en cuenta los determinantes de la demanda mismos que son detallados a continuación:

#### **a) Precio del bien:**

Al aumentar el precio de un bien disminuye la cantidad demandada y viceversa

#### **b) Precio de bienes sustitutos:**

Si el precio de un bien Y, un bien sustituto del bien X, aumenta, entonces la demanda del bien X va a aumentar, y si el precio del bien Y (bien sustituto de X) disminuye, la demanda de X va a disminuir.



**c) Precio de bienes complementarios:**

Si el precio de un bien Y, un bien complementario al bien X, aumenta, entonces la demanda de X va a disminuir y viceversa.

**d) Ingreso de los consumidores**

En los **bienes normales**, al aumentar el ingreso de los consumidores la demanda por un bien va a aumentar. Por el contrario en los **bienes inferiores**, al aumentar el ingreso del consumidor, la demanda del bien va a disminuir

**e) Gustos y preferencias:**

Al aumentar las preferencias por un bien (ya sea por moda, temporada, etc.) la demanda del mismo va a aumentar.

**f) Población:**

Al aumentar la población es de esperar que la demanda por un bien aumente ya que existe mayor número de consumidores con la misma necesidad.

**g) Precios futuros esperados:**

Si se espera que el precio de un bien aumente a un cierto plazo, la demanda inmediata de este bien va a aumentar.

**2.9.4. Función de la demanda**

**NUÑEZ Fernando;** (2009-2010), **define:** “Es la expresión matemática que muestra la relación entre el precio de un bien y la cantidad demandada del mismo.”

Son igualdades que existen en esta función ya que el fin es verificar el nivel de productividad que se presenten en el negocio.

## 2.10. Tamaño del Proyecto

**SAPAG Chaín Nassir;** (2007) define: *"El estudio del tamaño de un proyecto es fundamentalmente para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operaciones que, a su vez, permitirán cuantificar los costos de funcionamiento de los ingresos proyectados"*.

El tamaño del proyecto es la capacidad de las instalaciones respectivas para el funcionamiento del acopio.

## 2.11. Localización del Proyecto

**SAPAG Chain Nassir,** (2011); expresa: *"La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o en su fracaso, por cuanto de ello dependerán en gran parte la aceptación o el rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que carece de incentivos para su grupo familiar (colegios, entretenimiento, etc.), o los costos de acopio de la materia prima, entre muchos otros factores. Además la selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macrolocalización, donde se elige la región o zona y el de la microlocalización, que determina el lugar específico donde se instalar el proyecto."*

La localización óptima del Proyecto consiste en identificar el lugar viable para la creación del centro de acopio ya que la ubicación debe favorecer positivamente a la ejecución del proyecto para así lograr la máxima utilidad al mínimo costo posible.

### 2.11.1. Macro localización

**ARÉVALO Araujo David;** (2012), expresa: *"La macro localización o llamada macro zona, es la selección de área, región o ciudad donde se ubicará el proyecto. Para una planta industrial. Los factores de estudio de*

*macro localización que inciden con mayor frecuencia son la proximidad al mercado de consumo y proximidad al mercado de materias primas”.*

La macrolocalización se refiere al lugar donde se proyecta realizar el centro de acopio mismo que permita analizar varias alternativas para el mejoramiento continuo de la comunidad y a su vez del país.

### **2.11.2. Micro localización**

**ARÉVALO Araujo David;** (2012), manifiesta:” *Una vez definido la zona de localización se determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto, es decir el lugar exacto donde se levantarán las instalaciones donde se estarán realizando las actividades que establece el proyecto”.*

La microlocalización consiste en elegir con precisión los puntos precisos, dentro de la zona en donde se ubicará el proyecto.

### **2.12. Ingeniería del proyecto**

**SAPAG, Chain Nassir (2011), manifiesta:** “*Es el que ayuda a 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 objetivo verificar que el funcionamiento del acopio sea fructífero siguiendo todos los procesos que se han determinado en la distribución del local el cual estará conformado por las situaciones jurídicas mediante su organización efectiva para el desarrollo del proyecto.

### **2.13. Materia prima**

**ROJAS Medina Ricardo Alfredo, (2007); expresa:** “*Se define como materia prima a todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto, que se transforma e incorpora en un producto final. Un*

*producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final”*

La materia prima es utilizada de acuerdo a la actividad económica que se esté realizando con el de mejorar la calidad de cada uno de sus productos o servicios que se encuentran destinados al mercado meta con el fin de cubrir con todas las expectativas que presentan los clientes.

#### **2.14. Mano de obra**

**ROJAS Medina Ricardo Alfredo, (2007); manifiesta:** *“Se conoce como mano de obra al esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien.”*

Al analizar los dos tipos de mano de obra se determina que la mano de obra directa es aquella interviene directamente en la fabricación u elaboración del producto terminado tratando de asociarse fácilmente con un trabajo bien cuestionado, pero la mano de obra indirecta es aquella que no logra intervenir directamente en proceso de elaboración sino que representa un costo adicional para el funcionamiento del acopio.

#### **2.15. Costos Indirectos de fabricación (CIF)**

Los costos indirectos de fabricación se les determinan como costos que no se los pueden relacionar directamente en la elaboración de los productos que realiza la empresa.

#### **2.16. Gastos administrativos**

**SARMIENTO, 2010; explica:** *“Los costos administrativos conocidos como gastos de administración, son valores destinados al normal desarrollo de este departamento por ejemplo: arriendo del departamento de*

*administración, agua, luz, teléfono, fax de oficinas, sueldos u beneficios sociales administrativos, etc.”*

Son gastos ocasionados mediante el desarrollo del ente económico el cual se basa sobre la acusación de las diferentes sumas o valores que se presentan durante el ejercicio final.

## **2.17. Gastos financieros**

**Enciclopedia de la economía, 2009; manifiesta:** *“Todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos. En la cuenta de gastos financieros destacan entre otras las cuentas de intereses de obligaciones y bonos, los intereses de deudas, los intereses por descuento de efectos, las diferencias negativas de cambio, y se incluyen también dentro de este apartado los gastos generados por las pérdidas de valor de activos financieros”*

La tasa de interés y las condiciones de pago dependen de las opciones mismas que se efectúen en las transacciones diarias que realiza la empresa.

## **2.18. Capital de trabajo**

**Contabilidad puntual, 2012; menciona:** *“El capital de trabajo, como su nombre lo indica es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio.”*

El capital de trabajo es la inversión adicional líquida que se aporta en la creación del acopio en el cual, se define como activo circular debido a la conformación de sus rubros, valores e inversiones dando un lugar positivo para dar su credibilidad a la sociedad y a su vez poder conformar rubros

de los sueldos y salarios, proveedores, los respectivos impuestos e intereses que se presenten en su funcionamiento continuo.

### **2.19. Presupuesto de inversión.**

**PALACIOS Acero Carlos**, (2012), indica: *“El funcionamiento de la empresa requerirá una inversión en activos inmovilizados y capital circulante. Esta inversión es diferente de los dineros destinados a pagar los gastos corrientes de funcionamiento”.*

La inversión es importante para el funcionamiento del proyecto ya que de acuerdo a la cantidad establecida dependerá la magnitud de la comercialización del acopio.

### **2.20. Inversión fija**

**CÓRDOBA M, 2011; expresa:** *“La inversión fija son los activos tangibles que están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliaria, vehículos, herramientas, etc.”*

A través de esta inversión se permite vincular en forma permanente los activos que se vayan a utilizar del centro de acopio siendo: muebles y enseres, entre otros tomando en cuenta que cada uno de los activos deberán ser valorizados mediante cotizaciones.

### **2.21. Inversión diferida**

**CÓRDOBA M, 2011; define:** *“La inversión diferida son como los activos intangibles que están referidos al conjunto de bienes propiedad de empresa, necesario para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisiciones de derechos, patentes de invención, instalaciones, puesta en marcha, estructura organizativa, etc.”*

Esta inversión permite encontrar estudios d pre inversión misma que pueden ser constituidos por la sociedad mediante programas de capacitación, obtener veracidad de los gastos financieros que permitan mejorar el nivel del funcionamiento del acopio.

## **2.22. Ingresos**

**BRAVO, 2011; afirma:** *“Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especies. Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un periodo de tiempo.”*

En una empresa u centros de acopio, se establece que los ingresos son todo lo referente a los flujos económicos que perciben una unidad económica con la finalidad de lograr incrementar la productividad y comercialización en su negocio.

## **2.23. Egresos**

**Definición ABC, Economía General; manifiesta:** *“Se conoce como egreso a todo aquello que egresa o sale de un lugar o espacio determinado. El término hace referencia específicamente al dinero que se utiliza en un negocio o acción monetaria para pagar determinados gastos y que por lo tanto no puede ser contado como ganancia.”*

Los egresos son aquellos gastos que se obtiene sea cuando se invierte o cuando ya se logra obtener utilidades del funcionamiento del proyecto tomando en cuenta que para mejorar la situación del funcionamiento del acopio se debe realizar un estudios interno mismo que permia disminuir todo tipo de gasto para que no afecte al acopio y de esta manera se evitarlos.

## **2.24. Balance general**

**ZAPATA, P, 2011; expresa:** *“Es un informe contable que presenta ordenadamente y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado.”*

El balance general, es una variedad de representación que retrata la **situación contable** del centro de acopio en una cierta fecha, utilizando los documentos necesarios para presentar un informe final el cual indique si el funcionamiento está dando productividad factible.

## **2.25. Estado de resultados.**

**ZAPATA, P, 2011; manifiesta:** *“Es un informe completo básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuales de renta, costo y gastos, con el propósito de medir los resultados económicos, es decir utilidad o perdida de una empresa durante un período determinado que es el producto de la gestión acertad o desacertada de la Dirección o sea del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia.”*

Permite analizar y verificar el comportamiento de las operaciones de ingresos y egresos, que se presentan en los resultados del funcionamiento del acopio que pueden reflejarse en utilidad o pérdida.

## **2.26. Flujo de caja**

**GALINDO, R. Carlos Julio (2008). Afirma:** *“El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado”.*

Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez del centro de acopio. .



## **2.27. Valor actual neto (VAN)**

**CÓRDOVA, Marcial.** (2011) expresa: “Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte”.

El VAN permite determinar si el proyecto es viable para lograr su creación.

## **2.28. Tasa interna de retorno (TIR)**

**CÓRDOVA, Marcial.** (2011) manifiesta: “*Tasa Interna de Retorno también denominada tasa interna de rendimiento, es la medida más adecuada para medir la rentabilidad de un proyecto. La TIR de un proyecto es la tasa de interés que devenga los dineros que permanecen invertidos en el proyecto*”.

La tasa interna de retorno representa el retorno generado por determinada inversión tomando en cuenta la utilización de los indicadores los cuales representen la tasa de interés del capital invertido generaría una rentabilidad final.

## **2.29. Costo/ Beneficio**

**SAPAG, Chain Nassir, 2011; manifiesta:** “*La relación beneficio-costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión.*”

El análisis del costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión la cual pretende determinar la conveniencia de la centro de acopio mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios que logren beneficiar la creación del proyecto.

### **2.30. Periodo de recuperación de la inversión**

**SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo (2011), manifiestan:** *“Al periodo de recuperación se determina como ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa”.*

Es considerado como un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como el riesgo relativo, el cual permite anticipar los eventos en el corto plazo, tomando en cuenta que los indicadores que se utilizan en el VAN y en la TIR permitan mejorar la toma de decisiones.

### **2.31. Misión**

**WHEELEN, T; 2007; afirma:** *“La misión de una organización es el propósito o la razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otra de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve.”*

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u centro de acopio porque define puntos importantes como lo que pretende cumplir, pretende hacer y a quien va a dirigirse de acuerdo a su entorno o sistema social

### **2.32. Visión**

**D´ ALESSIO, Ipinza Fernando (2008). Afirma:** *“La visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo”.*

La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige el centro de acopio, tomando en cuenta las nuevas tecnologías, las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, y de la aparición de nuevas condiciones del mercado.

### **2.33. Organigrama estructural**

**KOONTZ, Harold, 2011; manifiesta:** *“Toda estructura organizacional, incluso una deficiente, se puede representar en forma gráfica puesto que un diagrama simplemente señala las relaciones entre los departamentos a lo largo de las líneas principales de autoridad.”*

Es la orientación gráfica de la estructura orgánica donde indica la composición de todas las áreas a utilizarse en el funcionamiento del centro de acopio.

### **2.34. Organigrama funcional**

**TAYLOR, Frederick Winslow, 2008; expresa:** *“Este tipo de organización se caracteriza por introducir especialistas en los niveles intermedios de la estructura jerárquica, los cuales concentran su actividad en un tipo muy concreto de trabajo.”*

Es una especificación de las tareas y requisitos necesarios para cada uno del personal para que logre cumplir exitosamente con el cargo otorgado con el fin de que exista un mejor funcionamiento en la creación del proyecto.

## **2.35. Impactos**

Constituyen a los análisis detallados ya que a través de ellos se determina niveles positivos o negativos del proyecto, mismos que se generan de los diferentes ámbitos de desempeño laboral.

### **2.35.1. Social**

Se refiere a la solución de posibles problemas que puede darse en el desarrollo social del sector al cual se va a dirigir el proyecto, con el fin de mejorar las condiciones de vida y a su vez lograr la satisfacción de las necesidades básicas de los clientes, lograr el crecimiento económico, y mejorar el nivel de empleo en la sociedad.

### **2.35.2. Económico**

Se lo determina como un nivel importante ya que se basa en la contribución de la localidad tomando en cuenta la relación de los indicadores socio-económicos.

### **2.35.3. Cultural**

Trata de cultivar las creencias, costumbres, tradiciones que tiene el sector al cual se va a dirigir el proyecto.

### **2.35.4. Empresarial**

Es la manejo de todos los indicadores con el fin de mejorar una estabilidad lucrativa la cual desempeñe credibilidad y obtener fidelidad de sus clientes.

### **2.35.5. Ético**

Este impacto es el más importante ya que de acuerdo a nivel de atención al cliente que demuestre el personal contratado para el funcionamiento del centro de acopio.

### **2.36. Artesanías.**

**Tvcu.com; artesanías del Ecuador:** *“Las artesanías de Ecuador son una de las más admiradas de Sudamérica, combinando la creatividad indígena y la herencia ancestral. Este arte es una manifestación cultural de las raíces indígenas del país, de su rica cultura y tradiciones. Los artesanos de Ecuador expresan sus sentimientos a través de las manos creando manualidades como: pinturas, tejidos, collares, telas, etc. En Ecuador las artesanías pueden ser apreciadas en todas las regiones del país”.*

Otavaló es uno de los lugares más importantes en este campo artesanal y es donde los turistas pueden obtener productos artesanales de distinta naturaleza, también es conocido por su mercado artesanal. Donde se podrá encontrar productos como: tejidos coloridos de lana, joyas hechas de piedra, tagua, plata y artesanías a base de totora. Los artesanos son muy creativos y cualquier cosa es posible, con el fin de mantener sus ingresos estables en sus familias.

### **2.37. Totora.**

**Totoraecuador.blogspot.com:** *“La totora es uno de los recursos que el Ecuador posee en gran cantidad, la zona andina está cubierta de esta planta, que los antiguos pobladores de la serranía ecuatoriana, es decir, los indígenas, la han sabido utilizar en diferentes actividades, desde utensilios de cocina hasta embarcaciones aptas para la navegación. La habilidad de los antiguos indígenas ecuatorianos, junto con su situación social en cuanto a las comodidades tecnológicas que se iban desarrollando, conforme lo demandaba la comunidad, hizo de la totora un artículo muy importante en el entorno social, económico y hasta político de estas comunidades”.*

## **CAPÍTULO III**

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

#### **3.1. Presentación**

El cantón Otavalo es uno de los principales lugares turísticos a nivel nacional, ya que sus habitantes se dedican a realizar actividades artesanales como tejidos, bisutería, pintura, productos que son elaborados con diferentes plantas entre ellas la totora, paja toquilla, junco, cabuya, carrizo, tagua, actividades productivas (agrícola, ganadera) y actividades de servicios (turísticos), permitiendo entre sus pobladores obtener fuentes de ingreso, estabilidad laboral, fortalecer sus costumbres, tradiciones de sus ancestros y con ello contribuir a la dinámica económica del cantón.

El fin de la creación del centro de acopio es contribuir con el desarrollo y crecimiento socioeconómico del sector, mismo que beneficiara a los productores que se dediquen a elaborar estas artesanías, además de coadyuvar a la creación de fuentes de empleo, mejorar la estabilidad económica de las familias y por ende fortalecer los aspectos culturales de éste sector.

#### **3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO**

##### **3.2.1. Artesanías elaboradas en base a la totora**

En el cantón Otavalo existe diversidad de locales de producción y comercialización de productos artesanales como productos elaborados en balsa, cuero, tagua, piedras semipreciosas, fibras vegetales, moluscos y barro, sombreros de paja toquilla, réplicas de piezas arqueológicas,

tallados en piedra o madera, esteras en base a la totora entre otros productos que son realizados a través de esta planta.

Las artesanías son trabajadas a base de la totora en una gran variedad de diseños al gusto y expectativas de los pobladores, mismo que utilizan técnicas adecuadas para su elaboración y su creatividad con el fin de brindar un producto de calidad. En este tipo de artesanías tenemos productos con mayor salida en el mercado como son caballitos, esteras, barcos, aventadores y mecedoras, los cuales son usados como adornos en las viviendas sea en salas, dormitorios, cuartos de estudio, cocina y además en las oficinas.

Además de ser un adorno para el hogar este tipo de planta se la utiliza para diferentes aspectos ambientales y medicinales entre ellos se tiene:

- Purifica el agua contaminada y protege de erosión al suelo de las orillas del lago
- Esta planta tiene un uso muy importante en especies marítimas que permite ocultar y depositar sus huevos para su reproducción.
- Se utiliza como planta medicinal para prevenir el bocio (aumento de problemas de tiroides).
- La totora molida y quemada sirve para cicatrizar heridas
- La raíz de la planta sirve para lavar tumores, heridas y llagas.

### **3.2.2. Caballitos**

Son una gacela intemporal, que sobrecoge diseños llamativos y diversos diseños es por lo cual que se realiza este producto en diferentes tamaños, tomando en cuenta que el tamaño más demandado es el pequeño ya que se encuentra el alcance de los consumidores ya que la mayoría de ellos solo utilizan para adornar sus oficinas, hogares, mismo que son adquiridos por los turistas nacionales y extranjero.

### **3.2.3. Esteras**

Son una especie de alfombra que se utiliza en los diferentes hogares, con el fin de proteger la humedad, por lo cual es el primer producto elaborado por los ancestros mismo que lo expusieron a cantones aledaños es por eso que se realiza esta producción para no perder las tradiciones, y mantener un ingreso económico en cada una de las familias, tomando en cuenta que la estera es una gran demanda comercial la cual es elaborada de diferentes tamaños grandes, medianas, pequeñas son fabricadas de acuerdo a la necesidad del cliente por lo cual es uno de los productos más sobresalientes en el cantón.

### **3.2.4. Barquitos**

Este producto tiene una semejanza con los caballitos de totora ya que su elaboración refleja los diseños y sus tamaños, mismos que se realizan de acuerdo al tamaño que el cliente pueda adquirirlo siendo un gran porcentaje la compra de pequeños utilizados para adornar sus hogares, oficinas.

### **3.2.5. Aventadores**

La venta de aventadores es una fuente económica importante en las familias, debido a sus esfuerzos laborales ya que realizan esta actividad para la satisfacción del consumidor, por lo que el producto es adquirido por diferentes tamaños dependiendo de la satisfacción que presente el cliente.

### **3.2.6. Mecedoras**

Este producto se realiza para la conformidad del consumidor tomando en cuenta que los tallos de la totora hacen que cada producto se vea llamativo para el cliente.



### **3.3. Mercado**

El centro de acopio para la comercialización de productos elaborados en base a la totora, se basa en la oferta y la demanda de las artesanías con el fin de satisfacer a la sociedad.

### **3.4. Objetivo de la investigación**

#### **3.4.1. Objetivo General**

Realizar un estudio de mercado para la comercialización de artesanías a base de totora en el Cantón Otavalo.

#### **3.4.2. Objetivos Específicos**

3.4.2.1. Identificar la demanda potencial de los productos que se va a comercializar en el centro de acopio

3.4.2.2. Conocer la oferta actual de artesanías en el mercado, para determinar el nivel de producción del sector.

3.4.2.3. Conocer los precios actuales de las diferentes artesanías en base a la totora, que se produce en el sector.

**3.4.2.4.** Definir estrategias de comercialización de los productos artesanales elaborados en base de totora.

<b>3.5. MATRIZ DE RELACIÓN DE MERCADO</b>					
<b>OBJETIVO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTE</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO</b>
<b>Identificarla demanda potencial de los producto que se va a comercializar en el centro de acopio</b>	Demanda	Beneficios del producto Cantidades de demanda Calidad del producto Frecuencia de compra Uso de la Materia Prima	Primaria Primaria Primaria Primaria Primaria	Entrevista Entrevista Encuesta Encuesta Entrevista	Empresa TOTORA SISA S.C.C. Empresa TOTORA SISA S.C.C. Consumidor Final Consumidor Final Empresa TOTORA SISA S.C.C.
<b>Conocer la oferta actual de artesanías en el mercado, para determinar el nivel de producción del sector</b>	Oferta	Nivel de Producción Mercado Meta Rentabilidad Mano de Obra Materia Prima	Primaria Primaria Primaria Primaria Primaria	Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista	Proveedores de la Materia Prima Empresa TOTORA SISA S.C.C. Empresa TOTORA SISA S.C.C. Empresa TOTORA SISA S.C.C. Proveedores de la Materia Prima
<b>Conocer los precios actuales de las diferentes artesanías en base a la totora, que se produce en el sector.</b>	Precios	Costos de producción Competencia Cliente o Consumidor Presentación del Producto Asignación de Precios	Secundaria Primaria Primaria Secundaria Primaria	Investigación bibliográfica Entrevista Entrevista Investigación por la Web Entrevista	Archivos Empresariales Empresa TOTORA SISA S.C.C. Empresa TOTORA SISA S.C.C. <a href="http://totorasisa.blogspot.com">http://totorasisa.blogspot.com</a> Empresa TOTORA SISA S.C.C.
<b>Definir estrategias de comercialización de los productos artesanales elaborados en base de totora.</b>	Comercialización	Producto Precio Plaza Publicidad	Primaria Primaria Secundaria Secundaria	Entrevista Entrevista Investigación por la Web Investigación por la Web	Empresa TOTORA SISA S.C.C. Proveedores de Materia Prima Cámara de Comercio de Otavalo <a href="http://totorasisa.blogspot.com">http://totorasisa.blogspot.com</a>

Elaborado por: Enríquez Karen 2013

## 3.6. MECÁNICA OPERATIVA

### 3.6.1. Identificación de la población

Para la aplicación del estudio de mercado, está dirigido a la población económicamente activa del cantón Otavalo, información obtenida del Censo de Población y de Vivienda 2010, es decir que la población a dirigirse es a 42.184 habitantes.

