



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
DE GOBIERNOS SECCIONALES

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UN CENTRO ARTESANAL EN EL PARQUE DE LA
MEGAFUNA DE LA CIUDAD DE BOLÍVAR,
PROVINCIA DEL CARCHI.”**

**PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS
SECCIONALES.**

AUTORA: RUIZ, Mariela

DIRECTOR: Econ. CORRALES, Manuel

Ibarra, abril 2014

RESUMEN EJECUTIVO

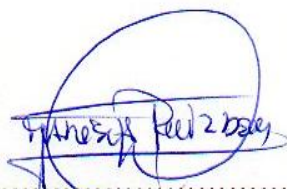
El estudio de factibilidad para la creación de un centro artesanal en el parque de la mega fauna de la ciudad de Bolívar, provincia del Carchi, nace con la expectativa de impulsar el autoempleo a través del emprendimiento de moradores del sector, y de esta manera mejorar la situación económica de las familias bolivarenses. El trabajo de investigación inicia con un diagnóstico situacional para identificar problemas sociales-económicos, y evidenciar estrategias de desarrollo; tiene una fundamentación teórica para dar sostenibilidad a la propuesta; en el estudio de mercado se aplica una encuesta, en la cual se determina una demanda potencial en la que los turistas estarían comprando las artesanías producidas por el centro; en el estudio técnico de ingeniería del proyecto se establece una inversión a través de créditos bancarios; el estudio económico, se espera una vez que estén los productos en el mercado un crecimiento anual, teniendo una proyección de venta para el primer año, lo que determina el costo promedio ponderado una tasa de rentabilidad; en lo referente a la estructura organizacional se determina un orgánico funcional para la parte directiva, administrativa, operativa que permita al centro artesanal realizar las tareas de planificación, ejecución, control y seguimiento del proceso de producción de las artesanías. El proyecto es factible el cual generará impactos: económicos, sociales, culturales, comerciales de cuatro puntos en una escala de uno a cinco, esto significará redimensionar la capacidad de emprendimiento, la autoestima y liderazgo de los habitantes del cantón Bolívar.

EXECUTIVE SUMMARY

The study feasibility for the creation of an artisan center in the mega fauna Bolivar park, Carchi province, was founded with the expectation of promoting self-employment through entrepreneurship of residents of the sector and thereby improve Bolivar families' economic situation. The research begins with a situational diagnosis to identify social-economic problems, and demonstrate developing strategies; it has a theoretical basis to give sustainability to the proposal; in market research is applied a survey, in which is determined a potential request where tourists would be buying handicrafts produced by the center; in the engineering technical survey of the project is established through bank loans; the economic study, is expected once the products are in the market an annual growth, taking sales projection for the first year, which determines the weighted average cost profitability rate; regarding to the organizational structure is determined an organic functional of the managing, administrative, and operational part , that allows to the craft center to perform the task of the planning, execution, control and monitoring of the production process of handicrafts. The project is feasible which will generate economic, social, cultural, commercial impacts in four points on a scale of one to five; this will mean to resize the capacity of entrepreneurship, self-esteem, and leadership of the citizens in the Bolívar canton.

AUTORÍA

Yo Gladys Mariela Ruiz Noguera, portadora de la cédula de ciudadanía, Nro. 040085914-6 declaro bajo juramento que el presente trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentada para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



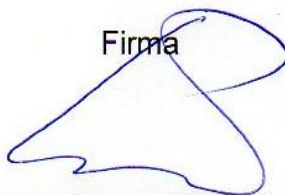
GLADYS MARIELA RUIZ NOGUERA
C.C. 040085914-6

INFORME DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada Mariela Ruíz Noguera, para optar por el título de Ingeniera en Administración Pública de los Gobiernos Seccionales cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL EN EL PARQUE DE LA MEGAFUNA DE LA CIUDAD DE BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI.”**. 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 7 días de abril del 2014