### 3.6.2. Identificación de la muestra

n=Tamaño de la Muestra.

$\delta$  = Varianza = 0.5

$\varepsilon$  = Error 0,05

N= Tamaño de la población (42.184).

Z = Valor tipificado corresponde 1.96

La fórmula matemática para identificar el tamaño de la muestra se calculará en base a la población económicamente activa (PEA) es:

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

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)^2 (42.184)}{(0.05)^2 (42.184 - 1) + (1.96)^2 (0.5)^2}$$

$$n = \frac{40.514}{106}$$

**n = 381** Número de encuestas a aplicarse.

### **3.6.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

#### **3.6.3.1. Información primaria.**

Mediante la investigación de campo se ha logrado obtener información precisa para el desarrollo del proyecto misma que se obtuvo a través de cuestionarios, encuestas, entrevistas y observación directa.

La técnica de la entrevista fue aplicada a la Señora Martha Gonza Gerente General de la Empresa TOTORA SISA, la cual mencionó que la labor que realizan ellos la hacen con el fin de que los consumidores se encuentren satisfechos con las artesanías y por ende estabilizar los ingresos económicos de sus trabajadores.

La técnica de la encuesta fue aplicada a los consumidores finales del cantón Otavalo, quienes demostraron mayor interés para la creación de este proyecto.

#### **3.6.1.2. Información Secundaria**

La información más importante del proyecto se encuentra tomada de los archivos guardados por la Cámara de Comercio de Otavalo, estadísticas a través del INEC, además se tomó datos de libros, páginas web mismas que fueron de gran utilidad para el desarrollo de la investigación.

### 3.7. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

#### 3.7.1. Resultado de la encuesta dirigidas a los consumidores de productos elaborados a base de totora en el cantón Otavalo.

##### Cuestionario

##### DATOS TÉCNICOS:

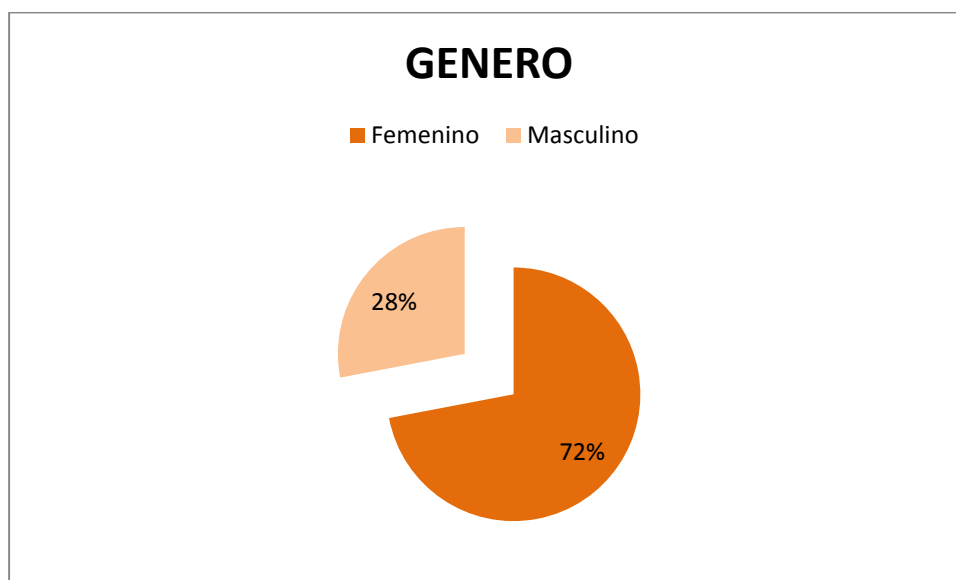
##### a) Genero

**CUADRO N° 12  
GENERO**

DATOS GENERO	TABULACIÓN	PORCENTAJE
Femenino	274.32	72%
Masculino	106.68	28%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

**GRÁFICO N° 2 GENERO**



Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

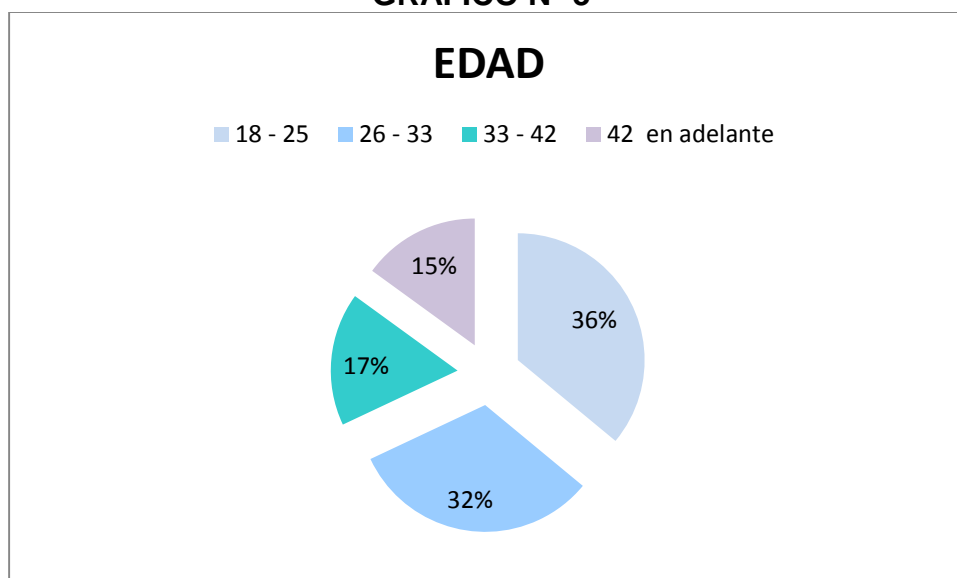
## b) Edad

**CUADRO N° 13  
EDAD**

DATOS EDAD	TABULACIÓN	PORCENTAJE
18 - 25	137.16	36%
26 - 33	121.92	32%
33 - 42	64.77	17%
42 en adelante	57.15	15%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

**GRÁFICO N° 3**



Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

## Análisis

La mayoría de los pobladores que desempeñan una actividad económica diaria se encuentran en personas mayores de 18 años, mismos que muestran empeño en el crecimiento de su trabajo.

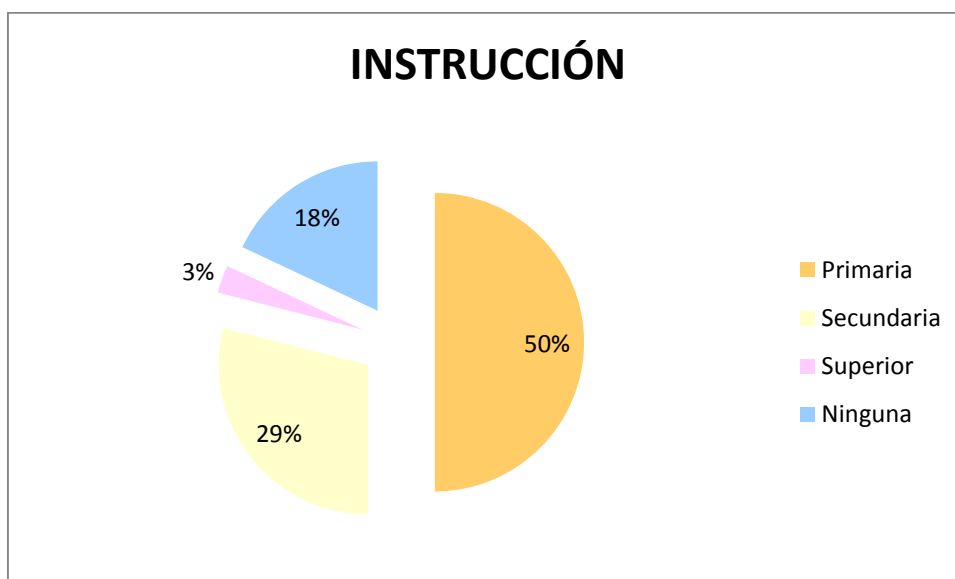
### c) Instrucción

**CUADRO N° 14  
INSTRUCCIÓN**

DATOS INSTRUCCIÓN	TABULACIÓN	PORCENTAJE
Primaria	191	50%
Secundaria	110	29%
Superior	11	3%
Ninguna	69	18%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

**GRÁFICO N° 4**



Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

### Análisis

Se determina que la mitad de personas que trabajan tiene terminado el nivel primario debido a sus niveles de ingresos económicos que fueron la causa para no terminar su educación.

## CUESTIONARIO

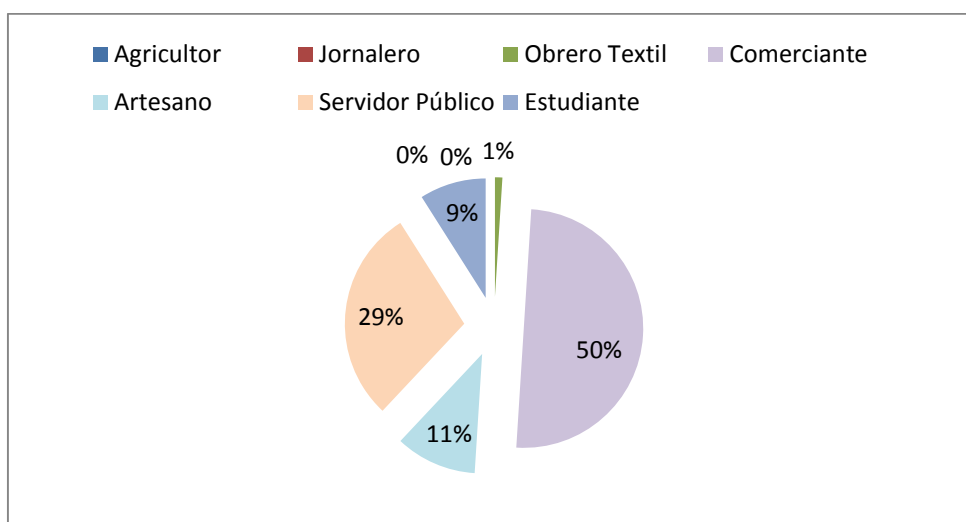
### 1. ¿Qué tipo de actividad económica desarrolla en su labor diaria?

**CUADRO N° 15 Tipo De Actividad**

DATOS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
Agricultor	-	0%
Jornalero	-	0%
Obrero Textil	3.81	1%
Comerciante	190.50	50%
Artesano	41.91	11%
Servidor Público	110.49	29%
Estudiante	34.29	9%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas

**GRÁFICO N° 5 Tipo De Actividad**



Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

## Análisis

La mayoría de sus pobladores realizan una actividad económica, siendo el mayor punto de vista trabajan como comerciantes ya que a través de sus labores logran sustentar sus ingresos económicos en sus hogares.



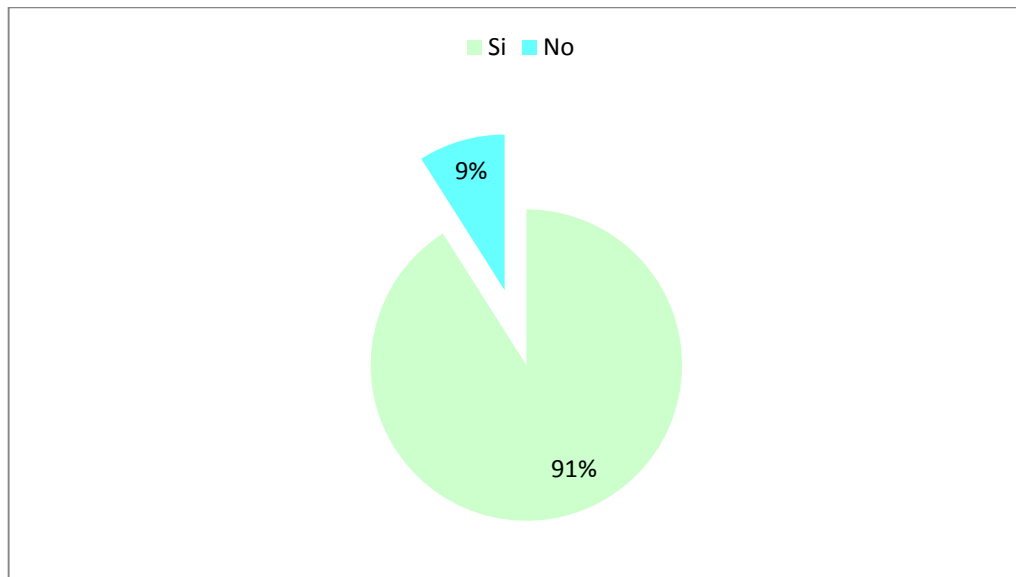
## 2. ¿Tiene usted un trabajo fijo?

### CUADRO N°16 Trabajo Fijo

DATOS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
Si	346.71	91%
No	34.29	9%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

### GRÁFICO N° 6 Trabajo Fijo



Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas

### Análisis.

Se determina que la mayoría de pobladores tiene su trabajo fijo, de manera que satisfacen sus necesidades prioritarias y mantienen una buena estabilidad económica familiar.

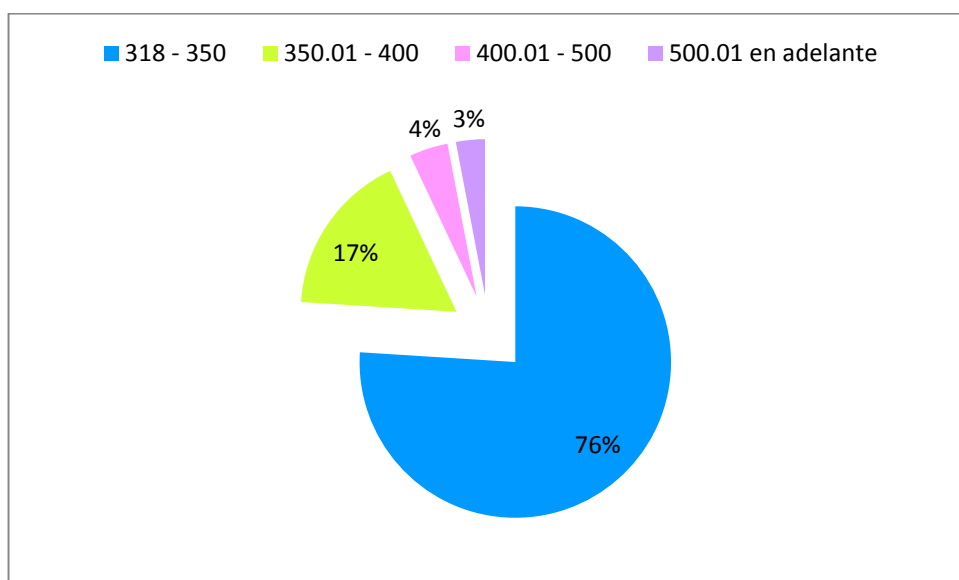
3. Los ingresos mensuales que usted percibe por realizar esta actividad está entre:

**CUADRO 17 Ingresos Mensuales**

DATOS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
318 – 350	289.56	76%
350.01 – 400	64.77	17%
400.01 – 500	15.24	4%
500.01 en adelante	11.43	3%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

**GRÁFICO N° 7 Ingresos Mensuales**



Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas

### Análisis

Los ingresos mensuales que perciben las personas que desarrollan una actividad económica diaria se encuentra entre el sueldo básico mismo que cubre las necesidades básicas en las familias.

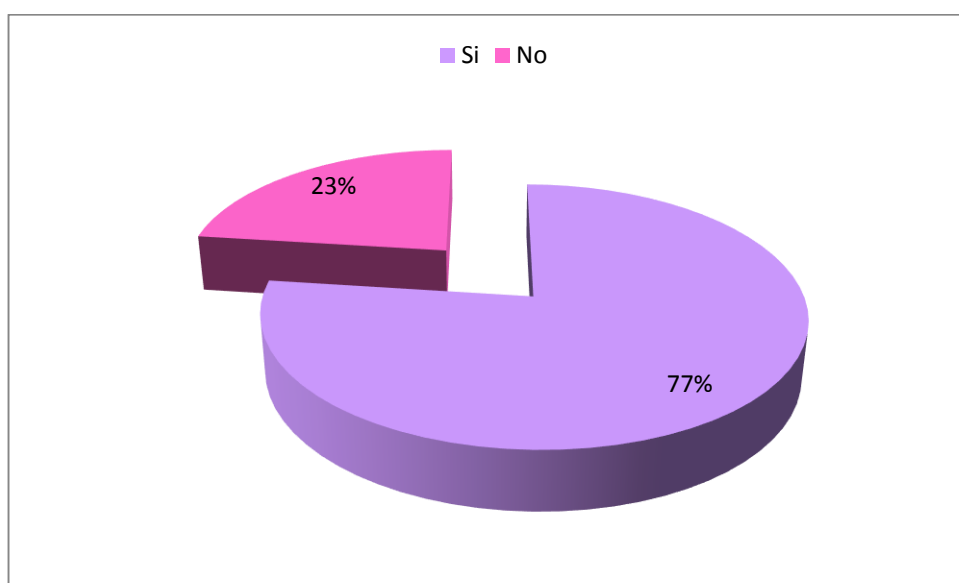
4. ¿Adquiere usted productos artesanales elaborados a base de totora?

**CUADRO N° 18 Adquisición De Artesanías**

DATOS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
Si	293.37	77%
No	87.63	23%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

**GRÁFICO N° 8 Adquisición De Artesanías**



Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas

**Análisis**

La mayoría de los pobladores compran artesanías con el fin de valorar la mano de obra de los productores artesanales y por ende satisfacer sus necesidades y a su vez beneficiar los ingresos de los productores.

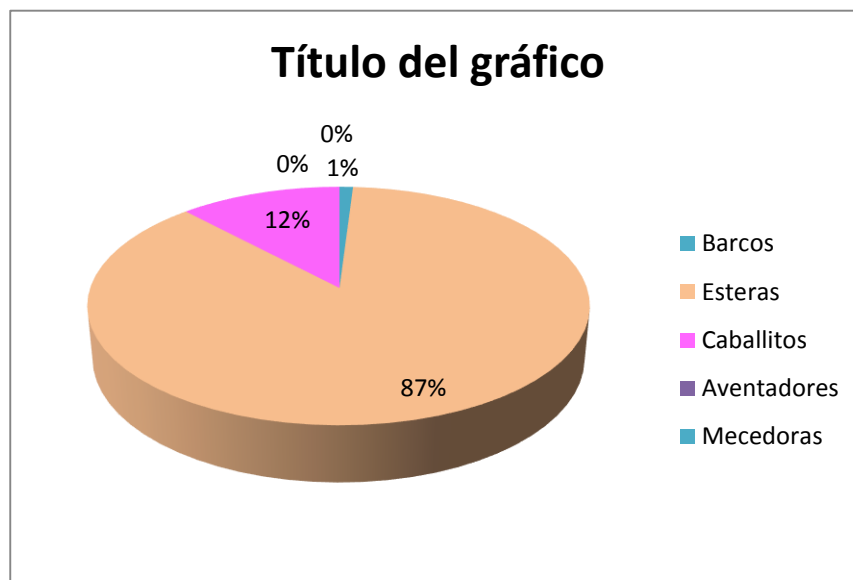
## 5. ¿Qué productos adquiere usted?

**CUADRO N° 19 Tipos de Artesanías**

DATOS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
Barcos	3.81	1%
Esteras	331.47	87%
Caballitos	45.72	12%
Aventadores	0	0%
Mecedoras	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

**GRÁFICO N° 9 Tipos de Artesanías**



Elaborado por: Enríquez Karen.2013  
Fuente: Encuestas aplicadas

## Análisis

Entre los productos nombrados para los encuestados se determina que la población Otavaleña, adquiere productos artesanales en especial las esteras demostrando en ellas sus necesidades y por ende no perder sus tradiciones ancestrales.

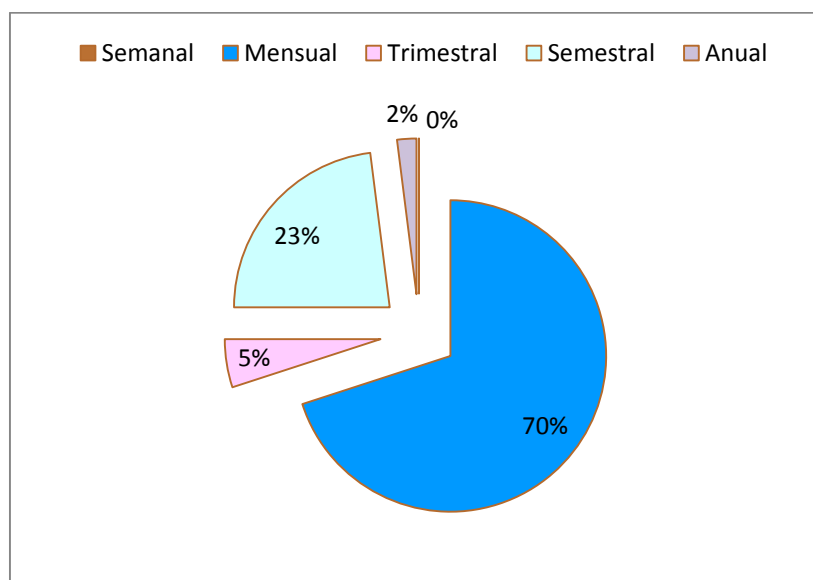
6. ¿Cada qué tiempo adquiere usted este producto?

**CUADRO N° 20 Tiempo de Adquisición**

DATOS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
Semanal	0	0%
Mensual	266.7	70%
Trimestral	19.05	5%
Semestral	87.63	23%
Anual	7.62	2%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

**GRÁFICO N° 10**



Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas

**Análisis.**

La mayoría de los encuestados mencionan que la adquisición de su necesidad en los productos artesanales lo realiza mensualmente ya que la compra que realizan es más por cultivar sus costumbres a sus hijos.

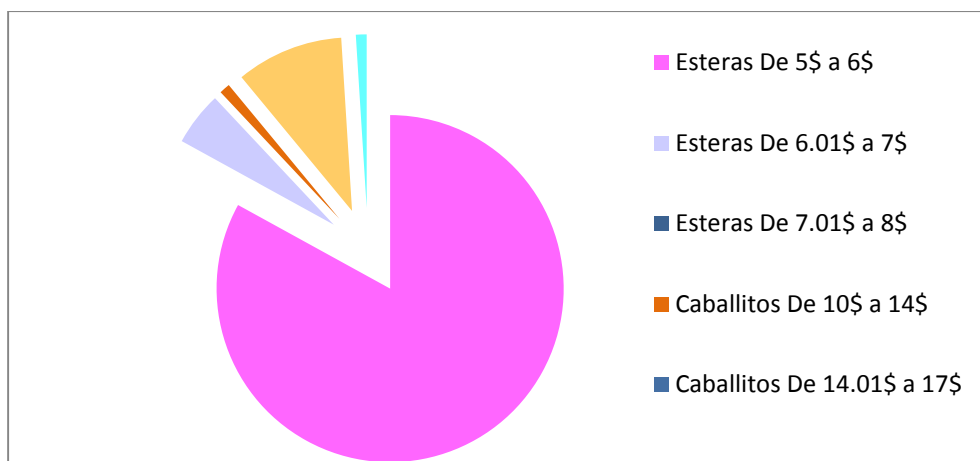
7. ¿Cuál es el promedio que usted estaría dispuesto a gastar por este tipo de artesanías?

**CUADRO N° 21 Precios de Adquisición**

DATOS	PRECIOS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
Esteras	De 5\$ a 6\$	316.23	83%
	De 6.01\$ a 7\$	19.05	5%
	De 7.01\$ a 8\$	0	0%
Caballitos	De 10\$ a 14\$	3.81	1%
	De 14.01\$ a 17\$	0	0%
	De 17.01\$ a 20\$	0	0%
Barcos	De 8\$ a 10\$	38.1	10%
	De 10.01\$ a 12\$	3.81	1%
	De 12.01\$ 15\$	0	0%
Aventadores	De 4\$ a 5\$	0	0%
	De 5.01\$ a 6\$	0	0%
	De 6.01\$ a 7\$	0	0%
Mecedoras	De 80\$ a 100\$	0	0%
	De 100.01 a 120\$	0	0%
	De 12.01\$ 150\$	0	0%
<b>TOTAL</b>		<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

**GRÁFICO N° 11 Precio de Adquisición**



Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas

### **Análisis.**

La mayoría de los encuestados manifiestan que están de acuerdo a pagar por su producto adquirido una cantidad que se encuentre entre los \$ 5 a 6 \$, con el fin de beneficiar el esfuerzos de su semejantes.

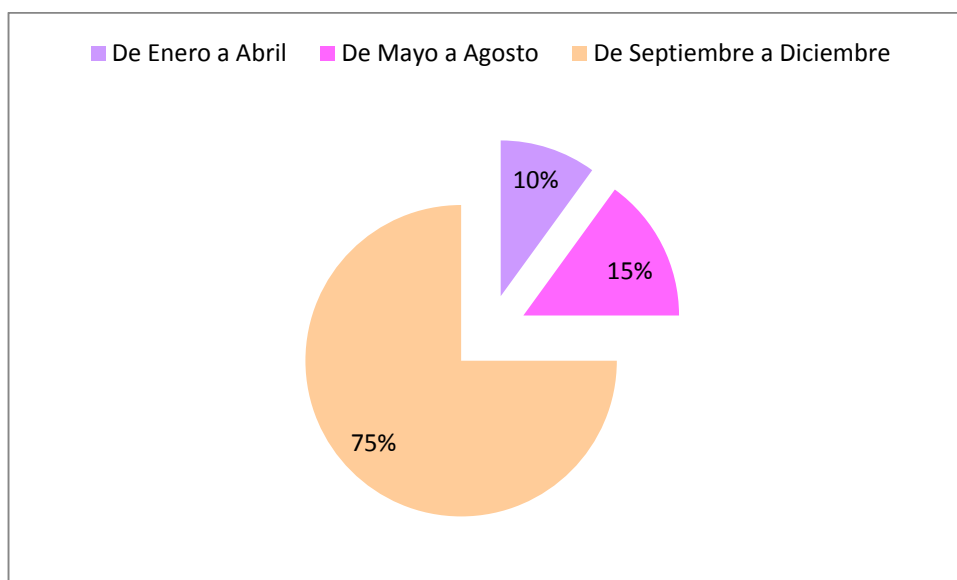
8. ¿En qué época del año usted adquiere más este tipo de artesanías?

**CUADRO N° 22 Épocas de Adquisición**

DATOS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
De Enero a Abril	38.1	10%
De Mayo a Agosto	57.15	15%
De Septiembre a Diciembre	285.75	75%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

**GRÁFICO N° 12 Épocas de Adquisición**



Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas

### Análisis

Se determina que los pobladores adquieren los productos artesanales en el mes de septiembre a diciembre, por las festividades que se inician en ese mes como es el Koya Raymi o el Ritual de la Luna y la tierra como elementos de la fecundidad.

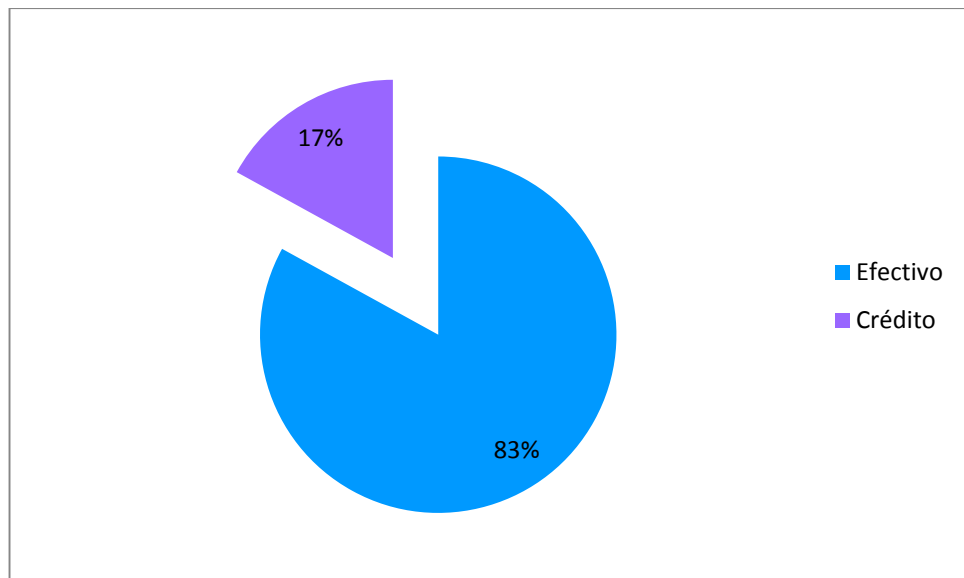
9. ¿Cuál es la manera de pago que usted prefiere al momento de adquirir estos productos?

**CUADRO N° 23 Formas de Pago**

DATOS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
Efectivo	316.23	83%
Crédito	64.77	17%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

**GRÁFICO N° 13 Formas de Pago**



Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas

**Análisis.**

Se determina que los pobladores están dispuestos a pagar por sus adquisiciones en efectivo y más aún cuando el producto ha sido adquirido en las festividades que honran la población indígena.



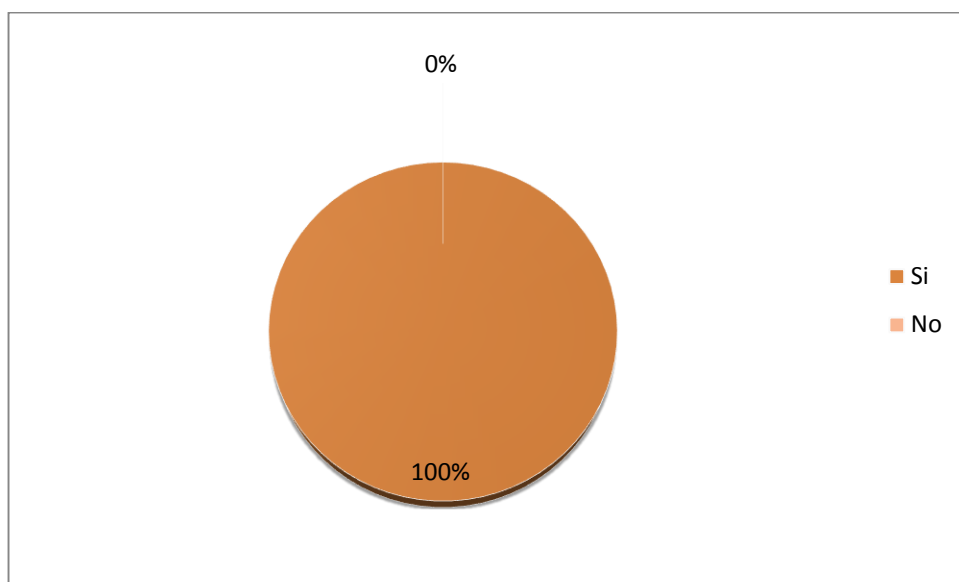
10. ¿Le gustaría que existiera un centro de acopio dedicado a la comercialización de productos elaborados a base de totora?

**CUADRO N° 24 Creación del Centro de Acopio**

DATOS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
Si	381	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas.

**GRÁFICO N° 14 Creación del centro de Acopio**



Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas

### **Análisis.**

La población Otavaleña, está de acuerdo a que se cree un centro de acopio ya que para ellos es un privilegio tener en su cantón natal a los artesanos quienes hacen que el arte, sea una de las principales tradiciones que les dejaron sus ancestros, las cuales son respetadas con orgullo indígena.

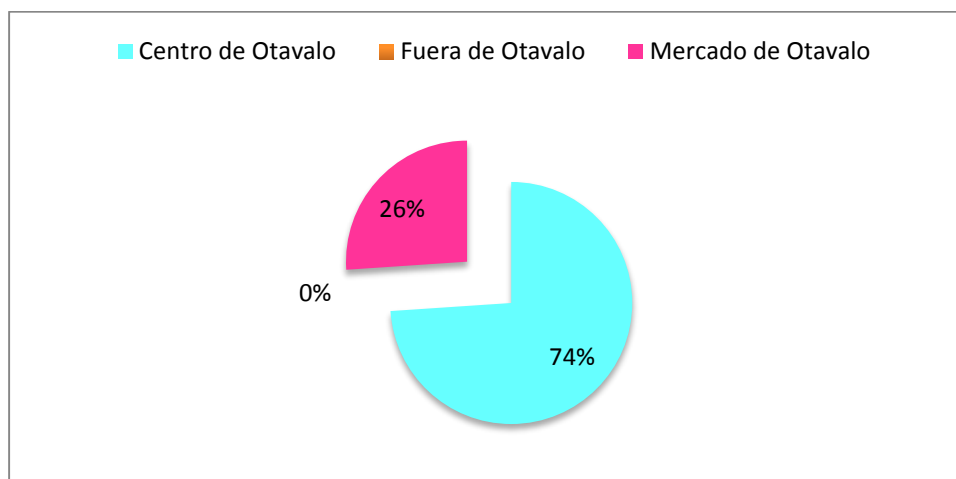
11. ¿En qué lugar le gustaría que se ubique el centro de acopio para la comercialización de productos elaborados a base de totora?

**CUADRO N° 25 Lugar de Acogida del Centro de Acopio**

DATOS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
Centro de Otavalo	281.94	74%
Fuera de Otavalo	0	0%
Mercado de Otavalo	99.06	26%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas

**GRÁFICO N° 15 Lugar de Acogimiento del Centro de Acopio**



Elaborado por: Enríquez Karen .2013  
Fuente: Encuestas aplicadas

### **Análisis.**

Mediante las encuestas realizadas se observa la opinión de cada poblador Otavaleño, mismos que mencionaron que a las afueras de su cantón existe una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos artesanales, es decir que para ellos sería de completo agrado que sea en el centro de Otavalo con el fin de que, todos los turistas nacionales y extranjeros observen que en Ecuador si existen tradiciones y costumbres que nunca se perderán.

**3.7.2. Entrevista dirigida a la señora Martha Gonza, Gerente General de la Empresa Totora SISA, ubicada en San Rafael siendo la mayor productora artesanal de productos elaboradas a base de totora fue realizada:**

**El día:** 5 de Julio.

**Hora:** 10 de la mañana.

**¿Qué tiempo lleva usted realizando productos artesanales en base a la totora?**

La empresa empezó a funcionar desde el año 2003, la cual ha buscado fomentar el nivel cultural, empezamos con dos personas el Sr. Antonio como el productor y mi persona como la Gerente, a través de estudios se ha implementado locales en Quito, Tulcán con el fin de emprender y hacer uso de las riquezas que posee nuestro país, la ideología nuestra como empresa tenemos la visión en funcionar en dar fuentes de empleos, y de esta manera lograremos cultivar todas las semillas que sembramos a través de los conocimientos de nuestros trabajadores, ya que ellos son la base fundamental para desarrollo de la empresa.

**¿Qué cantidad de productos realiza al año?**

Las cantidades que se producen es de acuerdo a los pedidos que nos realicen por cada producto, un promedio total es de 5000 artesanías en general al año, a su vez debido a su crecimiento hemos obtenido del 10% al 15% de crecimiento, el cual nosotros como empresa no nos basamos al ámbito lucrativo sino a la cultura general que tiene la sociedad, ya que además de mostrar su reconocimiento a los artesanos valoran las tradiciones de nuestros ancestros.

**¿Qué tipo de tecnología utiliza para la elaboración de sus productos artesanales?**

Como usted puede observar todos los productos que realizamos aquí en la empresa, es elaborado a base natural con las manos de nuestro productor lo único que se utiliza como tecnología podríamos mencionar es una licuadora, una maquina boliviana para la elaboración del papel de totora estos materiales se los hace con los residuos que queda de los productos artesanales que fabricamos con el fin de no perder los beneficios que se obtiene de esta planta, además se brinda productos novedosos para la sociedad logrando obtener acogida en el mercado y por ende satisfacer al cliente.

**¿En qué época del año usted vende más sus productos artesanales?**

Las ventas en el mes de enero y febrero tienen mayor acogida en Tulcán y Quito, pero la gran parte en donde se establece como un crecimiento para la empresa para su desempeño laboral es en septiembre ya que se celebra las fiestas del Koya Raymi también conocido como el Ritual de la luna, es decir que es una de las fechas más importantes porque se da fuentes de empleo y se obtiene reconocimientos por la sociedad.

**¿Tiene apoyo del gobierno para desarrollar y fortalecer las actividades que realizan como artesanos?**

A través del gobierno hemos logrado implementar el nivel cultural en la sociedad ya que hemos participado en diferentes ferias que nos han hecho invitaciones de Quito, Tulcán, Otavalo, Ibarra entre otros lugares a los cuales queremos llegar con nuestras artesanías, además se ha establecido un plan estratégico para dar más uso de los materia prima, como se ha observado que en el Lago San Pablo existe la planta de Totora por abundancia la cual debe de ser cosechada de manera cuidadosa para que no exista ninguna contaminación.

### **¿Qué opina usted sobre la creación de un centro de acopio para la comercialización de productos elaborados a bases de totora en el centro del cantón Otavalo?**

De acuerdo a mi punto de vista nosotros como empresa, hemos ubicado dos locales comerciales los cuales no han sido ubicados correctamente por lo cual tuvimos que alzar los locales, pero si estoy de acuerdo con la creación ya que Otavalo tiene mayor afluencia de visitantes nacionales y extranjeros, de tal manera la empresa estará dispuesta a formar parte de su proyecto con el fin de que la sociedad valore lo riqueza que tiene el Ecuador y por ende el amor que ponen sus productores al darles vida a estas plantas, a través de productos innovadores y sobre todo que se encuentren al alcance del consumidor.

#### **3.8. Análisis de la oferta.**

Para analizar la oferta, se realizó un estudio de mercado en el cual se ha llegado aplicar una entrevista al mayor productor artesanal de productos elaborados en base a la totora que se encuentra ubicada en San Rafael, misma que permitió determinar la oferta actual que tienen dentro de su mercado meta, además se determina la competencia que tiene la empresa la cual le ha permitido tomar medidas respectivas a través de una estrategia de marketing la cual logre satisfacer las necesidades del consumidor quien es la base fundamental para el crecimiento de la empresa.

#### **3.9. Proyección de la oferta.**

Una vez analizado la situación que presenta la población se determina que al no contar con datos estadísticos que reflejen la producción y comercialización de las artesanías, se realizará la proyección en función del mercado meta, la cual fue tomada por las encuestas aplicadas a los pobladores de este sector donde se establece que el 23% adquiere

productos artesanales elaborados a base de totora con el fin de no perder sus tradiciones y costumbres, además los cálculos se desarrollarán con datos de la PEA del Cantón Otavalo.

**Cálculo:**

PEA del Cantón Otavalo	<b>42.184</b>
% Mercado positivo en la adquisición de productos artesanales (77%)	<b>32.482</b>

El 77%, está utilizado de la pregunta cuatro de la encuesta aplicada para determinar el estudio de mercado, en donde el 23% no adquiere el producto artesanal.

Para realizar la proyección de la oferta se tomará en cuenta la tasa de crecimiento población del cantón Otavalo que es de 1.98%, según datos obtenidos del INEC 1020, es decir que la proyección se determina para cinco años, se calculará a través de la siguiente formula:

:

$$Pp = Pb (1+i)^n$$

En donde:

Pp = Población Futura

Pb = Población Inicial

i = Tasa de Crecimiento Anual

n = Año Proyectado

**PROYECCIÓN DE LA OFERTA TOTAL**  
**CUADRO N° 26**

AÑO	OFERTA PROYECTADA
<b>2014</b>	32.482
<b>2015</b>	33.028
<b>2016</b>	34.147
<b>2017</b>	35.897
<b>2018</b>	38.371

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013  
Fuente: Investigación propia

### 3.10. Análisis de la demanda.

El propósito fundamental de la demanda es determinar la participación del producto en el mercado, con el fin de satisfacer a la demanda potencial quienes son la base fundamental del progreso continuo del centro de acopio, tomando en cuenta los beneficios principales que se encuentran basados en la necesidad real de la demanda. por lo cual se plantea la creación del centro de acopio en el cantón Otavalo, con el propósito de mejorar la adquisición del producto que se encuentran elaborados a base de totora, fijando un precio que se encuentre al alcance del cliente ya que el principal factor es el ingreso económico que tiene la población.

### 3.11. Proyección de la demanda

La demanda se centra en el sector urbano el cual está conformado por la PEA, ya que según los datos obtenidos por las encuestas aplicadas el precio en los productos pueden variar debido a su calidad y estos a su vez pueden ser adquiridos por el mercado meta.

PEA del Cantón Otavalo **42.184**

Al no contar con datos estadísticos para realizar la proyección se basara en un método matemático utilizando la tasa de crecimiento poblacional que es de 1.98% de acuerdo a la información obtenida por el INECl la cual se aplicará en la siguiente fórmula:

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

En donde:

$P_p$  = Población Futura

$P_b$  = Población Inicial

$i$  = Tasa de Crecimiento Poblacional

$n$  = Año Proyectado

## PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TOTAL

CUADRO N° 27

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2014	42.184
2015	43.019
2016	44.740
2017	47.450
2018	51.321

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013  
Fuentes: Investigación Propia

### 3.12. El precio.

La fijación de precio se basa en el mercado en el cual se toma en cuenta puntos fundamentales como, el precio estimado en función a la demanda, precios de la competencia, ya que a través de este se llega a determinar un precio máximo y mínimo que oscile entre el precio de venta unitario del producto y las repercusiones sobre la demanda actual con el fin de satisfacer a la población y por ende mejorar la economía de la empresa. Por lo tanto se determina la una proyección de precios mismo que se han tomado en cuenta el comportamiento de años anteriores que ha tenido la empresa estos datos fueron obtenido mediante la entrevista realizada. Mediante la entrevista aplica a la señora Marta Gonza productora de este tipo de artesanías, establece que los precios de venta al público son fijos y estables en un determinado tiempo es decir, que el precio que se va acoger para la venta en el centro de acopio son los siguientes y los mismo que en el tercer año van aumentar en un 3.76% de acuerdo a su crecimiento de la productividad del país.

## PRECIOS PROYECTADOS

CUADRO N° 28

AÑO DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Esteras	5	5	5	6.50	6.50
Caballitos	8	8	8	9.50	9.50

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013  
Fuente: Investigación propia



El análisis de los precios están determinado, que para los 3 primeros años de funcionamiento del centro de acopio se mantendrá con los precios establecidos por la competencias, debido a que no se perjudicará a los mismos, no obstante los precios para los siguientes años serán fijados de acuerdo a la tasa de crecimiento de la productividad.

### 3.13. Balance de oferta y demanda

**BALANCE DE OFERTA Y DEMANDA PROYECTADOS**  
**CUADRO N° 29**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER</b>
2014	42.184	32.482	9.702
2015	42.893	33.028	9.865
2016	44.346	34.147	10.199
2017	46.619	35.897	10.722
2018	49.831	38.371	11.461

Elaborado por: Enríquez Karen 2013  
Fuente: Investigación propia

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

Tomando en cuenta que es un proyecto nuevo, se ha considerado tomar importante punto a la viabilidad de la pregunta cuatro en la que se obtuvo el 77% altamente positivo como respuesta; misma que será aplicada para el primer año considerando para los siguientes años el crecimiento de producción de los artesanos.

**DEMANDA A CAPTAR EN EL PROYECTO**  
**CUADRO N° 30**

<b>AÑO</b>	<b>% DE ADQUISICIÓN</b>	<b>PRONÓSTICO DE VENTAS</b>
2014	77%	7.471

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013  
Fuente: Investigación propia

### **3.15. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

En el cantón Otavalo no existe un lugar comercial que se dediquen a la venta de artesanías en totora por lo cual se plantea realizar la creación de un centro de acopio para la comercialización de productos en totora en la cual se determine que los productos a ofertarse se encuentra apropiado y destinado especialmente para el público objetivo, con el fin de satisfacer todas las necesidades del consumidor.

### **3.16. Mercado meta**

El mercado potencial al cual está proyectada la creación del centro de acopio es para los pobladores del cantón además estará enfocado para los turistas nacionales, extranjeros.

El fin de la creación es dar a conocer las tradiciones que tiene el cantón a través de sus artesanías y por ende expandir el producto por los sectores como: Ibarra, Tulcán, Quito, y en un futuro llegar a ofertar a las afueras del país.

Los principales consumidores están conformados por la PEA principal del cantón, y por ende de los diferentes cantones de la provincia de Imbabura con el fin de mejorar la comercialización de productos artesanales elaborados a base de totora, y a través de este mantener la economía de las familias Otavaleñas.

### **3.17. Estrategias de mercado**

Para diseñar estrategias de mercadotecnia se realiza un análisis del público objetivo, ya que el fin de este estudio es satisfacer las necesidades o deseos de nuestros clientes, incentivar las ventas y a su vez llevar sus tradiciones y costumbres. Para cumplir con las estrategias el centro de acopio se basa en los siguientes puntos:

### **3.17.1. Estrategias del producto**

El producto es el bien que ofrecemos a los consumidores ya que cada producto se encuentra diseñada de acuerdo a la creatividad de cada productor con el fin de ampliar nuevas líneas de productos con el cual se va a satisfacer al cliente y a su vez beneficiar el proyecto planteado.