Firma



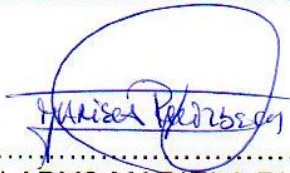
Econ. Manuel Corrales

C.C. N° 100081192-5

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

Yo, RUIZ NOGUERA GLADYS MARIELA con cédula de identidad N° 040085914-6, respectivamente manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra de trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL EN EL PARQUE DE LA MEGAFUNA DE LA CIUDAD DE BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”** que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE LOS GOBIERNOS SECCIONALES**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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



.....
GLADYS MARIELA RUIZ NOGUERA
C.C. 040085914-6

Ibarra a 7 días del mes de abril del 2014

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 dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040085914-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	GLADYS MARIELA RUIZ NOGUERA		
DIRECCIÓN:	El Ángel. Calle: Abraham Herrera 755 y Quiroga		
EMAIL:	gmaryruiz@yahoo.com		
TELÉFONO FIJO:	2977-556	TELÉFONO MÓVIL:	0993500320

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL EN EL PARQUE DE LA MEGAFUNA DE LA CIUDAD DE BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”
AUTOR (A):	GLADYS MARIELA RUIZ NOGUERA
FECHA:	2014 – abril – 07
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTAN:	INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE LOS GOBIERNOS SECCIONALES
ASESOR /DIRECTOR:	Eco. Manuel Corrales

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **RUIZ NOGUERA GLADYS MARIELA**, con cédula de ciudadanía Nro. 040085914-6, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos 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 son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 7 días del mes de abril del 2014

AUTORA:

Firma: 
Nombre: Gladys Mariela Ruiz Noguera
C.C.: 040085914-6

ACEPTACIÓN:

Firma: 
Nombre: Ing. Betty Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica Del Norte, en la persona del Señor Rector, al Eco. Manuel Corrales asesor de tesis, a los maestros y personal administrativos de la FACAE, quienes de una manera profesional contribuyeron en la formación académica, la misma que servirá para aportar de una manera propositiva, a mejorar el servicio en el GAD Municipal del cantón Bolívar.

DEDICATORIA

A Dios por la sabiduría y perseverancia para seguir adelante; a mis padres por darme la vida; a mis tres hijos: Héctor Luis, Jhonny Samir y Roberth Danilo por su amor, paciencia, y comprensión, motivadores constantes para seguir los estudios universitarios; a mi nietito Héctor Israel, angelito que desde el cielo será el guía de la superación continua; a mi esposo amigo y compañero, quien impulsó la continuación de los estudios de pregrado.

La autora: Gladys Mariela Ruiz Noguera

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
AGRADECIMIENTO	ix
DEDICATORIA	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE CUADROS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvii
ÍNDICE DE TABLAS	xviii
PRESENTACIÓN	19
INTRODUCCIÓN	21
JUSTIFICACIÓN	
OBJETIVO GENERAL	22
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
CAPÍTULO I	
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	23
Antecedentes	
Objetivos del diagnóstico	24
Variables e indicadores	25
Matriz de relación diagnóstica	27
Identificación de la población	29
Determinación del tamaño de la muestra	
Diseño de instrumentos de investigación	30

Análisis de los factores externos macroambiente	
Análisis de los factores internos – microambiente	33
Construcción de la matriz AOOD	47
Identificación de la oportunidad de la inversión	
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	49
La empresa	
La microempresa	50
Producción	51
El turismo	55
La comercialización	56
Artesanías	58
Centro artesanal	60
Estructura administrativa	61
Estudio de mercado	
Estudio técnico	66
Estudio económico	68
Técnicas de evaluación financiera	70
Impactos	75
CAPÍTULO III	
ESTUDIO DE MERCADO	76
Presentación	
Identificación del producto o servicio	77
Objetivos del estudio de mercado	79
Matriz de estudio de mercado	80
Población y muestra	81
El mercado potencial	
Segmento de mercado	82
Identificación de la demanda	
Identificación de la oferta	93