### **3.17.2. Estrategias para el precio.**

Es el valor monetario que se le asigna a cada uno de los productos a comercializar, en este caso de los productos más sobresalientes en este sector como son destinados a las esteras y caballitos, tomando en cuenta que las estrategias se diseñaran de acuerdo al precio de la competencia, y el acogimiento en el mercado.

### **3.17.3. Estrategias para la plaza**

Se analiza el lugar donde se ubicará la creación del centro de acopio mismo que se destina a ofertar productos artesanales de buena calidad, con precios económicos y posibilidades de pago la cual se encuentra dirigida a los consumidores finales con y con ello cumplir con sus expectativas deseadas.

### **3.17.4. Estrategias para la promoción**

En este caso consiste en comunicar, informar y dar a conocer el producto artesanal a varios consumidores, por medios de comunicación principalmente en radios más escuchadas por los habitantes de este sector, de sus visitantes y turistas como: la radio Otavalo, radio cheverisima, a su vez realizar volantes, tarjetas, para dar a conocer más sobre la actividad del centro de acopio, también realizar descuentos, regalos para motivar al cliente y lograr con los objetivos propuestos.

- Artículos de promoción:

### GORRAS



### JARROS



- Artículos de presentación

### TARJETAS



## VOLANTES

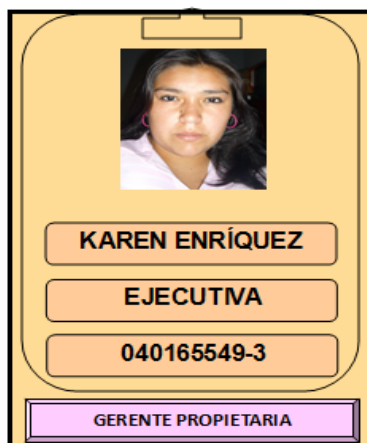


## CUÑA RADIAL

COMERCIALIZADORA DE ARTESANÍAS EN TOTORA LE OFRECE A SU CLIENTELA PRODUCTOS TRADICIONALES A PRECIOS CÓMODOS CON FACILIDADES DE PAGO UBICADOS EN LA CALLE SUCRE Y SALINAS EN EL CANTÓN OTAVALO.

TE ESPERAMOS

- Carnet de identificación y tarjeta de presentación del personal



### **3.18. Canales De Comercialización**

De acuerdo a la investigación realizada se determina que los canales de distribución son lugares donde se ofrecerá el producto para que llegue al consumidor y por ende satisfagan sus necesidades a continuación de detalla los productos para el centro de acopio:

El centro de acopio ha considerado un esquema para llegar directamente al consumidor final, sin intermediarios el cual permitirá fijar un precio económico el cual beneficie a ellos y por ende a los productores que integran este centro de acopio, esto se realiza debido al segmento de mercado que está establecido por los consumidores nacionales y extranjeros. Además se llega a considerar que el objetivo principal es disponer de productos artesanales que sean innovadores, económicos, de buena calidad y sobre todo que se pueda exhibirlos ante los clientes, con el fin de satisfacer sus necesidades, mediante la fijación de ideales futuros donde se establezcan canales de comercialización que se encuentren diseñados para el mejoramiento continuo de las expectativas del mercado nacional e internacional.

### **3.19. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.**

- ▶ El proyecto ante la creación de un centro de acopio para la comercialización de productos artesanales en base de totora, permite contribuir en el desarrollo socio económico del Cantón Otavalo, es decir que mejorara los niveles de ingreso económicos de la familia de los productores artesanales del sector.
- ▶ A través del estudio de mercado se demuestra que el proyecto es factible, debido a que la comunidad indígena Otavaleña realiza trabajos innovadores para que exista demanda satisfecha que valoren la mano de obra artesanal.

- ▶ De acuerdo al estudio realizado se determina que los productos más sobresalientes para la comercialización son esteras y caballitos.
- ▶ Después de haber analizado la oferta y la demanda se determina que el 77% es el mercado meta que se encuentra en capacidad de adquirir los productos artesanales innovadores y creativos, que han sido elaborados para satisfacer las expectativas de los cliente.
- ▶ El precio determinado se ha considerado de acuerdo al nivel de competencia por lo cual se ha considerado las posibilidades económicas de cada una de las familias Otavaleñas, y a su vez de los visitantes y turistas que llegan a este sector.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Tamaño del proyecto**

De acuerdo a la información obtenida se determina que para realizar el tamaño del proyecto de la creación del centro de acopio para la comercialización de las artesanías elaboradas a base de totora se debe considerar factores importantes que se encuentran relacionados como:

##### **4.1.1. El mercado**

La demanda de artesanías en el cantón Otavalo, es una de las principales actividades económicas que ha logrado mejorar los ingresos en las familias, es por lo cual se ha planteado crear un centro de acopio para la comercialización de productos elaborados a base de totora y al observar que el proyecto es factible, se toma en cuenta las ofertas y la demanda que permita realizar transacciones de venta y compra con precios que se encuentre al alcance del consumidor con el fin de satisfacer las necesidades del cliente nacional y extranjero además lograr estabilizar la económica de los socios productores del centro de acopio.

##### **4.1.2. Disponibilidad de recursos**

Los recursos financieros se encuentran establecidos mediante un 36.61% que está constituido por un préstamo bancario obtenido por el Banco Nacional del Fomento es decir que está compuesto por la cantidad de \$5.000 dólares y el 63.39% está establecida por una inversión propia es decir que la cantidad de \$8.658, 58 dólares que logra cubrir los requisitos que necesita el centro de acopio para su funcionamiento.



#### **4.1.3. Disponibilidad de insumos, materiales**

Para determinar las cantidades suficientes de productos para la comercialización se basará en la calidad del producto que se adquirirá a través del socio productor, ya que las artesanías destinadas a la venta deben encontrarse en un lugar adecuado para que no pierda su calidad y de esta manera tenga mayor adquisición por el mercado meta que es la base fundamental para el desarrollo continuo del proyecto.

#### **4.1.4. Optimización del tamaño del proyecto**

Para definir la optimización del tamaño del proyecto, se analiza varios puntos que identifiquen las ventajas y desventajas que se presenten ante la competencia, sin embargo para hacer frente a cada situación se realizará estrategias para la venta logrando medios económicos que establezcan un nivel de competencia ante los productores artesanales.

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

#### **4.2.1. Macro localización**

El proyecto está ubicado en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura, el cantón Otavalo es el segundo lugar turístico el cual posee riquezas naturales y costumbres ancestrales limitado al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra, al sur con el Cantón Quito (Pichicha), al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichicha) y al oeste con los cantones Quito y Cayambe. Tiene una superficie de 579kilómetros cuadrados, se encuentra a una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar, y está ubicada geográficamente en las coordenadas:; 78° 15' 49" longitud oeste, 0° 13' 43" latitud norte

## UBICACIÓN DEL PROYECTO

		
<p>Ubicación del proyecto en el mapa del país (Ecuador).</p>	<p>Provincia de Imbabura y sus Cantones.</p>	<p>Enfoque del proyecto centro del Cantón Otavalo.</p>

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013  
 Fuente: [www.mapasecuador.com/ec](http://www.mapasecuador.com/ec)

#### 4.2.2. Micro Localización

Una vez analizado los puntos estratégicos para la ubicación del centro de acopio para la comercialización de productos artesanales elaborados a base de totora, se determina que se ubicara en el centro del cantón Otavalo, ya que este sector cuenta con altos niveles turísticos tanto nacionales como extranjeros y por ende permite cumplir con todos los objetivos propuestos y sobre todo satisfacer a la sociedad.

##### 4.2.2.1. Identificación de los posibles lugares

#### POSIBLES LUGARES

CUADRO N° 31

LUGAR	CLASIFICADOR
Av. Sucre y Salinas (centro del cantón)	A
Av. 31 de octubre y Jaramillo (Mercado del Otavalo)	B
Av. Bolívar y García Moreno ( Parque Bolívar)	C
N. Ordóñez y Atahualpa (Terminal Terrestre Otavalo)	D

Elaborado por. Enríquez k. 2013  
Fuente: Estudio de Mercado

4.2.2.2. **MATRIZ DE FACTORES INTERVINIENTES**  
**MATRIZ DE FACTORES QUE INTERVIENEN**

**CUADRO N° 32**

FACTORES	A	B	C	D
<b>GEOGRÁFICOS</b>				
Espacio Físico	9	7	7	5
Ubicación	9	7	7	6
<b>TOTAL PARCIAL</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>11</b>
<b>COMERCIALES</b>				
Posición Estratégica	7	5	2	2
Flujo de Personas	9	9	8	7
Competencias	8	7	5	6
Seguridad	9	8	8	8
<b>TOTAL PARCIAL</b>	<b>33</b>	<b>29</b>	<b>23</b>	<b>23</b>
<b>PRODUCTIVO</b>				
Tecnología	7	6	5	5
Mano de Obra Calificada	8	6	6	6
Gestión de Calidad y Diseño	7	7	7	7
Vías de Acceso	9	8	9	9
Servicios Básicos	8	8	8	8
<b>TOTAL PARCIAL</b>	<b>39</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>35</b>
<b>ASPECTOS LEGALES</b>				
Obtención del Ruc	8	8	8	7
Ley de Compañías	4	4	4	4
Ordenanzas y Patentes Municipales	8	7	7	7
<b>TOTAL PARCIAL</b>	<b>20</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>18</b>
<b>TOTAL FINAL</b>	<b>92</b>	<b>83</b>	<b>77</b>	<b>76</b>

Elaborado por: Enríquez K. 2013

La mejor alternativa de ubicación para la creación del Centro de Acopio para la Comercialización de Productos Elaborados a base de Totorá, se ha determinado de acuerdo a la calificación de lugares específicos e idóneos destinados a la mayor comercialización de productos artesanales que logren beneficiar al centro de acopio, a los proveedores y por ende a sus familias.

#### 4.2.2.3. Matriz De Factores Ponderados

### PONDERACIÓN DE FACTORES PRINCIPALES

CUADRO N° 33

<b>PONDERACIÓN DE FACTORES PRINCIPALES</b>	
Geográficos	<b>50%</b>
Comerciales	<b>25%</b>
Productivos	<b>15%</b>
Legales	<b>10%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Elaborado por. Enríquez k. 2013

De acuerdo al análisis realizado en la matriz, indica que el 50% del área geográfica se encuentra por encima del nivel comercial del cantón el cual permite realizar estrategias que logren capitalizaciones a través de las oportunidades externas y a su vez eviten las amenazas que se presenten en el transcurso del negocio.

## MATRIZ DE FACTORES PONDERADOS

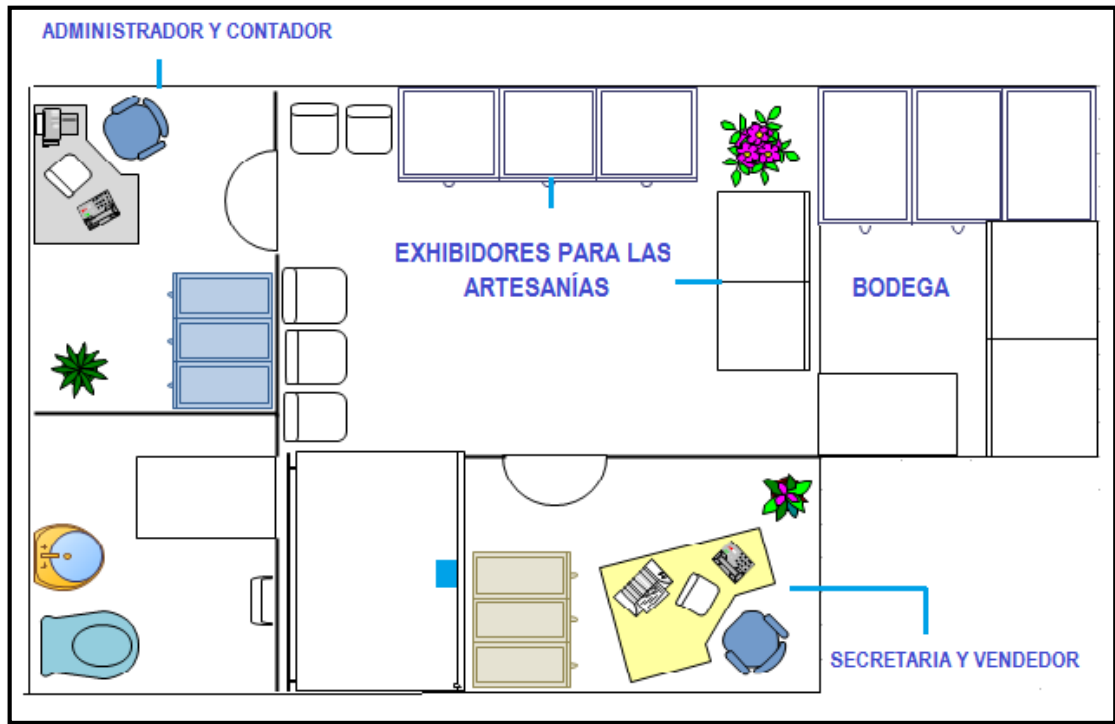
### CUADRO N° 34

FACTORES	%	A	B	C	D
<b>GEOGRÁFICOS</b>					
Espacio Físico	25	4,5	3,5	3,5	2,5
Ubicación	25	4,5	3,5	3,5	3
<b>TOTAL UNO</b>	<b>50</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>5,5</b>
<b>COMERCIALES</b>					
Posición Estratégica	7	1,75	1,25	0,5	0,5
Flujo de Personas	8	2,25	2,25	2	1,75
Competencias	5	2	1,75	1,25	1,5
Seguridad	5	2,25	2	2	2
<b>TOTAL DOS</b>	<b>25</b>	<b>8,25</b>	<b>7,25</b>	<b>5,75</b>	<b>5,75</b>
<b>PRODUCTIVO</b>					
Tecnología	3	1,05	0,9	0,75	0,75
Mano de Obra Calificada	3	1,2	0,9	0,9	0,9
Gestión de Calidad y Diseño	3	1,05	1,05	1,05	1,05
Vías de Acceso	3	1,35	1,2	1,35	1,35
Servicios Básicos	3	1,2	1,2	1,2	1,2
<b>TOTAL TRES</b>	<b>15</b>	<b>5,85</b>	<b>5,25</b>	<b>5,25</b>	<b>5,25</b>
<b>ASPECTOS LEGALES</b>					
Obtención del Ruc	3	0,8	0,8	0,8	0,7
Ley de Compañías	4	0,4	0,4	0,4	0,4
Ordenanzas y Patentes Municipales	3	0,8	0,7	0,7	0,7
<b>TOTAL CUATRO</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>1,9</b>	<b>1,9</b>	<b>1,8</b>
<b>TOTAL FINAL</b>	<b>100</b>	<b>16,1</b>	<b>14,4</b>	<b>12,9</b>	<b>12,8</b>

Elaborado por. Enríquez k. 2013



#### 4.2.4. Diseño del centro de acopio



Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

#### 4.3. Ingeniería del proyecto

Es el objetivo de la ingeniería del proyecto es verificar que el funcionamiento del centro de acopio sea fructífero, logrando cumplir con la publicidad, los canales de distribución y un esquema inicial esperados.

##### 4.3.1. Aspectos generales de la materia prima

La materia prima que se adquirirá de la empresa TOTORA SISA, que se encuentra ubicada en San Rafael, las artesanías serán comercializadas en el mercado meta cuyo fin es lograr satisfacer los gustos del consumidor y por ende beneficiar al centro de acopio.



#### 4.3.2. Proceso de comercialización

Para la venta de las artesanías el centro de acopio realiza un plan estratégico comercial, el cual abarca todas las necesidades y deseos del consumidor y de esta manera llegar a determinar la satisfacción del consumidor final, siendo los pilares fundamentales de la creación, además es necesario analizar los precios que se encuentren al alcance del consumidor por ende que beneficie al proyecto planteado.

#### 4.3.3. Tecnología

La tecnología que se va a utilizar en el centro de acopio se basa en los equipos útiles para el desempeño de funciones del personal que constituirá este proyecto para lo cual se toma en cuenta lo siguiente como se lo detalla en el presente cuadro:

**CUADRO N° 35**

<b>DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO DE CÓMPUTO</b>
Computadora Toshiba Satellite
Impresora Multifunción
Alarmas Seguridad

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013  
Fuente: World Computer

##### 4.3.3.1. Muebles y Enseres

Son materiales que se encuentran establecidos para el funcionamiento y presentación del centro de acopio, mismo que detallan en el siguiente cuadro, tomando en cuenta que el propietario desempeña la función de contador y administrador, y una vendedora que cumpla con su función además que tenga conocimientos de manejo en secretaria:

**CUADRO N° 36**

<b>DESCRIPCIÓN MUEBLES Y ENSERES</b>
Archivador para oficina
Escritorio para el propietario
Escritorio para la secretaria
Estanterías de bodega
Exhibidores para la venta
Silla para el propietario
Silla para secretaria
Sillas para los cliente

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013  
Fuente: Mercado Libre

#### **4.3.4. Obras civiles**

##### **Diseño del área del centro de acopio**

El diseño del área del centro de acopio se encuentra de acorde con los procesos de comercialización de artesanías, fijando un espacio físico para el almacenamiento del producto (artesanía).

Para cada área se toma en cuenta aspectos importantes como:

- a.** En el área de almacenamiento se ubicará iluminación y suficiente ventilación con el fin de realizar con plenitud y exactitud el almacenamiento de los productos artesanales
  
- b.** La oficina del propietario quien cumplirá con la función de administrador y contador se ubicara en un lugar donde pueda desempeñar su trabajo en forma satisfactoria y sobre todo demostrando su ética profesional

#### 4.4. Presupuesto técnico

##### 4.4.1. Inversiones Fijas

##### 4.4.1.1. Determinación de la Inversión

Para el funcionamiento del centro de acopio para la comercialización de productos elaborados a base de totora, estará equipada por activos como: muebles y enseres, equipo de oficina.

#### 1. Activos Fijos

Los activos fijos a tomarse en cuenta son los siguientes:

##### ► Muebles y Enseres

Los muebles y enseres estarán equipados en el centro de acopio para empezar con las funciones de su actividad económica mimos que detallan a continuación:

CUADRO N° 37  
MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
Estanterías de bodega	2	180	360	43.2	403.2
Estantería vendedor	2	150	300	36	336
Archivador para oficina	2	120	240	28.8	268.8
Sillas de espera	4	20	80	9.6	89.6
Escritorios	2	150	300	36	336
Silla de escritorio	2	15	30	3.6	33.6
SUBTOTAL					1.467,2
IMPREVISTOS 5%					73.36
<b>TOTAL</b>			<b>1.310</b>	<b>157.2</b>	<b>1.540,56</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013  
Fuente: Mercado Libre

► **Equipo de oficina**

Dentro del equipo de oficina se ha considerado los siguientes:

**CUADRO N° 38**  
**EQUIPO DE OFICINA**

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Subtotal	IVA	Total
Teléfono fax	1	33.00	33	3.96	36,96
Computador	2	450.00	900	108.00	1.008,00
Impresora multifunción	2	250.00	500	60.00	560.00
Alarmas de Seguridad	1	260.00	260	31.20	291,20
<b>SUBTOTAL</b>					<b>1.896,16</b>
Imprevisto 5%					94.81
<b>TOTAL</b>					<b>1.990,97</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

Fuente: Papelería "Sánchez" y Mercado Libre

► **Suministros de oficina**

Son utilería necesaria para el funcionamiento del centro acopio:

**CUADRO N° 39**  
**SUMINISTROS DE OFICINA**

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Subtotal	IVA	Total
Resma de papel	6	2.90	17.40	2.09	19.49
Carpetas Folder	5	1.70	8.50	1.02	9.52
Papel fax	5	25.00	125.00	15.00	140.00
Grapadora	4	3.00	12.00	1.44	13.44
Esferos	8	2.00	16.00	1.92	17.92
Lápices	4	2.00	8.00	0.96	8.96
Perforadora	2	3.00	6.00	0.72	6.72
Facturero	3	13.00	39.00	4.68	43.68
<b>TOTAL</b>					<b>259.73</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

Fuente: Papelería "Sánchez" y Mercado Libre

► **Resumen de Activos Fijos.**

**Cuadro N°40**  
**RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

Detalle	Total
Muebles y enseres	1540.56
Equipo de oficina	1990.97
Suministros de oficina	259,73
<b>TOTAL</b>	<b>3.531,53</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

**4.4.2. Inversión Variable**

El siguiente cuadro representa el capital de trabajo o inversión variable que concierne al desarrollo de la actividad para dos meses dando un total de \$7.276.30 dólares:

**CUADRO N° 41**  
**CAPITAL DE TRABAJO**

DETALLE	VALOR	TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	PARA DOS MESES
<b>CAPITAL DE TRABAJO (PARA 2 MESES)</b>		<b>4.3168,08</b>	<b>7.194,68</b>
Costos De Operación	25.932,78		
Gastos De Administración	11.039,33		
Gastos De Venta	5.675,72		
Gastos Financieros	520,25		

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

**4.4.3. Inversión Diferida**

Los activos diferidos que presenta el centro de acopio están constituidos por el principal gasto inicial que es el estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercialización de productos elaborados a base de totora.

**Cuadro N° 42**  
**ACTIVOS DIFERIDOS**

Concepto	COSTO
Permisos de funcionamiento	500,00
Valor de Estudios y Diseños	1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.500,00</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

**4.4.3.1. Objetivo de crecimiento**

Se plantea un crecimiento en adquisición de artesanías de 3.76% para los próximos cuatro años, debido al crecimiento de productividad del país.

**Cuadro N° 43**  
**CRECIMIENTO PRODUCTIVO**

Años	Artesanías Anual	% Participación
2014	7.500	-
2015	7.782	3.76%
2016	8.075	3.76%
2017	8.378	3.76%
2018	8.693	3.76%

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

**4.4.4. Resumen de la Inversión del Proyecto**

El presupuesto de inversión corresponde a la sumatoria de los valores de los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo como se lo especifica en el siguiente cuadro:

#### Cuadro N° 44

#### INVERSIÓN

<b>ACTIVOS FIJOS</b>			<b>3.791,26</b>
Muebles y enseres	1.540,56		
Equipo de Oficina	1.990,97		
suministros de oficina	259,73		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>1.500,00</b>
Permisos de funcionamiento	1.500,00		
<b>CAPITAL DE TRABAJO (PARA 2 MESES)</b>		<b>43.168,08</b>	<b>7.194,68</b>
Costos de operación	25.932,78		
Gastos de administración	11.039,33		
Gastos de venta	5.675,72		
Gasto Financiero	520,25		
<b>TOTAL</b>			<b>12.485,94</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

#### 4.4.5. Inversión y su Financiamiento

Para el desarrollo del proyecto es necesario obtener recurso económico, establecido por una parte propio y la otra a través de un crédito otorgado por el Banco Nacional Del Fomento a una tasa del 11,20%, representado así:

#### Cuadro N°45

#### Inversión del Proyecto

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Inversión Financiada	7.485,94	60%
Inversión Propia	5.000,00	40%
<b>TOTAL</b>	<b>12.485,94</b>	<b>100%</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

#### 4.4.6. Determinación del personal requerido

El Centro de Acopio requiere contratar personal capacitado, que tenga experiencia en las diferentes áreas de trabajo y de esta manera asegurar un trabajo efectivo en el desarrollo de las actividades diarias.

El centro de acopio contará con solo tres personas quienes se van a encargar de cumplir varias funciones con el fin de minimizar gastos, por lo tanto el propietario del proyecto cumplirá con la función de administrador y contador, la otra persona cumplirá con el rol de secretaria y vendedor y por último se contratará un trabajador para la función de bodeguero, mismos que se establecerá un horario de 8 horas; percibiendo una remuneración mensual, el sueldo básico mas todos los beneficios de ley.

**a) Mano de obra**

**CUADRO N° 46  
MANO DE OBRA**

Denominación del cargo	Número de personas	Salario
Bodeguero	1	340,00

Elaborado por. Enríquez Karen 2013

Es el encargado de mantener los productos en perfecto estado, la cual identifique el manejo de la empresa frente a los clientes.

**b) Personal administrativo**

**CUADRO N° 47  
PERSONAL ADMINISTRATIVO**

Denominación del cargo	Número de personas	Salario
Gerente Propietario	1	450,00
Secretaria	1	340,00

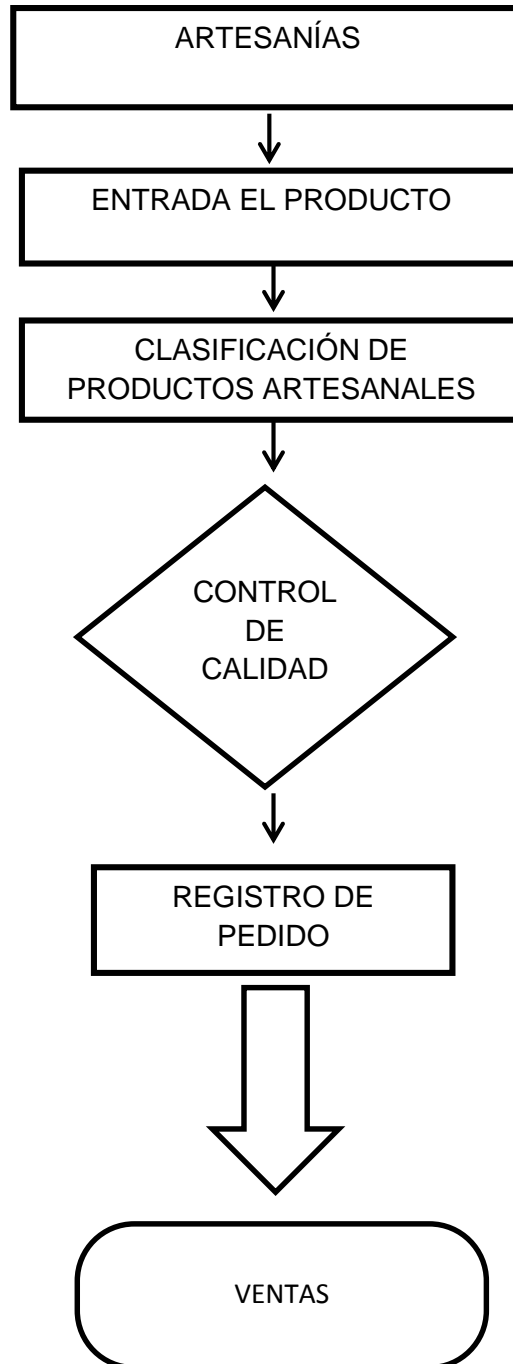
Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

En este caso se establece que el gerente propietario cumplirá con la función de administrar y realizar la contabilidad con ética profesional, la vendedora cumple su función y a su vez aplica conocimientos en secretaria. Con el fin de ser reconocidos por los pobladores nacionales y extranjeros, en la comercialización de productos elaborados a base de totora.



## 4.5. Operación del Proyecto

### 4.5.1. Flujograma



Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

#### 4.5.2. **Procesos**

Los procesos del centro de acopio deberán ser cumplidos con responsabilidad y respeto hacia los clientes:

- Adquirir las artesanías en base a la totora que comercializará el Centro de Acopio
- Clasificar los productos adquiridos sean por su tamaño y sus figuras u adornos.
- Verificar la calidad del producto para destinarlo a la venta final
- Verificar si existe registro de clientes para los diferente lugares del país

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1. INTRODUCCIÓN**

A través de este estudio se planteará realizar un análisis del proyecto, mismo que identifique la totalidad de los recursos en valores monetarios dentro del proceso operacional, determinando el proyecto a un periodo de cinco años.

La finalidad del estudio es proporcionar datos económicos cuantitativos y verificables del proyecto, cuyo fin es mejorar la toma de decisiones futuras tomando en cuenta la información obtenida mediante la aplicación de entrevistas realizadas en el estudio de mercado.

Para calcular el incremento de la proyección de precios en los egresos se consideró el 2.70% de la inflación correspondiente al año 2013 y el 6.93% del salarios básico unificado.

#### **5.2. DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS**

Para determinar la creación del centro de acopio se inició con la entrevista al mejor producto artesanal en base de totora, la cual mostro mucho interés en que se creara un centro de acopio para la comercialización de productos artesanales elaborados a base de totora, tomando en cuenta que la elaboración de productos que ellos realizan en San Rafael, son artesanías ideales para la comercialización ya que se basan en la contribución del desarrollo socioeconómico con el fin de mejorar la estabilidad en fuentes de empleo y por ende mejorar la situación económica en las familias Otavaleñas.

**CUADRO N° 48**  
**PROYECCIÓN PRECIO DE VENTA DE LAS ARTESANÍAS**

Detalle / Año	2013	2014	2015	2016	2017
Esteras	5.50	5.50	5.50	6.50	6.50
Caballitos	8.00	8.00	8.00	9.50	9.50

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

Se ha determinado el valor por cada producto que tiene más acogida en el mercado siendo los más importantes: esteras y caballitos.

Tomando en cuentas que la determinación de su valor dirigido está ubicado de acuerdo a la mano de obra de los se dedican a la elaboración de estas artesanías.

Por lo tanto el precio de la estera es de \$5.50 y de los caballitos de \$8.00 de acuerdo a la creatividad e innovación y calidad que tenga el producto a comercializarse.

**5.2.1. Ingresos proyectados.**

Para la adquisición de la materia prima se tomó en cuenta que para el primer año se utiliza el 77% de la población que adquirirá el producto y para el resto de los años se va a realizar un incremento del 20% de acuerdo a la producción que realizan los artesanos.

**Cuadro N°49**  
**PROYECCIÓN DE LA CANTIDAD DE MATERIA PRIMA**

Detalle / Año	2014	2015	2016	2017	2018
Esteras	6.000	7.200	8.640	10.368	12.442
Caballitos	1.500	1.800	2.160	2.592	3.110

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

**Cuadro N°50**  
**PROYECCIÓN DE INGRESOS**

Detalle / Año	2014	2015	2016	2017	2018
Esteras	33.000,00	39.600,00	47.520,00	67.392,00	80.870,40
Caballitos	12.000,00	14.400,00	17.280,00	24.624,00	29.548,80
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>45.000,00</b>	<b>54.000,00</b>	<b>64.800,00</b>	<b>92.016,00</b>	<b>110.419,20</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

### 5.3. Determinación de los egresos proyectados.

La inversión variable constituye al capital de trabajo, la cual es necesaria para efectuar y mantener en progreso todas las actividades de venta de las artesanías (esteras y caballitos).

Para los recursos económicos se analizarán de manera anual, datos que permitan tomar decisiones correctas para la inversión.

Como referencia para todos los cálculos para la proyección se los realizó con el 2.70% tasa de inflación del año 2013 para los siguientes años.

#### 5.3.1. Mano de Obra

Está conformado por un trabajador quien realizaran el proceso de almacenamiento y por ende la distribución del producto, el mismo tiene una remuneración de \$340 USD que es el Salario Básico Unificado, una secretaria quien estará encargada de atender los pedidos de clientes y a su vez de las venta de artesanías, con un sueldo de \$340USD, y el propietario quien cumplirá con el rol de contador y administrados mismo que se encargará de realizar los movimientos económicos que se generen en el centro de acopio, el cual percibirá de un salario de \$450 USD. Además se especificarán los beneficios de Ley de acuerdo al Código del Trabajo.

Para las proyecciones de los Salarios Básicos Unificados del personal del centro de acopio se considera la tasa de crecimiento de acuerdo a la variabilidad de los sueldos de años anteriores, que a continuación se detalla en el cuadro:

**CUADRO N° 51  
INCREMENTO SALARIAL**

<b>Años</b>	<b>%</b>
2010	10%
2011	10%
2012	11%
2013	8%
2014	7%
<b>TOTAL</b>	<b>46%</b>
Porcentaje estimado para cálculo salarial.	9%

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

**5.3.1.1. Salario básico unificado**

**CUADRO N°52  
SUELDO BÁSICO UNIFICADO TRABAJADOR**

<b>RUBROS</b>	<b>NUMERO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Trabajador 1	1	340,00	371,12	405,08	442,15	482,62
<b>TOTAL MENSUAL</b>		340,00	371,12	405,08	442,15	482,62
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>4.080</b>	<b>4.453,40</b>	<b>4.860,98</b>	<b>5.305,85</b>	<b>5.791,45</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

**CUADRO N°53  
PROYECCIÓN SBU Y BENEFICIOS DE LEY ANUAL**

<b>DETALLE</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Salario Básico Unificado	4.080,00	4.453,40	4.860,98	5.305,85	5.791,45
Aporte patronal 12.15%	495,72	541,09	590,61	644,66	703,66
Fondos de reserva	0.00	370,97	405,08	442,15	482,62
Décimo tercero	340,00	371,12	405,08	442,15	482,62
Décimo cuarto	340,00	371,12	405,08	442,15	482,62
Vacaciones	170,00	185,56	202,54	221,08	241,31
<b>TOTAL MOD</b>	<b>5.255,72</b>	<b>6.107,69</b>	<b>6.666,83</b>	<b>7.276,98</b>	<b>7.942,97</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

### 5.3.2. Gastos Administrativos

Para el funcionamiento del centro de acopio para la comercialización de artesanías en base a totora, para lo cual se realiza la contratación de personal idóneo, el mismo que constituirá el equipo técnico profesional que desempeñara en función del centro.

**CUADRO N° 54**  
**SALARIO PERSONAL ADMINISTRATIVO**

RUBROS	NUMERO	2014	2015	2016	2017	2018
Gerente o Propietario	1	450,00	491,18	536,14	585,20	638,76
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>450,00</b>	<b>491,18</b>	<b>536,14</b>	<b>585,20</b>	<b>638,76</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>5.400</b>	<b>5.894,2</b>	<b>6.433,6</b>	<b>7.022,5</b>	<b>7.665,1</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

**CUADRO N° 55**  
**PROYECCIÓN DEL SALARIO PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE**  
**LOS BENEFICIOS DE LEY**

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Salario Básico Unificado	5.400,00	5.894,21	6.433,65	7.022,45	7.665,15
Aporte patronal 12.15%	656,10	716,15	781,69	853,23	931,32
Fondos de reserva	0.00	490,99	535,92	584,97	638,51
Décimo tercero	340,00	371,12	405,08	442,15	482,62
Décimo cuarto	450,00	491,18	536,14	585,20	638,76
Vacaciones	225,00	245,59	268,07	292,60	319,38
<b>TOTAL MOD</b>	<b>6.846,10</b>	<b>7.963,64</b>	<b>8.692,48</b>	<b>9.488,01</b>	<b>10.356,35</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

### 5.3.2.1. Gastos Generales de Administración

**CUADRO N°56**  
**GASTOS GENERALES**

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Precio kw</b>	0.080	0.084	0.087	0.089	0.091
<b>Cantidad kw</b>	800	800	800	800	800
Total Energía Eléctrica	<b>64.00</b>	<b>67.50</b>	<b>69.33</b>	<b>71.20</b>	<b>73.12</b>
<b>Precio m3</b>	0.32	0.338	0.366	0.375	0.429
<b>Cantidad m3</b>	100	100	100	100	100
Total Agua	<b>32.00</b>	<b>33.75</b>	<b>36.56</b>	<b>37.55</b>	<b>42.90</b>
<b>Precio minuto</b>	0.100	0.105	0.108	0.111	0.114
<b>Cantidad minutos</b>	1200	1200	1200	1200	1200
Total teléfono celular	<b>120.00</b>	<b>126.57</b>	<b>129.98</b>	<b>133.49</b>	<b>137.10</b>
<b>TOTAL</b>	<b>216.00</b>	<b>227.82</b>	<b>235.87</b>	<b>242.24</b>	<b>253.11</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

### 5.3.2.2. Suministros y Materiales de Oficina

**Cuadro N° 57**  
**SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA**

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Subtotal	IVA	Total
Resma de papel	6	2.90	17.40	2.09	19.49
Carpetas Folder	5	1.70	8.50	1.02	9.52
Papel fax	5	25.00	125.00	15.00	140.00
Grapadora	4	3.00	12.00	1.44	13.44
Esferos	8	2.00	16.00	1.92	17.92
Lápices	4	2.00	8.00	0.96	8.96
Perforadora	2	3.00	6.00	0.72	6.72
Facturero	3	13.00	39.00	4.68	43.68
<b>TOTAL</b>					<b>259.73</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

### 5.3.2.3. Arriendo del local

Constituye el valor a pagar por la utilización de las instalaciones físicas, de publicidad, este pago se pagará a terceros según contrato de



arrendamiento previamente establecido; así como el pago a los medios de comunicación contratados.

**CUADRO N° 58**  
**ARRIENDO DE LOCAL**

Descripción	Costo	Meses	Anual	TOTAL
Arriendo del Local	250	12	3000	3000

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

Para el arriendo del local donde se comercializará las artesanías, se realiza un contrato donde se establece que de acuerdo al crecimiento económico del centro de acopio, se estimara un 5% de aumento anual para los 4 años restantes.

**Cuadro N° 59**  
**PROYECCIÓN ARRIENDO DEL LOCAL**

Detalle / Año	2014	2015	2016	2017	2018
Arriendo del Local	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
<b>Total</b>	<b>3.000,00</b>	<b>3.150,00</b>	<b>3.307,50</b>	<b>3.472,88</b>	<b>3.646,52</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

**5.3.2.4. Adecuaciones**

**Cuadro N° 60**  
**ADECUACIONES**

CONCEPTO	201
Adecuación para el local	180.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>180.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>189.00</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

### 5.3.2.5. Resumen de Gastos Administrativo Anual Proyectado

#### CUADRO N° 61

#### TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS ANUAL PROYECTADO

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Remuneraciones	6.846,10	7.963,64	8692,48	9.488,01	10.356,35
Gastos generales de administración	227,82	235,87	242,24	253,11	0,00
Suministros de oficina	259,73	281,79	293,51	305,72	318,44
Alquiler local	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
Adecuaciones	180,00				
Amortización activos diferidos	520,25	427,05	322,86	206,38	76,16
<b>SUBTOTAL</b>	<b>10.513,65</b>	<b>11.631,30</b>	<b>12.535,72</b>	<b>13.519,72</b>	<b>14.321,31</b>
Imprevisto 5%	525,68	581,56	626,79	675,99	716,07
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>11.039,33</b>	<b>12.212,86</b>	<b>13.162,51</b>	<b>14.195,71</b>	<b>15.037,37</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

#### CUADRO N° 62

#### DEPRECIACIÓN ANUAL ADMINISTRATIVO

Descripción	% Deprec.	Valor a deprec.	Deprec. Anual
Escritorio para gerente, vendedor	10%	492.8	49.28
Silla para gerente, secretaria	10%	138.88	13.888
Sillas plásticas de espera	10%	50	5
Computadora	33%	1359.68	448.69
Impresora multifunciones	33%	510.72	168.54
Alarmas seguridad	33%	358.4	35.84
Estantería bodega	10%	336	33.6
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN ADMINISTRATIVO</b>			<b>754.84</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

Tomando en cuenta que la vida útil de un computador es de 3 años, por lo que en el año 2016 deberá adquirir un nuevo equipo. El precio de compra tiene un incremento del 2.70% anual de acuerdo a la tasa de inflación: siendo la depreciación para el cuarto y quinto año lo siguiente:

### 5.3.3. Gasto de Ventas

El principal gasto es la contratación de un vendedor mismo que desempeñara como secretaria a su vez el trabajo será de tiempo completo, el cual percibirá una remuneración mensual de \$340 USD, con los beneficios de ley.

**CUADRO N° 63**  
**SUELDO BÁSICO UNIFICADO DE VENTAS**

RUBROS	NUMERO	2014	2015	2016	2017	2018
Personal de Venta	1	340.00	371.12	405.08	442.15	482.62
<b>TOTAL MOD</b>	<b>1</b>	<b>4.080,00</b>	<b>4.453,40</b>	<b>4.860,98</b>	<b>5.305,85</b>	<b>5.791,45</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

**CUADRO N° 64**  
**PROYECCIÓN DEL SBU DEL PERSONAL VENTAS Y LOS**  
**BENEFICIOS DE LEY**

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
SBU	4.080,00	4.453,40	4.860,98	5.305,85	5.791,45
Aporte patrona 12.15%	495,72	541,09	590,61	644,66	703,66
Fondos de reserva	0.00	370,97	405,08	442,15	482,62
Décimo tercero	340,00	371,12	405,08	442,15	482,62
Décimo cuarto	340,00	371,12	405,08	442,15	482,62
Vacaciones	170,00	185,56	202,54	221,08	241,31
<b>TOTAL MOD</b>	<b>5.255,72</b>	<b>6.107,69</b>	<b>6.666,83</b>	<b>7.276,98</b>	<b>7.942,97</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

#### 5.3.3.1. Gastos Generales de Ventas

##### ► Publicidad.

Una de las estrategias principales del centro de acopio es que para dar a conocer las características del producto y el punto de venta, para las artesanías de totora (Esteras y Caballitos), es a través del marketing publicitario que consiste en anuncios por radio y prensa escrita, con fin obtener reconocimiento por la comunidad.

**CUADRO N° 65**  
**PROYECCIÓN GASTO PUBLICIDAD**

<b>DETALLE</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Publicidad	400.00	421.89	433.28	444.98	457.00
Imprevistos 5%	20.00	21.09	21.66	22.25	22.85
<b>TOTAL</b>	<b>420.00</b>	<b>442.99</b>	<b>454.95</b>	<b>467.23</b>	<b>479.85</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

► **Resumen de Gastos de Venta Anual Proyectado**

**CUADRO N° 66**  
**TOTAL DE GASTOS DE VENTA ANUAL**

<b>DETALLE</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Remuneraciones	5.255,72	6.107,69	6.666,67	7.276,98	7.942,97
Publicidad	420,00	442.,99	454,95	467,23	479,85
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>5.675,72</b>	<b>6.550,68</b>	<b>7.121,61</b>	<b>7.744,21</b>	<b>8.422,81</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

**5.4. Amortización del Préstamo**

Para la ejecución del proyecto se obtendrá un crédito de \$ 5.000 dólares, en el Banco Nacional del Fomento para 5 años; con una tasa de interés del 11,20%, misma que se detallara en el ANEXO C con sus cálculos respectivos:

## 5.5. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

**CUADRO N° 67**  
**CENTRO DE ACOPIO DE ARTESANÍAS EN TOTORA SUS**  
**ANCESTROS**  
**ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**

<b>BALANCE INICIAL</b>		
<b>ACTIVOS</b>		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	7.194,68	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>7.194,68</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>		
Muebles y Enseres	1.540,56	
Equipo de Oficina	1.990,97	
Suministros de Oficina	259,73	
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>		<b>3.791,26</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>		
Gastos de constitución	500,00	
Valor de Estudios y diseños	1.000,00	
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>		<b>1.500,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b><u>12.485,94</u></b>
<b>PASIVOS</b>		
Préstamo Bancario a Largo Plazo	5.000,00	
<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>5.000,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital Social	7.485,94	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>7.485,94</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b><u>12.485,94</u></b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

## 5.6. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

El siguiente estado detalla los ingresos y egresos que tendrá el proyecto en cada uno de los años de vida útil.

**CUADRO N° 68**  
**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS**

RUBRO	2014	2015	2016	2017	2018
<b>INGRESOS</b>					
Venta de Artesanías	45.000,00	54.000,00	64.800,00	92.016,00	110.419,20
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>45.000,00</b>	<b>54.000,00</b>	<b>64.800,00</b>	<b>92.016,00</b>	<b>110.419,20</b>
<b>EGRESOS</b>					
(-) COSTO DE OPERACIÓN	<b>25.932,78</b>	<b>30.852,51</b>	<b>36.290,16</b>	<b>46.250,78</b>	<b>54.635,08</b>
Mano de obra directa	5.255,72	6.107,69	6.666,83	7.276,98	7.942,97
Costo de materia prima (Esteras y Caballitos)	20.250,00	24.300,00	29.160,00	38.491,20	46.189,44
CIF	427,06	444,82	463,33	482,60	502,68
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>19.067,22</b>	<b>23.147,49</b>	<b>28.509,84</b>	<b>45.765,22</b>	<b>55.784,12</b>
(-) Gastos Administrativos	11.039,33	12.212,86	13.162,51	14.195,71	15.037,37
(-) Gasto de Ventas	5.675,72	6.550,68	7.121,61	7.744,21	8.422,81
(-) Depreciaciones	822,04	822,04	822,04	735,50	735,50
(-) Gasto Financiero	520,25	427,05	322,86	206,38	76,16
<b>SUBTOTAL</b>	<b>18.057,34</b>	<b>20.012,63</b>	<b>21.429,02</b>	<b>22.881,79</b>	<b>24.271,85</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL o PERDIDA</b>	<b>1.009,88</b>	<b>3.134,86</b>	<b>7.080,82</b>	<b>22.883,43</b>	<b>31.512,26</b>
(-) 15% de Participación	151,48	470,23	1.062,12	3.432,51	4.726,84
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>858,40</b>	<b>2.664,63</b>	<b>6.018,70</b>	<b>19.450,91</b>	<b>26.785,42</b>
(-) Impuesto a la renta 22%	188,85	586,22	1.324,11	4.279,20	5.892,79
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>669,55</b>	<b>2.078,41</b>	<b>4.694,59</b>	<b>15.171,71</b>	<b>20.892,63</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

De acuerdo al servicio de rentas internas y a las informaciones del diario la hora se determina que la tasa para el cálculo del impuesto a la renta se basa en el 22%, debido a los ingresos obtenidos como persona natural además se toma en cuenta el servicio que se presta ante la sociedad.