Balance de oferta y demanda	94
Capacidad a cubrir por parte del centro artesanal	
Análisis de precios	95
Análisis de la competencia	96
Sensibilidad del estudio	
Comercialización de los productos del centro artesanal	
Conclusiones del estudio de mercado	100
CAPÍTULO IV	
ESTUDIO TÉCNICO DE INGENIERÍA DEL PROYECTO	102
Localización del proyecto	
Ubicación de la planta	104
Flujo grama del proceso	107
Proceso de elaboración	110
Presupuesto técnico	114
Talento humano requerido	116
Tamaño del proyecto	117
Seguimiento y monitoreo	119
CAPÍTULO V	
ESTUDIO TÉCNICO	120
Inversión	
Determinación de ingresos	122
Determinación de egresos	123
Establecimiento del Estado de Situación Inicial	129
Estado de Resultados	130
Flujo de caja proyectado con protección	131
Análisis financiero	132
Cálculo del costo de oportunidad	
Valor actual neto (VAN)	133
Tasa interna de retorno (TIR)	134
Beneficio costo	136

Período de recuperación de la inversión	137
CAPÍTULO VI	
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	140
Nombre de la empresa	
Factores organizacionales	143
Administración	144
Organigrama estructural	
Manual de funciones	145
Descripción de funciones	
Aspectos legales	152
CAPÍTULO VII	
IMPACTOS	155
Impacto económico	
Impacto social	157
Impacto cultural	158
Impacto comercial	160
Impacto total	161
CONCLUSIONES	162
RECOMENDACIONES	163
BIBLIOGRAFÍA	164
LINCOGRAFÍA	165
ANEXOS	166

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N. 1 Matriz de relación diagnóstica	27
Cuadro N. 2 Categoría ocupacional del cantón Bolívar	31
Cuadro N. 3 Matriz AOOD	47
Cuadro N. 4 Atractivos Jerarquizados	55
Cuadro N. 5 Matriz de relación	80
Cuadro N. 6 Unidades demandadas	84
Cuadro N. 7 Demanda real actual	87
Cuadro N. 8. Demanda proyectada	93
Cuadro N. 9 Balance de oferta y demanda	94
Cuadro N. 10 Capacidad a cubrir por el centro artesanal	94
Cuadro N. 11 Precio referencial	95
Cuadro N. 12 Precio proyectado	95
Cuadro N. 13 Costo unitario pulseras	111
Cuadro N. 14 Costo unitario llaveros	112
Cuadro N. 15 Costo unitario de cartera	112
Cuadro N. 16 Costo unitario de figura de animales	113
Cuadro N. 17 Costo unitario de bisutería	114
Cuadro N. 18 Inversión del proyecto	115
Cuadro N. 19 Financiamiento de la inversión	116
Cuadro N. 20 Rendimiento del proyecto	117
Cuadro N. 21 Inversión del proyecto	121
Cuadro N. 22 Determinación de los ingresos	122
Cuadro N. 23 Costo de producción	123
Cuadro N. 24 Sueldo real mensual	124
Cuadro N. 25 Sueldo administrativo	124
Cuadro N. 26 Remuneración mensual	125
Cuadro N. 27 Sueldo operativo	125
Cuadro N. 28 Resumen pago de personal	125
Cuadro N. 29 Gasto depreciación	125
Cuadro N. 30 Gasto suministros de oficina y limpieza	126

Cuadro N. 31 Gasto servicios básicos	126
Cuadro N. 32 Resumen gasto administrativo y operativo	127
Cuadro N. 33 Gasto de ventas	127
Cuadro N. 34 Resumen de gasto de ventas	127
Cuadro N. 35 Tabla de amortización del préstamo	128
Cuadro N. 36 Gasto interés y capital	128
Cuadro N. 37 Estado de situación inicial	129
Cuadro N. 38 Estado de resultados	130
Cuadro N. 39 Flujo de caja	131
Cuadro N. 40 Ponderación del costo de capital	132
Cuadro N. 41 Tasa interna de retorno	134
Cuadro N. 42 Beneficio – costo	136
Cuadro N. 43 Beneficio – costo	136
Cuadro N. 44 Flujos actualizados	137
Cuadro N. 45 Período de recuperación de la inversión	137
Cuadro N. 46 Datos de los costos fijos y variables	138
Cuadro N. 47 Punto de equilibrio por producto artesanal	139
Cuadro N. 48 Resumen de los indicadores económicos	139
Cuadro N. 49 Impacto económico	156
Cuadro N. 50 Impacto social	157
Cuadro N. 51 Impacto cultural	159
Cuadro N 52 Impacto comercial	160
Cuadro N 53 Impacto total	161