### **5.7. FLUJO DE EFECTIVO FINANCIERO**

El objetivo de realizar este estado financiero es por determinar los movimientos de efectivo de acuerdo a las actividades que se presenten, de igual manera permitan estudiar las razones económicas que tenga el centro de acopio, para verificar si el proyecto es rentable.

**CUADRO N° 69**  
**FLUJO DE EFECTIVO FINANCIERO**

RUBRO	0	2014	2015	2016	2017	2018
<b>INVERSIÓN</b>	12.485,94					
Utilidad operacional		669,55	2.078,41	4.694,59	15.171,71	20.892,63
(+) Depreciación		822,04	822,04	822,04	735,50	735,50
(-) 15% part. Trabajadores		151,48	470,23	1.062,12	3.432,51	4.726,84
(-) Impuesto a la renta 22%		188,85	586,22	1.324,11	4.279,20	5.892,79
(+) Amortización Activo Diferido		520,25	427,05	322,86	206,38	76,16
Venta de Activos				600,00		
(-) Reinversión					1.990,97	
<b>FLUJO NETO</b>	<b>12.485,94</b>	<b>1.671,51</b>	<b>2.271,05</b>	<b>3.130,39</b>	<b>6.204,53</b>	<b>11.008,50</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

## 5.8. EVOLUCIÓN FINANCIERA

### 5.8.1. Costo de Oportunidad

Para realizar el cálculo del costo de oportunidad se considera la tasa de inflación anual que es del 2.70% del año 2013, que se encuentra establecido por el Banco Central del Ecuador, además se considera que la tasa de rendimiento es para la inversión propia de 4.53% de acuerdo a la tasa pasiva y la inversión financiada es de 11.20% según el Banco Nacional del Fomento.

**CUADRO N° 70**  
**TASA DE RENDIMIENTO**

Años Rubro	Estructura	% de Composición	Tasa de RENDIMIENTO	Valor Ponderado
Propia	7.485,94	60%	4.53	2.72
Financiada	5.000,00	40%	11.2	4.49
<b>TOTAL</b>	<b>12.485,94</b>	<b>100%</b>		<b>7.20</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

CK = Costo de Oportunidad = 7.20%

Inflación 2013 = 2.70%

$i = (1+CK) (1+ \text{Inflación}) - 1$

$i = (1+0.0720) (1+0.027) - 1$

$i = 0,1010 \quad \Longrightarrow \quad 10.10\%$

## 5.8.2. CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN es un indicador financieros el cual mide los flujos futuros de los ingresos y egresos que se obtenga a través de las actividades que se desempeñen en el centro de acopio, tomando en cuenta que al determinar la inversión inicial, se obtiene resultados positivos es proyecto es viable.

$$VAN = \frac{FN1}{(1+r)^1} + \frac{FN2}{(1+r)^2} + \frac{FN3}{(1+r)^3} + \frac{FN4}{(1+r)^4} + \frac{FN5}{(1+r)^5}$$

**CUADRO N° 71**  
**VALOR ACTUAL NETO**

<b>Años</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Flujo Actual</b>
		10.10%
<b>0</b>	-12.485,94	-12.485,94
<b>1</b>	1.671,51	1.518,24
<b>2</b>	2.271,05	1.873,65
<b>3</b>	3.130,39	2.345,80
<b>4</b>	6.204,53	4.223,11
<b>5</b>	11.008,50	6.805,84
<b>VAN</b>		<b>4.280,69</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

$$VAN = \sum FNA - INVERSIÓN$$

$$VAN = 16.766,73 - 12.485,94$$

$$VAN = 4.280,79$$

Una vez analizado los flujos netos y la inversión, se obtiene que el valor actual neto sea mayor a cero, por lo tanto se establece que proyecto es factible para ponerlo en funcionamiento.



### 5.8.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retornos es conocida como también la tasa de rentabilidad donde se especifica la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de las actividades que realiza el centro de acopio.

$$TIR = (Ti) + (Ts - Ti) \frac{VAN_i}{VAN_i + VAN_s}$$

$$TIR = (0,10) + (0,90 - 0,10) \frac{4.335,62}{4.335,62 - (-9.600,01)}$$

$$TIR = 0,28$$

La TIR calculada es del 28% siendo esta mayor a la tasa del costo de oportunidad determinando que el proyecto es factible.

**CUADRO N° 72**  
**VALOR ACTUAL NETO**

Años	Flujo Neto	Flujo Actual
		10%
0	-12.485,94	-12.485,94
1	1.671,51	1.519,55
2	2.271,05	1.876,90
3	3.130,39	2.351,91
4	6.204,53	4.237,78
5	11.008,50	6.835,41
<b>VAN</b>		<b>4.335,62</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

**CUADRO N° 73**  
**VAN CON TASA INFERIOR**

Años	Flujo Neto	Flujo Actual
		90%
0	-12.485,94	-12.485,94
1	1.671,51	879,74
2	2.271,05	629,10
3	3.130,39	456,39
4	6.204,53	476,10
5	11.008,50	444,59
<b>VAN</b>		<b>-9.600,01</b>

Elaborado por. Enríquez Karen. 2013

#### 5.8.4. RELACIÓN BENEFICIO - COSTO

A través de esta relación se determina el beneficio del proyecto mediante los ingresos y egresos para lo cual se realiza el siguiente cálculo:

$$\text{Costo / Beneficio} = \frac{\text{\textit{E Flujos Netos Actualizados}}}{\text{\textit{Inversión}}}$$

$$\text{Costo / Beneficio} = \frac{16.766,63}{12.485,94}$$

$$\text{Costo / Beneficio} = 1.34$$

Una vez realizado el cálculo respectivo se obtiene que el costo beneficio sea mayor a uno; por lo tanto se determina que el proyecto es aceptable. Es decir que por cada dólar invertido se recupera 0.34 centavos de dólar obteniendo un superávit en el proyecto planteado

#### 5.8.5. RELACIÓN INGRESOS – EGRESOS

$$\text{Beneficio costo} = \frac{\text{\textit{Ingresos actualizados}}}{\text{\textit{Egresos actualizados}}}$$

$$\text{Beneficio costo} = \frac{264.420,06}{219.395,95}$$

$$\text{Beneficio costo} = 1.21\text{USD}$$

Una vez realizado la relación de los ingresos y egresos, se obtiene 1.21 es decir que por cada dólar invertido en el proyecto se tendrá una ganancia de 0.21 centavos de dólar, teniendo en consideración los gastos ubicados en el anexo.

### 5.8.6. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Este método permite obtener la inversión para lo cual se realiza el siguiente cálculo:

$$\text{Periodo de recuperación} = 100\% / \text{TIR}$$

$$\text{Periodo de recuperación} = 100\% / 0.28$$

$$\text{Periodo de recuperación} = 3.57$$

$$\text{Años} = 3$$

$$\text{Meses} = 0,57 * 12 = 6.84 = 6 \text{ meses}$$

$$\text{Días} = 0,84 * 30 = 25 = 25 \text{ días}$$

Una vez realizado el cálculo respectivo se llega a determinar que el periodo de recuperación del capital es 3 años, 6 meses y 25 días, que es la inversión.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

#### 6.1. La empresa

##### 6.1.1. Nombre o razón social

Una vez analizado el estudio de mercado se determina que la población otavaleña está de acuerdo en que se realice la creación de un centro de acopio para la comercialización de productos artesanales elaborados a base de totora, misma que se le reconocerá como “**CENTRO DE ACOPIO DE ARTESANÍAS EN TOTORA SUS ANCESTROS**”, que estará ubicada en el centro de Otavalo, con el fin de satisfacer al consumidor nacional y extranjero y por ende dar a conocer el nivel cultural que existe en este sector.

##### 6.1.2. Slogan

Se le determina como un instrumento más para realizar la presentación del producto artesanal en totora:

**LA TRADICIÓN DEL ARTE NATURAL**

##### 6.1.3. Conformación Jurídica

Para la conformación del centro de acopio se deberá cumplir con los requisitos de su constitución:

#### **6.1.3.1. Registro único de Contribuyente (RUC) SRI.**

- Original y copia de la cédula de identidad
- Original y copia de la papeleta de votación actual
- Copia de servicios básicos de la ubicación de domicilio
- Nombre de la empresa y tipo de empresa
- Informe de donde se encuentra ubicada la empresa, con direcciones actualizadas.

#### **6.1.3.2. Patente municipal**

- Copia de cédula y papeleta de votación
- Carta de pagos de servicios básicos de la ubicación donde se va a desempeñar el proyecto
- Comprobante de pago del impuesto predial urbano del predio donde funciona la actividad económica
- Copia del ruc en caso de poseerlo

#### **6.1.3.3. Permiso de funcionamiento**

- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos
- Permiso Sanitario de funcionamiento

#### **6.1.4. Misión**

El Centro de Acopio de Artesanías en Totorá sus Ancestros, es una comercializadora dedicada a brindar productos artesanales de calidad con diseños innovadores y creativos, que satisfagan las expectativas y gustos de los clientes con precios accesibles a su economía, además se valora la mano productora artesanal del sector.

### **6.1.5. Visión**

En el año 2018 el centro de acopio se consolidara como una de las mayores comercializadoras dentro de la provincia y por ende del país, mejorando y potencializando los niveles de productividad y competitividad del sector artesanal ofertando productos de alta calidad a sus clientes además cumplirá con la responsabilidad del ámbito social y dentro de las normas legales que se encuentran establecidas en el país.

### **6.1.6. Políticas**

- Mejorar la calidad de ventas a través de planes estratégicos.
- Capacitar al personal para el mejoramiento continuo del centro de acopio
- Proporcionar al cliente productos excelentes y económicos
- Establecer estrategias de ventas a crédito para tener más accesibilidad por los clientes.
- Brindar un servicio rápido y eficiente hacia nuestros clientes.

### **6.1.7. Valores**

- **Calidad.**

Ser innovadores, creativos, eficientes, que cuenta con un buen personal para brindar le mejor servicio de calidad.

- **Confianza:**

Tener ideales de unión que permita mejorar los resultados planificados para el desarrollo del centro de acopio

- **Honestidad:**

Valorar la calidad humana que posee el personal del centro de acopio, con respecto a su capacidad intelectual, su libre expresión ante las situaciones que se presentan en la sociedad.

- **Liderazgo:**

Lograr la efectividad laboral, con el fin de cumplir con todos los objetivos que se plantea en el proyecto

- **Profesionalismo:**

Valorar la ética profesional de los trabajadores ya que son la fuente para la atención al cliente.

- **Puntualidad:**

Ser puntuales en los pedidos que hacen nuestros clientes y por ende cumplir con sus expectativas.

- **Respeto:**

Este valor es muy importante para el centro de acopio ya que genera la veracidad de cada individuo su comportamiento ante los clientes.

- **Responsabilidad:**

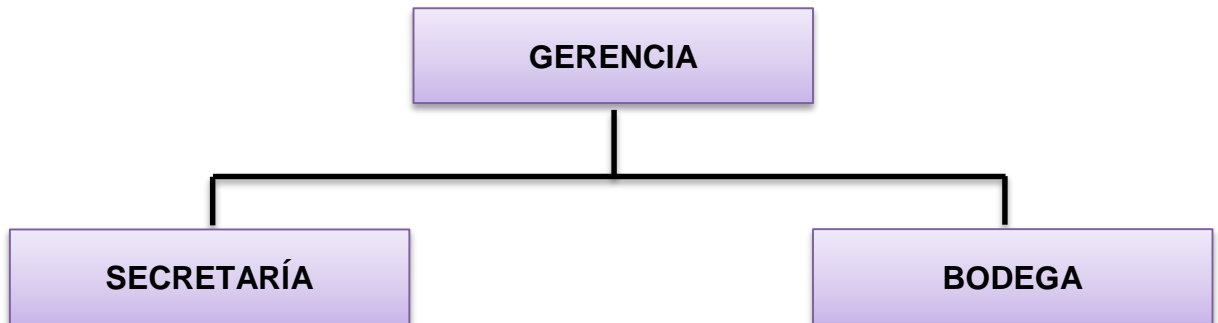
Cumplir con las disposiciones legales y reglamentos establecidos con el fin de llevar correctamente las situaciones financieras que presente el centro de acopio.

- **Trabajo en Equipo:**

Es el aporte general que se agrega al desempeño laboral el cual transmite conocimientos con efectividad en los logros de los objetivos del proyecto.

## 6.2. Estructura Organizacional

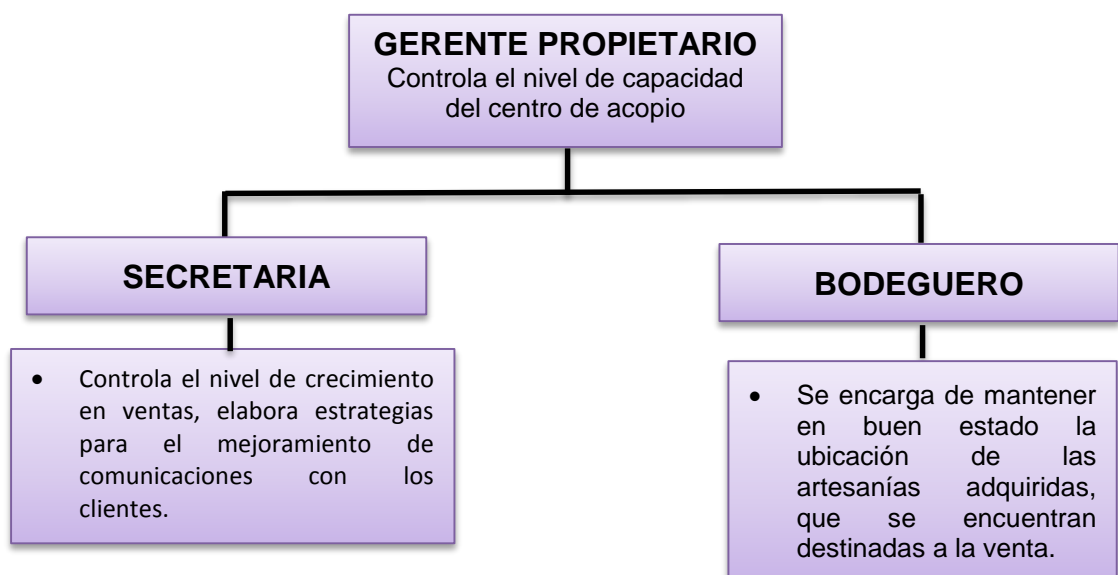
### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL CENTRO DE ACOPIO



Elaborado por: Enríquez Karen. 2013

## 6.3. Organigrama Funcional

### ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL CENTRO DE ACOPIO



Elaborado por: Enríquez Karen. 2013



### 6.3.1. Descripción De Funciones

Para determinar las funciones que cumplirá el personal primero se toma en cuenta elaborar una matriz de competencia que se detalla a continuación:

#### 6.3.1.1. Matriz De Competencias Laborales

A continuación se realiza una matriz de relación de competencia donde se especifica el perfil que debe cumplir el personal que va a desempeñar en el centro de acopio, tomando en cuenta que se contara con tres personas que cumplirán varias funciones para el funcionamiento del mismo.

**CUADRO N° 74  
MATRIZ DE COMPETENCIA LABORAL**

PUESTOS	PERFIL	COMPETENCIAS(habilidad)	REQUISITOS
<b>Gerente Propietario (Administrador y Contador)</b>	Estabilidad emocional	Habilidad para negociar	Experiencia
	Liderazgo	Capacidad analítica	Formación académica
	Trabajo en Equipo	Toma de decisiones	Disponibilidad del tiempo
	Responsabilidad	Facilidad para interrelacionarse	Presentación
	Honestidad	Creatividad	Manejo de idiomas
	Puntualidad	Emprendedor	Manejo de paquetes informáticos
<b>Secretaria y vendedor</b>	Responsabilidad	Capacidad Analítica	Experiencia
	Trabajo a presión	Capacidad Numérica	Formación académica
	Honestidad	Creatividad	Disponibilidad del tiempo
	Puntualidad	Facilidad para interrelacionarse	Manejo de idiomas
	Honestidad	Agilidad	Presentación
<b>Bodeguero</b>	Responsabilidad	Agilidad	Experiencia
	Trabajo a presión		Formación académica (bachiller en cualquier rama)
	Honestidad	Trabajo en Grupo	Disponibilidad del tiempo
	Puntualidad		
	Responsabilidad		

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013

### 6.3.2. Determinación de perfiles del personal para el logro de los objetivos del proyecto

#### Funciones de una agencia

#### MANUAL DE FUNCIONES DEL TALENTO HUMANO DEL “CENTRO DE ACOPIO DE ARTESANÍAS EN TOTORA SUS ANCESTROS”.

El presente manual fue desarrollado con un propósito fundamental para el Centro de Acopio, cuyo fin es obtener resultados positivos de la creación, tomando en cuenta que el gerente cumplirá con funciones ampliamente administrativas, la secretaria deberá cumplir con funciones de marketing y el bodeguero cumplirá su función.

<b>Gerente Propietario</b>	
<b>Dominación actual:</b>	Gerente
<b>Supervisa a:</b>	Todas las áreas que funcionan en el centro de acopio
<b>Perfil del Cargo:</b> Para asumir el cargo de Gerente debe poseer conocimientos amplios en niveles superiores que reflejen el área administrativa, economía. Finanzas, conocimientos en el área contable que le permita llevar las cuentas del centro de acopio en las mejores condiciones rentables.	
<b>Funciones:</b>	
<b>a) Gerente:</b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Se encarga de supervisar el trabajo de los empleados.</li><li>2. Planifica, controla y ejecuta las actividades diarias del centro de acopio.</li><li>3. Establece los planes de desarrollo del negocio.</li><li>4. Conoce el mercado y toma las medidas necesarias para el funcionamiento del centro de acopio y termine con éxito esperado.</li><li>5. Atiende a los clientes y proveedores para el desarrollo y funcionamiento del proyecto.</li></ol>	

6. Atiende las quejas que se presenten en el transcurso del funcionamiento del negocio, de los empleados, proveedores, clientes, sean estas de poca importancia.
7. Realiza evaluaciones sobre el cumplimiento de las funciones del centro de acopio.
8. Planea y desarrolla metas a corto y largo plazo con el fin de cumplir con los objetivos planteados.
9. Mantiene buena relación con el personal del acopio, los proveedores y la fuente principal del negocio con los clientes.

**b) Contador:**

1. Elabora estados financieros en fechas requeridas con resultados oportunos y verídicos.
2. Controla el registro de entradas y salidas de la comercialización de las artesanías en totora.
3. Examinar el valor de los inventarios de mercadería y efectuar ajustes respectivos.
4. Revisa reportes de ventas diarias y semanales, comparativas con periodos anteriores.
5. Coordinar la elaboración del presupuesto general y dar seguimiento al mismo.
6. Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permitan lograr mejoras exitosas.

**c) Administrador:**

1. Planifica, organiza, dirige y controla el negocio de la comercialización de productos artesanales.
2. Elaborar informes, estudios estadísticos sobre las áreas de trabajo que existen en el centro de acopio.
3. Realiza un seguimiento de las actividades cuyo fin es asegurar el cumplimiento de los objetivos planteados en el proyecto.

4. Redacta documentos y realiza memorandos en caso necesario para el personal del centro de acopio.
5. Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
6. Lleva un registro de control de la recibo de mercadería ante los proveedores de las artesanías.
7. Tiene la capacidad de guiar a los empleados de acopio con responsabilidad, y ética profesional para el manejo correctos de sus funciones.

### VENDEDORA

<b>Dominación actual:</b>	Vendedora y secretaria.
<b>Se reporta a:</b>	Gerente
<b>Supervisa a:</b>	Bodeguero.

**Perfil del Cargo:** Para asumir el cargo de vendedoray a su vez con la función de secretaria debe poseer conocimientos amplios y cualidades que representen las actitudes y habilidades, responsabilidad, compromiso con el cargo designado, con habilidades en ventas que ayuden a encontrar clientes, que beneficien al centro de acopio, que mantenga una buena relación con los clientes; que posea conocimientos empresariales, de mercado y manejo de buenas relaciones con los clientes y proveedores. Además que posea dominio de Windows, Microsoft Office, Star Office, Linux e Internet, conocimientos en cobranzas y atención al cliente.

#### **Funciones:**

##### **a) Vendedora:**

1. Revisar que la mercadería se encuentre en perfecto estado para la comercialización fructífera.
2. Colaborar en actividades de traspaso, pedidos, devoluciones y cambios de mercaderías artesanales.
3. Controlar el orden, aseo y la adecuada del área de comercialización.
4. Brindar plena satisfacción en el servicio y atención al cliente, cuyo fin sea

lograr preferencia en los productos de artesanías en totora.

5. Actuar con iniciativa ante las exigencias de los clientes.
6. Conocer ampliamente los productos que comercializa el centro de acopio.
7. Administrar eficientemente la agenda de los clientes potenciales.
8. Informar fallas que tenga el producto artesanal a sus superiores.

**b) Secretaria:**

1. Realiza evaluaciones periódicas de los proveedores, con el fin de verificar el cumplimiento en las entregas de la materia prima terminada para su comercialización.
2. Atender y orientar al público que solicite su servicio de manera cortés y amable para obtener la información fluida y clara.
3. Redacta correspondencia, oficios, actas, memorando, anuncios y otros documentos varios de poca complejidad.
4. Toma mensajes y los transmite a sus superiores para llegar a respuestas fructíferas para el centro de acopio.
5. Recibe, entrega y archiva correspondencias importantes para el centro de acopio.
6. Atiende llamadas telefónicas importantes que beneficien al negocio.

## BODEGERO

<b>Dominación actual:</b>	Bodegero
<b>Se reporta a:</b>	Vendedor

**Perfil del Cargo:** Para asumir el cargo de bodeguero deberá cumplir con todas las expectativas del centro de acopio, desempeñar sus funciones con responsabilidad, puntualidad, respeto, agilidad en su función.

### **Funciones:**

1. Mantiene en orden y clasifica las artesanías, de acuerdo a lo establecido por el centro de acopio es decir según su tamaño y su diseño.
2. Mantener al día el archivo de documentos que acrediten la existencia de las artesanías en la bodega.
3. Mantener actualizadas las tarjetas de control de existencia.
4. Firmar las respectivas facturas en trámite, acreditando con su firma la recepción de la mercadería.
5. Mantener actualizado el inventario de bodega para ser presentado a sus superiores.
6. Informar a sus superiores casos de pérdidas o daños de la mercancía artesanal.
7. Debe hacer aprobar las facturas emitidas por la gerencia.
8. Realiza facturaciones de las ventas que se realiza vía telefónica o personal.
9. Entrega las facturas a contabilidad.
10. Mantiene limpia la bodega.
11. Realiza cualquier otra actividad que sea solicitada por su jefe inmediato.

## CAPÍTULO VII

### 7. ANÁLISIS DE IMPACTOS.

Este proyecto se sustenta con un análisis técnico de los impactos: social, económico, cultural empresarial, ético y ambiental. Para lo cual se realiza análisis en el que se ha utilizado una metodología sencilla y eficaz, resultando conveniente aplicarla, tiene la siguiente estructura en la cual se determina varias áreas en las que el proyecto influirá positiva o negativamente:

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							TOTAL
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
<b>TOTAL</b>								

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013

En la matriz se señala una valoración de -3 a 3, que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

#### Criterios

PUNTAJE	SIGNIFICADO
-3	Negativo en el nivel alto
-2	Negativo en el nivel medio
-1	Negativo en el nivel bajo
0	Ni negativo, ni positivo
1	Positivo en el nivel bajo
2	Positivo en el nivel medio
3	Positivo en el nivel alto

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013

### 7.1.1. IMPACTO SOCIAL

CUADRO N° 75  
IMPACTO SOCIAL

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADOR								
Seguridad familiar						X		2
Mejoramiento calidad de vida							X	3
Comercialización asociada						X		2
Desarrollo humano							X	3
<b>TOTAL</b>						4	6	<b>10</b>

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013

$$\text{Impacto social} = \frac{\Sigma \text{ DEL NIVEL DE IMPACTOS}}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto social} = 10/4 = 2,50$$

Al introducir la unidad comercial en el cantón Otavalo, obteniendo un impacto medio positivo, ya que se pretende dar seguridad familiar y mejorar la calidad de vida de los participantes, esto se logrará, mediante el incremento de los ingresos familiares, a través de las ventas de artesanías que genere el centro de acopio. La comercialización asociada, se podrá beneficiar a los artesanos productores, debido a su mejorando el desarrollo humano de la población.

- ❖ **Seguridad familiar:** identifica las amenazas a las que se encuentran expuestas cada una de las familias, con el propósito de realizar un plan eficaz que beneficie a la comunidad.
- ❖ **Mejoramiento calidad de vida:** llevar una vida activa, que logre cumplir con las expectativas proyectadas de cada individuo.
- ❖ **Comercialización asociada:** se determina el total de productores artesanales que obtengan metas futuras y misioneras, que permitan mejorar sus ingresos económicos en sus familias y su vez beneficiar la viabilidad del proyecto.
- ❖ **Desarrollo humano:** es el proceso de una sociedad que mejora las condiciones de vida a través de un incremento de los bienes con los



que lograría cubrir las necesidades básicas y complementarias de toda la sociedad.

### 7.1.2. IMPACTO ECONÓMICO

CUADRO N° 76  
IMPACTO ECONÓMICO

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADOR								
Generación de empleo							X	3
Estabilidad económica local						X		2
Estabilidad económica familiar							X	3
Fortalecer la inversión local							X	3
Producto interno bruto (PIB)					X			1
<b>TOTAL</b>					1	2	9	<b>12</b>

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\Sigma \text{ DEL NIVEL DE IMPACTOS}}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto Económico} = 12/5 = 2,40$$

El impacto económico tiene un nivel Medio Positivo, ya que esta rama artesanal es una actividad tradicional en el sector, generando ingresos en las familias y por ende al fortalecimiento de los sectores productivos y comerciales del país; además se generará fuentes de empleo a los productores y habitantes del sector. De esta manera se contribuirá al desarrollo y crecimiento económico de las familias, del sector y del país.

- ❖ **Generación de empleo:** es un esfuerzo que se realiza para generar empleo especialmente entre la población desocupada de la comunidad.
- ❖ **Estabilidad económica local:** es un proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en la comunidad, logra conducir a elevar el bienestar de la población.

- ❖ **Estabilidad económica familia:** propicia escenarios del desarrollo humano, el cual permite realizar creaciones fructíferas en la comunidad.
- ❖ **Fortalecer la inversión local:** busca la continuidad a las acciones desarrolladas, implementando proyectos visionales que logren una gestión integral social.
- ❖ **Producto interno bruto (PIB):** es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado

### 7.1.3. IMPACTO CULTURAL

**CUADRO N° 77**  
**IMPACTO CULTURAL**

NIVELES DE IMPACTO								
INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Recuperación identidad cultural						X		2
Costumbres						X		2
Promoción turística							X	3
<b>TOTAL</b>						4	3	<b>7</b>

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013

$$\text{Impacto Cultural} = \frac{\Sigma \text{ DEL NIVEL DE IMPACTOS}}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto Cultural} = 7/3 = 2,33$$

En lo cultural el Impacto tiene un nivel medio positivo, esto se debe a que el proyecto permitirá la recuperación de la identidad cultural que tiene el Cantó, además se fomentará en mantener las formas de elaboración de los trabajos artesanales en base de totora, también se dará a conocer y se promocionará al sector artesanal.

- ❖ **Recuperación identidad cultural:** encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias.
- ❖ **Costumbres:** son todas aquellas acciones, prácticas y actividades que son parte de la tradición de una comunidad o sociedad y que están profundamente relacionadas con su identidad, con su carácter único y con su historia.
- ❖ **Promoción turística:** es la referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas, tomando en cuenta que las llegadas de los visitantes a la comunidad genera ingresos económicos para el beneficio de la creación del proyecto.

#### 7.1.4. IMPACTO EMPRESARIAL

**CUADRO N° 78**  
**IMPACTO EMPRESARIAL**

NIVELES DE IMPACTO								
INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Trabajo Corporativo							X	3
Generación de Conocimientos						X		2
Clima Organizacional						X		2
Estrategias Innovadoras							X	3
<b>TOTAL</b>						4	6	<b>10</b>

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013

$$\text{Impacto Empresarial} = \frac{\Sigma \text{ DEL NIVEL DE IMPACTOS}}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto Empresarial} = 10/4 = 2,50$$

El nivel de Impacto del proyecto es Medio Positivo, en vista a que un negocio implica que como propietario del centro de acopio, se tenga la necesidad de capacitar para administrar y operar adecuadamente los recursos financieros, esto se logra a través de las acciones de capacitación que son fundamentales y permitirán al propietario del centro de acopio conseguir los objetivos propuestos.

- ❖ **Trabajo corporativo:** son métodos de aprendizaje cooperativo, de pequeños grupos con el objetivo de establecer vínculos y requerimientos necesarios para el desarrollo del proyecto.
  
- ❖ **Generación de conocimientos:** son manejos productivos del negocio en el que se refleja los objetivos planteados.
  
- ❖ **Clima organizacional:** es un fenómeno interviniente entre los factores del sistema organizacional y las tendencias organizacionales y las tendencias motivacionales que se traducen en un comportamiento que tiene consecuencias sobre la organización productiva, la satisfacción de la comunidad.
  
- ❖ **Estrategias innovadoras:** es la fórmula para obtener éxito en el mundo de los negocios, determinado como un plan de conseguir mejores resultados de los recursos, la selección del tipo de negocio para desarrollar y un plan para conseguir una posición favorable en el campo empresarial.

### 7.1.5. IMPACTO ÉTICO

**CUADRO N° 79  
IMPACTO ÉTICO**

INDICADOR \ NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Respeto a las leyes							X	3
Responsabilidad y puntualidad							X	3
Valores y principios organizacionales							X	3
<b>TOTAL</b>							<b>9</b>	<b>9</b>

Elaborado por: Enríquez Karen 2013

$$\text{Impacto Ético} = \frac{\Sigma \text{ DEL NIVEL DE IMPACTOS}}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto Ético} = 9/3 = 3$$

En lo ético el impacto representa un nivel alto positivo, debido a que el centro de acopio logrará cumplir con los reglamentos que establece la ley. El principal punto de la misma es la responsabilidad y puntualidad en las tareas encomendadas por los clientes, permitiendo alcanzar los objetivos propuestos, mismos que conllevaran a practicar los valores y principios que se ha establecido el centro de acopio.

- ❖ **Respeto a las leyes:** es un sistema de normas y directrices, generalmente forzadas a través de un conjunto de instituciones, forma la política, la economía y la sociedad de muchas maneras y sirve como un mediador social de las relaciones entre las personas.
- ❖ **Responsabilidad y puntualidad:** son dos instrumentos importantes para el funcionamiento del centro de acopio ya que la responsabilidad es una obligación de reparar un error y logra compensar los males ocasionados cuando la situación amerita, y la puntualidad es una obligación de llegar a un tiempo establecido con el fin de no tener problemas ocasionados por las distracciones, atrasos.

- ❖ **Valores y principios organizacionales:** los valores son fundamentos explícitos de comunicación mismo que permitirá crear criterios unificados que compacten y fortalezcan los intereses en general y los principios son la pauta para establecer una organización racional, se encuentran íntimamente relacionados con el objetivo, la especialización, la jerarquía, la responsabilidad, unidad de mando, difusión.

#### 7.1.6. IMPACTO GENERAL

**Cuadro N° 80**  
**IMPACTO GENERAL**

INDICADOR \ NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Social							X	3
Económico							X	3
Cultural							X	3
Empresarial							X	3
Ético							X	3
<b>TOTAL</b>							<b>15</b>	<b>15</b>

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013

$$\text{Impacto General} = \frac{\Sigma \text{ DEL NIVEL DE IMPACTOS}}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = 15/5 = 3$$

En forma general, se determina que la creación del centro de acopio para la comercializadora de artesanías en base de totora genera un impacto positivo, lo que se analiza que al implantar un centro de acopio es de gran importante ya que contribuye en el crecimiento y desarrollo de los sectores productivo del Cantón Otavalo, además permite emprender y mejorar la estabilidad socioeconómica de la población.

- ❖ **Social:** es el conjunto de beneficios que recibe el usuario y locatario directa e indirectamente.
  
- ❖ **Económico:** es el conjunto de beneficios netos secundarios que se percibe de la instalación tomando en cuenta que los beneficios secundarios se determinan como aquellas aportaciones de la instalación recreativa a la renta o al consumo de la comunidad.
  
- ❖ **Cultural:** son las creencias, costumbre, tradiciones que mantiene la comunidad.
  
- ❖ **Empresarial:** es lograr una estabilidad fructífera a través del manejo correcto del centro de acopio, demostrando transparencia profesional.
  
- ❖ **Ético:** se basa en la calidad de profesionalismo que se contratara para la atención al cliente que es la fuente principal del negocio.

## 7.2. CONCLUSIONES

1. Una vez realizado el diagnóstico del proyecto, en el cantón Otavalo se llegó a determinar que existen problemas en la comercialización de artesanías elaboradas en base de totora, debido a la competencia que existe la cual no favorece al productor artesanal.
2. En el estudio de mercado se demostró que no existe un centro de acopio en la actualidad que oferte artesanías en base de totora, en la provincia de Imbabura.
3. La comercialización de artesanías no determina obtener una unidad monetaria, sino se basa al mejoramiento de la calidad de vida de las personas que realizan esta actividad, además se plantea contribuir en el crecimiento socioeconómico de la comunidad.
4. El estudio técnico se determinó que la ciudad de Otavalo cuenta con todos los factores necesarios para el funcionamiento adecuado del centro de acopio de artesanías en totoras; tales como disponibilidad de espacio físico, servicios básicos, apoyo de la comunidad permitiendo desarrollar de la mejor manera su actividad.
5. Una vez realizado el estudio financiero se analiza que la inversión, el pronóstico de ingresos, la determinación de egresos y el planteamiento de los estados financieros con los respectivos evaluadores se establece la viabilidad del proyecto.
6. En el estudio Organizacional se analizó que para el funcionamiento de la del centro de acopio, deberá cumplir con perfiles y funciones que sean establecidos por el negocio a desarrollarse.
7. Los impactos permitieron identificar las necesidades de la comunidad donde se obtuvo resultados positivos, mismos que se encuentran encaminados al cambio del buen vivir.



### **7.3. RECOMENDACIONES.**

1. Realizar un plan estratégico para la comercialización de las artesanías, que permita llegar a los mercados, cumpliendo con las expectativas del centro de acopio y por ende de los consumidores.
2. Con la determinación de la factibilidad del presente proyecto se recomienda la implantación, sin pasar por alto el involucramiento de los gobiernos locales, ya que son los responsables del fortalecimiento de la producción, comercialización artesanal del sector.
3. Capacitar al personal que desempeña en el centro de acopio con el fin de mejorar sus niveles de conocimientos y de esta manera obtener mejores resultados de cada una de la actividades que se realiza y a su vez lograr disminuir riesgos que se presenten en el transcurso del funcionamiento.
4. Buscar ayuda ante el Gobierno Autónomo Descentralizado para brindar seguridad a la ciudadanía, en especial al personal que se dedica a realizar diferentes actividades económicas.
5. Incentivar a los productores artesanales, con proyectos creativos, visioneros que permitan desarrollar eficazmente los objetivos planteados en el proyecto.
6. Planificar cursos de atención al cliente, como también entrenamientos del nuevo talento humano, para obtener avances fructíferos en el centro de acopio.
7. Mantener las medidas de seguridad que eviten efectos secundarios, que perjudique al entorno del sector y a su vez al crecimiento del centro de acopio.

## BIBLIOGRAFÍA

- ARÉVALO Araujo David; **Macroeconomía**; 2012
- BAKER David A; DAY George S; **Marketing**; 2010
- BRAVO, M. (2011). **Contabilidad General**; 2011
- CÓRDOVA Marcial; **Formulación y evaluación de proyectos**; 2011
- LAMB CHARLES W.; HAIR Joseph F.; Mc Daniel Carl; **Fundamentos de marketing**; 2012.
- FERNÁNDEZ V, Ricardo; **Marketing**; 2007.
- FISCHER Laura; **Macroeconomía**; 2007
- FREIRE, Rubio María Teresa; BLANCO, Jiménez Francisco José; **Prácticas y Conceptos Básicos de Microeconomía**; 2010
- GONZA, Martha; **Entrevista**; 2013
- KRUGMAN, Paúl R; VELLS Robin, OLNEY Martha; **Fundamentos de la economía**; editorial, Reverte S.A., 2008
- KOTLER Philip; ARMSTRONG Gary; **Investigación de mercados**; 2008
- *KOONTZ, Harold*; **Administración**; 2011
- ROJAS, Medina Ricardo Alfredo; **Sistemas de costos un proceso para su implementación**; 2007
- SAPAG, Chain Nassir; **Proyectos de inversión, formulación y evaluación**, 2011.
- SERNA Gómez Humberto; **Marketing; Conceptos básicos en servicio al cliente**; 2006

- SCOTT Doyle Michael; FRYER T. Bruce; CERE Ronald C. **investigación de mercados**; 2010
- TAYLOR, Frederick Winslow; Principios de la administración científica, 2008.
- TORRES, Tirado Laura; **Manual de información**, edición de la U, 2011
- ZAPATA, P; **Contabilidad General**; 2011
- ZIKMYRD, William G; **Investigación de Mercados**; edición 9, 2009
- Cámara de comercio Otavalo, 2013

## **LINOGRAFÍA**

[http://www.visitotavalo.com/?page\\_id=10](http://www.visitotavalo.com/?page_id=10)

<http://www.inec.gob.ec/cpv/>

[http://www.otavalo.gob.ec/web/?page\\_id=38#](http://www.otavalo.gob.ec/web/?page_id=38#)

<http://www.mintra.gob.pe/mostrarContenido.php?id=165&tip=130>

<http://www.totorasisa.blogspot.com/>

<https://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/Supuestos%20Macro2012-2015.pdf>

[http://www.gisimbabura.gob.ec:8383/pdot\\_imb/index.php?option=com\\_content&view=article&id=55&Itemid=57](http://www.gisimbabura.gob.ec:8383/pdot_imb/index.php?option=com_content&view=article&id=55&Itemid=57)

<http://www.auladeeconomia.com/micro-material2.htm>

[http://www.esi2.us.es/~fnunez/Texto/2\\_MercadoDeUnBien.pdf](http://www.esi2.us.es/~fnunez/Texto/2_MercadoDeUnBien.pdf)

<http://www.gerencie.com/materia-prima.html>

<http://www.economia48.com/spa/d/gastos-financieros/gastos-financieros.htm>

<http://contapuntual.wordpress.com/2012/02/08/que-es-el-capital-de-trabajo/>

<http://www.definicionabc.com/general/egreso.php>

<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/correa-anuncia-el-incremento-salarial-de-22-en-2014-tras-larga-explicacion-matematica-597886.html>

[http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)

[http://www.touribarra.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=123%3Alago-san-pablo&catid=99%3Asitios-naturales&Itemid=138&lang=es](http://www.touribarra.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=123%3Alago-san-pablo&catid=99%3Asitios-naturales&Itemid=138&lang=es)

<http://www.explored.com.ec/ecuador/continue/coto3.htm>

[http://www.touribarra.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=127%3Alaguna-de-yahuarcocha&catid=99%3Asitios-naturales&Itemid=138&lang=es](http://www.touribarra.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=127%3Alaguna-de-yahuarcocha&catid=99%3Asitios-naturales&Itemid=138&lang=es)

<http://tvecu.com/artesantias-de-ecuador>

<http://www.totoraecuador.blogspot.com/>

**ANEXOS**



## ANEXO A

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DE PRODUCTOS ELABORADOS A BASE DE TOTORA DEL CANTÓN OTAVALO

**OBJETIVO:** Determinar el nivel de consumo de productos elaboradas a base de totora en el Cantón Otavalo, con la finalidad de crear un Centro de Acopio.

#### INSTRUCCIONES

- Lea detenidamente la pregunta y conteste con la mayor sinceridad del caso
- Marque con una **X** en la opción que corresponda, escoja una sola alternativa.

#### DATOS TÉCNICOS:

Género: Femenino ( ) Masculino ( )

Edad 18- 25 ( ) 26-33 ( ) 34-42 ( ) 42- en adelante ( )

Instrucción: Primaria ( ) Secundaria ( ) Superior ( ) Ninguna ( )

#### CUESTIONARIO

##### 1. ¿Qué tipo de actividad económica desarrolla en su labor diaria?

- a) Agricultor ( )
- b) Jornalero ( )
- c) Obrero textil ( )
- d) Comerciante ( )
- e) Artesano ( )
- f) Servidor público o privado ( )
- g) Estudiante ( )

**2. ¿Tiene usted un trabajo fijo?**

- a) Si ( )
- b) No ( )

**3. Los ingresos mensuales que usted percibe por realizar esta actividad está entre:**

- a) De 318\$ a 350\$ ( )
- b) De 350.01\$ a 400\$ ( )
- c) De 400.01\$ a 500\$ ( )
- d) De 500.01\$ en adelante ( )

**4. ¿Adquiere usted productos artesanales elaborados a base de totora?**

- a) Siempre ( )
- b) Casi siempre ( )
- c) Ocasionalmente ( )

**5. ¿Qué productos adquiere usted?**

- a) Caballitos ( )
- b) Esteras ( )
- c) Barquitos ( )
- d) Aventadores ( )
- e) Mecedoras ( )

**6. ¿Cada qué tiempo adquiere usted este producto?**

- a) Semanal ( )
- b) Mensual ( )
- c) Trimestral ( )
- d) Semestral ( )
- e) Anual ( )

7. ¿Cuál es el promedio que usted estaría dispuesto a gastar por este tipo de artesanías?

ESTERAS	CABALLITOS	BARQUITOS	AVENTADORES	MECEDORAS
De 5 \$ a 6\$ ( )	De 10 \$ a 14\$ ( )	De 8 \$ a 10\$ ( )	De 4 \$ a 5\$ ( )	De 80 \$ a 100\$ ( )
De 6.01\$ a 7\$ ( )	De 14.01\$ a 17\$ ( )	De 10.01\$ a 12\$ ( )	De 5.01\$ a 6\$ ( )	De 100.01\$ a 120\$ ( )
De 7.01 a 10\$ ( )	De 17.01 a 20\$ ( )	De 12.01 a 15\$ ( )	De 6.01 a 7\$ ( )	De 120.01 a 150\$ ( )

8. En que época del año usted adquiere más este tipo de artesanías

- a) De Enero a Abril ( )  
 b) De Mayo a Agosto ( )  
 c) De septiembre a Diciembre ( )

- 9.Cuál es la manera de pago que usted prefiere al momento de adquirir estos productos?

- a) Efectivo ( )  
 b) Crédito ( )

10. ¿Le gustaría que existiera un centro de acopio dedicado a la comercialización de productos elaborados a base de totora?

- a) Si ( )  
 b) No ( )

11. ¿En qué lugar le gustaría que se ubique el centro de acopio para la comercialización de productos elaborados a base de totora?

- a) Centro de Otavalo ( )  
 b) Fuera de Otavalo ( )  
 c) Mercado de Otavalo ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**





## **ANEXO B**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL SEÑORA MARTHA GONZA GERENTE DE LA EMPRESA SISA S.C.C MENCIONADA COMO EL MEJOR PRODUCTOR DE ARTESANÍAS ELABORADAS A BASE DA TORTORA DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**

OBJETIVO: Determinar la calidad y capacidad de productos elaborados a bases de totora en el Cantón Otavalo, provincia de Imbabura, con la finalidad de crear un Centro de Acopio.

- 1. ¿Qué tiempo lleva usted realizando productos artesanales en base a la totora?**
- 2. ¿Qué cantidad de productos realiza al año?**
- 3. ¿Qué tipo de tecnología utiliza para la elaboración de sus productos artesanales?**
- 4. ¿En qué época del año usted vende más sus productos artesanales?**
- 5. ¿Tiene apoyo del Gobierno para desarrollar y fortalecer las actividades que realizan como artesanos?**
- 6. ¿Qué opina usted sobre la creación de un centro de acopio para la comercialización de productos elaborados a bases de totora en el centro del cantón Otavalo?**

## ANEXO C

<b>BENEFICIARIO</b>	Centro de acopio de artesanías en totora “Sus Ancestros”
<b>INSTITUCIÓN FINANCIERA</b>	Banco Nacional Del Fomento
<b>MONTO</b>	\$5.000 dólares
<b>TASA DE INTERÉS</b>	11.20%
<b>PLAZO</b>	5 años
<b>CUOTAS MENSUALES</b>	\$ 109.21centavos

PERIODO	SALDO INICIAL	INTERÉS	CAPITAL	SALDO FINAL
60	5.000,00	46,67	62,54	4.937,46
59	4.937,46	46,08	63,13	4.874,33
58	4.874,33	45,49	63,72	4.810,61
57	4.810,61	44,90	64,31	4.746,30
56	4.746,30	44,30	64,91	4.681,38
55	4.681,38	43,69	65,52	4.615,87
54	4.615,87	43,08	66,13	4.549,73
53	4.549,73	42,46	66,75	4.482,99
52	4.482,99	41,84	67,37	4.415,62
51	4.415,62	41,21	68,00	4.347,62
50	4.347,62	40,58	68,63	4.278,98
49	4.278,98	39,94	69,27	4.209,71
48	4.209,71	39,29	69,92	4.139,79
47	4.139,79	38,64	70,57	4.069,22
46	4.069,22	37,98	71,23	3.997,98
45	3.997,98	37,31	71,90	3.926,09
44	3.926,09	36,64	72,57	3.853,52
43	3.853,52	35,97	73,25	3.780,27
42	3.780,27	35,28	73,93	3.706,34
41	3.706,34	34,59	74,62	3.631,73
40	3.631,73	33,90	75,32	3.556,41
39	3.556,41	33,19	76,02	3.480,39
38	3.480,39	32,48	76,73	3.403,66
37	3.403,66	31,77	77,44	3.326,22
36	3.326,22	31,04	78,17	3.248,05
35	3.248,05	30,32	78,90	3.169,16
34	3.169,16	29,58	79,63	3.089,52
33	3.089,52	28,84	80,38	3.009,15
32	3.009,15	28,09	81,13	2.928,02
31	2.928,02	27,33	81,88	2.846,14
30	2.846,14	26,56	82,65	2.763,49
29	2.763,49	25,79	83,42	2.680,07
28	2.680,07	25,01	84,20	2.595,88
27	2.595,88	24,23	84,98	2.510,89

26	2.510,89	23,43	85,78	2.425,12
25	2.425,12	22,63	86,58	2.338,54
24	2.338,54	21,83	87,39	2.251,15
23	2.251,15	21,01	88,20	2.162,95
22	2.162,95	20,19	89,02	2.073,93
21	2.073,93	19,36	89,85	1.984,07
20	1.984,07	18,52	90,69	1.893,38
19	1.893,38	17,67	91,54	1.801,84
18	1.801,84	16,82	92,39	1.709,45
17	1.709,45	15,95	93,26	1.616,19
16	1.616,19	15,08	94,13	1.522,06
15	1.522,06	14,21	95,01	1.427,06
14	1.427,06	13,32	95,89	1.331,16
13	1.331,16	12,42	96,79	1.234,38
12	1.234,38	11,52	97,69	1.136,69
11	1.136,69	10,61	98,60	1.038,08
10	1.038,08	9,69	99,52	938,56
9	938,56	8,76	100,45	838,11
8	838,11	7,82	101,39	736,72
7	736,72	6,88	102,34	634,39
6	634,39	5,92	103,29	531,09
5	531,09	4,96	104,25	426,84
4	426,84	3,98	105,23	321,61
3	321,61	3,00	106,21	215,40
2	215,40	2,01	107,20	108,20
1	108,20	1,01	108,20	0,00

**ANEXO D**  
**FOTOS DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES**

- **ESTERAS.**

**FOTO N° 1 Esteras**



- **CABALLITOS**

**FOTO N° 2 Caballitos**



- **BARCOS**

**FOTO N° 3 Barcos**



- **AVENTADORES**

**FOTO N° 4 Aventadores**



- **MECEDORAS**

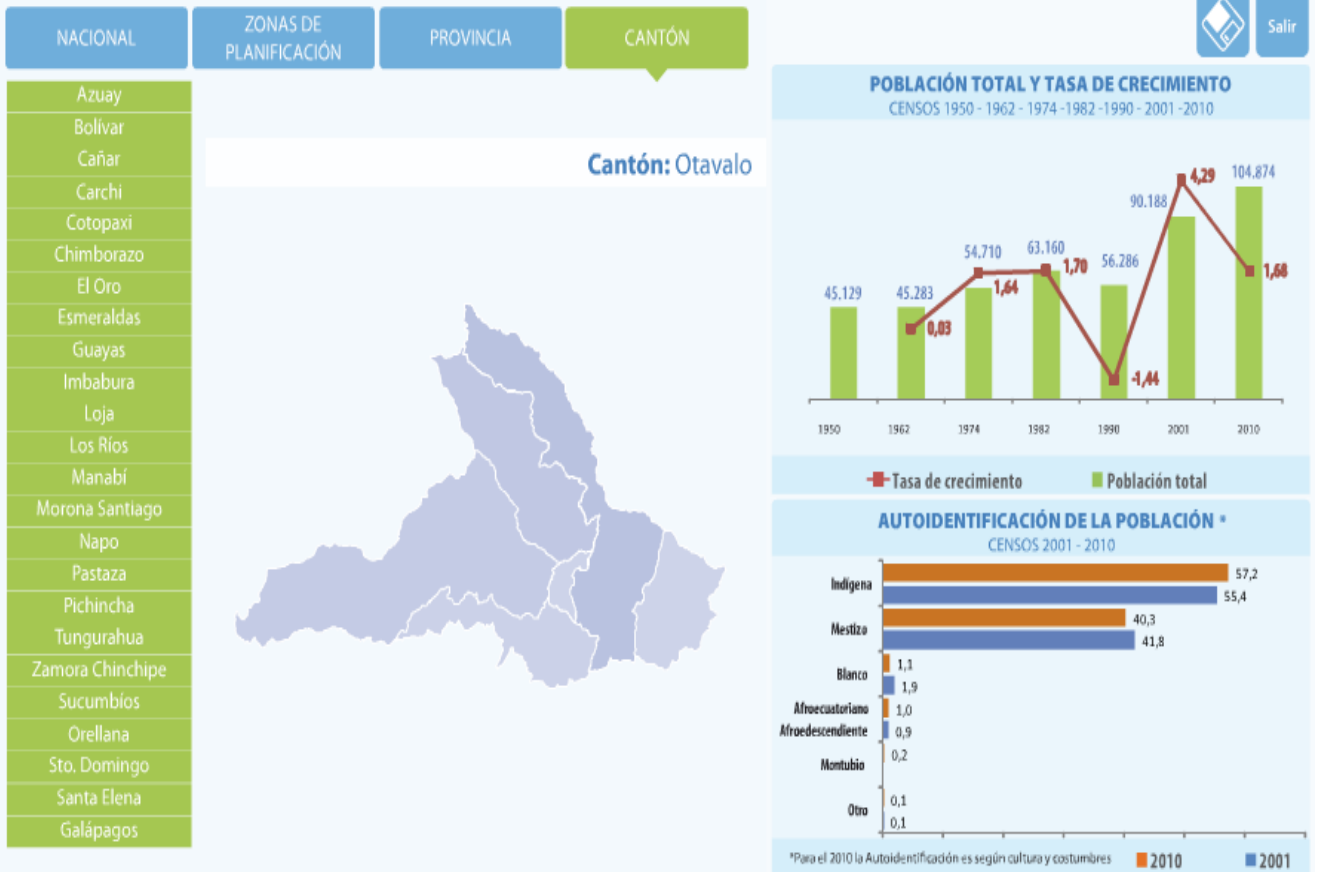
**FOTO N° 5 Mecedoras**



## ANEXO E

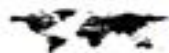
### TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL DE OTAVALO


**Resultados del Censo 2010**
14.483.499
 de habitantes en el Ecuador
 

## ANEXO F

### TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE OTAVALO




Título  
POBLACIÓN DE 10 Y MÁS AÑOS POR CONDICIÓN DE ACTIVIDAD, SEGÚN PROVINCIA, CANTÓN Y PARROQUIA DE EMPADRONAMIENTO Y SEXO

Provincia	Nombre del Cantón OTAVALO	Nombre de la Parroquia DR. MIGUEL F. GARCERAN	Sexo	Condición de Actividad (10 y más años)		
				PFA	PEI	Total
			Hombre	1.191	666	1.759
			Mujer	520	1.073	1.593
			<b>Total</b>	<b>2.114</b>	<b>1.638</b>	<b>3.752</b>
		FLUGNIO ESPINO (CAI PAQUI)		PFA	PEI	Total
			Hombre	1.600	1.029	2.629
			Mujer	1.290	1.704	2.994
			<b>Total</b>	<b>2.890</b>	<b>2.733</b>	<b>5.623</b>
		GONZALEZ SUAREZ		PEA	PEI	Total
			Hombre	1.236	798	2.034
			Mujer	316	1.344	2.290
			<b>Total</b>	<b>2.152</b>	<b>2.142</b>	<b>4.294</b>
		OTAVALO		PEA	PEI	Total
			Hombre	12.662	7.100	19.662
			Mujer	9.886	11.961	21.847
			<b>Total</b>	<b>22.438</b>	<b>19.061</b>	<b>41.499</b>
		PATAQUI		PFA	PEI	Total
			Hombre	88	30	118
			Mujer	40	84	124
			<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>114</b>	<b>242</b>
		SAN JOSE DE GUICHINCHE		PEA	PEI	Total
			Hombre	1.991	1.061	3.052
			Mujer	1.114	2.096	3.212
			<b>Total</b>	<b>3.105</b>	<b>3.157</b>	<b>6.264</b>
		SAN JUAN DE ILUMAN		PEA	PEI	Total
			Hombre	1.956	1.206	3.162
			Mujer	1.266	2.139	3.405
			<b>Total</b>	<b>3.222</b>	<b>3.345</b>	<b>6.567</b>
		SAN PABLO		PEA	PEI	Total
			Hombre	2.010	1.514	3.524
			Mujer	1.600	2.606	4.206
			<b>Total</b>	<b>3.610</b>	<b>4.019</b>	<b>7.629</b>
		SAN RAFAEL		PEA	PEI	Total
			Hombre	1.350	605	1.955
			Mujer	997	1.283	2.280
			<b>Total</b>	<b>2.347</b>	<b>1.888</b>	<b>4.235</b>
		SOLVA ALEGRE		PEA	PEI	Total
			Hombre	460	202	662
			Mujer	117	438	515
			<b>Total</b>	<b>577</b>	<b>640</b>	<b>1.217</b>
		<b>Total</b>		PEA	PEI	Total
			Hombre	24.437	14.110	38.547
			Mujer	18.116	24.629	42.745
			<b>Total</b>	<b>42.553</b>	<b>38.739</b>	<b>81.292</b>

## ANEXO G

### POBLACIÓN Y TASAS DE CRECIMIENTO INTERCENSAL DE 2010-2001-1990 POR SEXO, SEGÚN PARROQUIAS

[www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)  
[www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)  
 ECUADOR CUENTA CON EL INEC



**POBLACIÓN Y TASAS DE CRECIMIENTO INTERCENSAL DE 2010-2001-1990 POR SEXO, SEGÚN PARROQUIAS**

Código	Nombre de parroquia	2010			Tasa de Crecimiento Anual 2001-2010		
		Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
	Nacional	7,177,683	7,305,816	14,483,499	1.96%	1.93%	1.95%
100353	IMANTAG	2,424	2,517	4,941	0.38%	0.92%	0.65%
100354	PEÑAHERRERA	850	794	1,644	-2.47%	-1.84%	-2.17%
100355	PLAZA GUTIERREZ	260	236	496	-3.43%	-2.63%	-3.06%
100356	QUIROGA	3,210	3,244	6,454	1.84%	1.47%	1.65%
100357	6 DE JULIO DE CUELLAJE	936	844	1,780	-0.79%	-0.69%	-0.74%
100358	VACAS GALINDO (EL CHURO)	395	303	698	-1.96%	-2.37%	-2.14%
100450	OTAVALO	50,446	54,428	104,874	1.96%	1.99%	1.98%
100451	DR. MIGUEL EGAS CABEZAS	2,344	2,539	4,883	1.93%	1.29%	1.59%
100452	EUGENIO ESPEJO (CALPAQUI)	3,499	3,858	7,357	2.21%	2.30%	2.26%
100453	GONZALEZ SUAREZ	2,753	2,877	5,630	0.85%	0.43%	0.63%
100454	PATAQUI	128	141	269	-2.82%	-3.55%	-3.21%
100455	SAN JOSE DE QUICHINCHE	4,142	4,334	8,476	1.38%	1.88%	1.63%
100456	SAN JUAN DE ILUMAN	4,186	4,398	8,584	1.95%	1.88%	1.92%



## **ANEXO H**

### **LUGARES DONDE SE DA LA TOTORA**

#### **LAGO SAN PABLO**



#### **GUAYTACAMA PERTENECIENTE A LATACUNGA**



## LAGUNA YAHUARCOCHA



## LAGO TITICACA



## ANEXO I

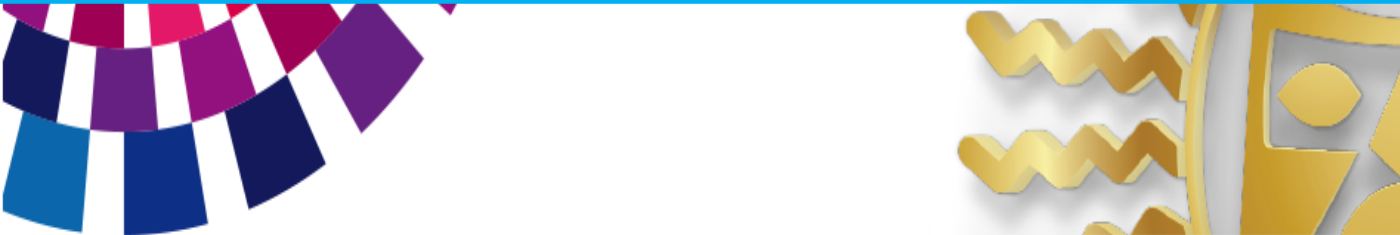
### RELACIÓN DE INGRESOS-EGRESOS

<b>Ingresos</b>	<b>Egresos</b>
45000.00	43469.87
54000.00	50438.10
64800.00	57396.32
92016.00	68926.20
110419.20	78830.78

<b>Ingresos Actualizados</b>	<b>Egresos Actualizados</b>
40852.01	39462.92
44503.64	41568.13
48481.68	42942.44
62498.11	46815.31
68084.62	48607.16
<b>264420.06</b>	<b>219395.95</b>

## ANEXO J

### BANCO CENTRAL INFLACIÓN, TASA PASIVA.



[Inicio](#) | [Transparencia](#) | [Comunicación](#) | [Contacto](#)

Búsqueda

#### TICKER

▶ <a href="#">Deuda Externa Pública como % del PIB (Septiembre 2013):</a>	<a href="#">13.90%</a>
▶ <a href="#">Inflación Anual (Diciembre-2013/Diciembre-2012):</a>	<a href="#">2.70%</a>
▶ <a href="#">Inflación Mensual (Diciembre-31-2013):</a>	<a href="#">0.20%</a>
▶ <a href="#">Tasa de Desempleo a Diciembre-31-2013:</a>	<a href="#">4.86%</a>
▶ <a href="#">Tasa de interés activa (enero/14):</a>	<a href="#">8.17%</a>
▶ <a href="#">Tasa de interés pasiva (enero/14):</a>	<a href="#">4.53%</a>
▶ <a href="#">Barril Petróleo (WTI 28-Ene-14):</a>	<a href="#">96.68USD</a>
▶ <a href="#">Índice Dow Jones (27-Ene-2014):</a>	<a href="#">15837.88</a>
▶ <a href="#">Riesgo País (28-Ene-2014):</a>	<a href="#">592.00</a>

#### SÍNTESIS MACROECONÓMICA

- Estadísticas Económicas
- Mercados Financieros

---

#### PUBLICACIONES

- Nuevas Publicaciones
- Publicaciones de Banca Central

---

#### INDICADORES

- Indicadores Económicos

## ANEXO K

### INFORMACIÓN DIARIO DEL NORTE

Home - OTAVALO - Crónica Urbana - Casi dos mil personas sin empleo en Otavalo

# Casi dos mil personas sin empleo en Otavalo

Ratio: 00000 / 0

Votar Malo      Bueno

Categoría: Crónica Urbana Publicado el Miércoles, 24 Abril 2013 00:47 Escrito por : Visto: 587



OTAVALO. Desde hace dos meses, Herman Páez, mueblero y constructor de profesión, se dirige desde su hogar, ubicado en el barrio [Santa Anita](#), oriente de la ciudad, hasta el parque central en busca de alguien que requiera de sus servicios, pues no tiene [trabajo](#) fijo todo este tiempo.

**Solo un ejemplo.** Esta es solo una historia que se repite en las decenas de personas que llegan hasta este lugar cada inicio de semana. Algunos de los obreros que se reúnen en este sitio se encuentran [buscando trabajo](#) hasta por tres meses y han sobrevivido este tiempo realizando trabajos temporales conocidos como 'chauchas'.

**Estadísticas.** La Población Económicamente Activa (PEA), según el último censo de población en la [provincia](#) de Imbabura asciende a 168 mil 734 personas, de los cuales el 59,41% son hombres y el 40,59% son mujeres. De estos 161 mil 752 personas están dentro de la población ocupada y 6982 son población desocupada. Ibarra tiene el mayor porcentaje de PEA con el 47%, seguido del Cantón Otavalo con el 25%.

**Trabajo.** La construcción, está en el quinto lugar en la distribución de las ocupaciones de la PEA con el 7,11% del total. 10 mil 545 personas, hasta el 2010 realizaban este tipo de trabajos.

**Situación.** Las personas que llegan hasta el parque central de la ciudad en busca de trabajo vienen de distintos puntos de la ciudad. Todos provienen de barrios periféricos y de comunidades cercanas a la urbe. La mayoría se endeuda en electrodomésticos y muchos de ellos no tienen casa propia, así lo confirmó José Espinoza, quien lleva un mes desempleado.

**Opinión.** "Somos explotados. Nos pagan poco por más días de trabajo. Los únicos [beneficiados](#) son los extranjeros que trabajan por cualquier monto", asegura Sixto Mozo, albañil que desde hace un mes viene hasta aquí semana tras semana y no consigue trabajo.

## ANEXO L

### INCREMENTO SALARIAL



EL PRIMER DIARIO EN LINEA DE AMÉRICA DEL SUR. EN LA RED DESDE 1994

Inicio Actualidad Deportes Negocios Metrópoli Internacional Multimedia Opinión Entretenimiento

#### Correa anuncia el incremento salarial de \$22 en 2014 tras larga explicación matemática

Publicado el 29/Diciembre/2013 | 00:40

[Pulse aquí para escuchar la noticia](#)



**Para el cálculo se tomó en cuenta la inflación proyectada y la productividad**

Una vez más, el desacuerdo entre empresarios y trabajadores sobre el alza salarial la resolvió el Gobierno. Desde el próximo año, el salario básico será de \$340,

anunció el presidente Rafael Correa en su sabatina, realizada en Monte Sinaí.

Tras una larga explicación económica-matemática, que le llevó más de 15 minutos de su intervención en la sabatina de ayer, Correa finalmente concretó el alza que toma en cuenta una inflación anual de 3,2%, que corresponde a \$10,18, y un crecimiento de la productividad en la economía de 3,73% que es de \$ 11,54, lo que da 6,33%, es decir, \$22 para llegar a los \$340 en 2014.

"El Código del Trabajo -dijo el presidente Correa- nos dice que el salario tiene que ajustarse de acuerdo a la inflación proyectada, que este año fue mayor que la inflación real. Los precios subieron menos de lo proyectado y el salario fue mayor".

El martes pasado en la reunión del Consejo Nacional de Salarios (Conades), pese a que los representantes de empresarios y trabajadores mostraron su disposición para llegar a un acuerdo, no lo hubo.

Los empresarios planteaban un incremento de 5,4%, lo que significaba un aumento de \$17. Por su parte, los trabajadores plantearon un aumento del 10,6%, es decir, \$33.

Según Correa, faltó poco para el acuerdo. "Por fin, con base en la técnica y en la responsabilidad social de los empleados y empleadores, se puede llegar a un acuerdo".

Además, Correa anunció que el salario de la dignidad se estableció en \$397. Esto implica que toda empresa debe pagar esa cifra a sus trabajadores, antes de repartir utilidades.

"Este salario básico es mayor que el de muchas economías de desarrollo relativo más alto que Ecuador", manifestó Correa y añadió que estará por encima que los básicos de Brasil y de los vecinos Colombia y Perú.

Al cierre de este año, según el Ejecutivo, es posible consumir la canasta básica con el ingreso familiar. "Vamos a acabar el año con un ingreso familiar que representa el 104% de la canasta familiar. Se prevé que este aumento afecte a un 18% de la población económicamente activa. (DAR-AM)

## ANEXO M

### PUNTO DE EQUILIBRIO ESTERAS

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	33.000,00	39.600,00	47.520,00	67.392,00	80.870,40
Costos Fijos	504,94	1.567,43	3.540,41	11.441,71	15.756,13
<b>Costos Variables</b>	<b>17.627,86</b>	<b>21.053,85</b>	<b>24.933,41</b>	<b>32.150,49</b>	<b>38.185,88</b>
<b>Punto de Equilibrio en (dólares)</b>	<b>1.083,98</b>	<b>3.346,79</b>	<b>7.448,69</b>	<b>21.879,88</b>	<b>29.851,68</b>
<b>Punto de Equilibrio en (artesanías)</b>	<b>197</b>	<b>609</b>	<b>1.354</b>	<b>3.366</b>	<b>4.593</b>

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013

A través de la siguiente fórmula se determina que esta es la cantidad que debe ser de ventas para no ganar ni perder.

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Y}}$$

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Punto de equilibrio	1.083,98	3.346,79	7.448,69	21.879,88	29.851,68

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013

$$CV = \frac{CVT}{n}$$

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Costo de ventas	2.94	2.92	2.89	3.10	3.07

Elaborado por: Enríquez Karen, 2013

A través esta fórmula se determina que, está es la cantidad de artesanías que se debe comercializar no ganar ni perder.

$$PE UN = \frac{CF}{pr - cv}$$

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Punto de equilibrio en unidades.	197	609	1.354	3.366	4.593

Elaborado por: Enríquez Karen, 2013

### PUNTO DE EQUILIBRIO CABALLITOS

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	12.000,00	14.400,00	17.280,00	24.624,00	29.548,80
Costos Fijos	504,94	1.567,43	3.540,41	11.441,71	15.756,13
<b>Costos Variables</b>	7.877,86	9.353,85	10.893,41	13.617,69	15.946,52
<b>Punto de Equilibrio en (dólares)</b>	1.469,94	4.472,91	9.579,19	25.598,11	34.227,71
<b>Punto de Equilibrio en (artesanías)</b>	73	559	1.197	2.695	3.603

Elaborado por: Enríquez Karen, 2013

A través de la siguiente formula se determina que esta es la cantidad que debe ser de ventas para no ganar ni perder.

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Y}}$$

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Punto de equilibrio	1.469,94	4.472,91	9.579,19	25.598,11	34.227,71

Elaborado por: Enríquez Karen. 2013



$$CV = \frac{CVT}{n}$$

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Costo de ventas	1.05	5.20	5.04	5.25	5.13

Elaborado por: Enríquez Karen, 2013

A través esta fórmula se determina que, está es la cantidad de artesanías que se debe comercializar no ganar ni perder.

$$PE UN = \frac{CF}{pr - cv}$$

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Punto de equilibrio en unidades.	73	559	1.197	2.695	3.603

Elaborado por: Enríquez Karen, 2013