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N. 1 Tipo de actividad artesanal	33
Gráfico N. 2 Acceso a créditos	34
Gráfico N. 3 Capacitación en la actividad	35
Gráfico N. 4 Beneficio de las políticas en desarrollo local	36
Gráfico N. 5 Artesano calificado	37
Gráfico N. 6 Trabajo en equipo	38
Gráfico N. 7 Actitud emprendedora	39
Gráfico N. 8 Apoyo a la actividad productiva de gobiernos locales	40
Gráfico N. 9 Nivel de aceptación de creación de centro artesanal	41
Gráfico N. 10 Artesanía	83
Gráfico N. 11 Aspectos esenciales del producto	84
Gráfico N. 12 Medios de difusión	85
Gráfico N. 13 Precios	86
Gráfico N. 14 Canales de distribución	87
Gráfico N. 15 Promoción	88
Gráfico N. 16 Competencia	89
Gráfico N. 17 Intención de compra	90
Gráfico N. 18 Frecuencia de compra	91
Gráfico N. 19 Artesanía preferida	92
Gráfico N. 20 Rótulo	99
Gráfico N. 21 Centro Artesanal Bolivariana	100
Gráfico N. 22 Macrolocalización	102
Gráfico N. 23 Vista frontal y lateral del centro artesanal	105
Gráfico N. 24 Distribución de planta vista interna	106
Gráfico N. 25 Diagrama de bloque para producir las artesanías	108
Gráfico N. 26 Diagrama de flujo para producir las artesanías	109
Gráfico N. 27 Pulseras	111
Gráfico N. 28 Llaveros	112
Gráfico N. 29 Carteras	113
Gráfico N. 30 Organigrama estructural	144

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N. 1 Tipo de actividad artesanal	33
Tabla N. 2 Acceso a créditos	34
Tabla N. 3 Capacitación en la actividad artesanal	35
Tabla N. 4 Beneficios de las políticas públicas en desarrollo local	36
Tabla N. 5 Artesano calificado	37
Tabla N. 6 Aplicación de trabajo en equipo	38
Tabla N. 7 Actitud emprendedora	39
Tabla N. 8 Apoyo a la productividad del gobierno cantonal	40
Tabla N. 9 Creación de un Centro Artesanal	41
Tabla N. 10 Artesanía	83
Tabla N. 11 Aspectos esenciales del producto	84
Tabla N. 12 Medios de comunicación de preferencia	85
Tabla N. 13 Precios estimados	86
Tabla N. 14 Canales de distribución	87
Tabla N. 15 Promoción	88
Tabla N. 16 Competencia	89
Tabla N. 17 Intención de compra	90
Tabla N. 18 Frecuencia de compra	91
Tabla N. 19 Artesanías de preferencia	92

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N. 1 Forma de comercialización	98
--	----

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado se estableció tomando en cuenta siete capítulos, descritos de la siguiente manera:

- En el Capítulo I se realizó un Diagnóstico Situacional, detallando información sobre el cantón Bolívar, permitiendo establecer las circunstancias actuales de la producción y comercialización artesanal, de esta manera se determinó la necesidad de emprender este proyecto, que pueda proporcionar fuentes de trabajo y por ende el mejoramiento de la calidad de vida en la ciudad.
- El Capítulo II que se refiere a las Bases Teóricas-Científicas es un detalle minucioso de una serie de aspectos contables, administrativos, financieros, artesanales, entre otros; los cuales fueron analizados y captados de textos relacionados a la producción y comercialización de artesanías, los mismos que han facilitado la comprensión del presente estudio para llevar adelante la actividad del centro artesanal.
- En el Capítulo III se realizó técnicamente un Estudio de Mercado permitiendo determinar el número promedio de los posibles consumidores potenciales (turistas locales, nacionales e internacionales) en el cantón Bolívar; es decir se estableció los niveles de oferta y demanda, y por ende la demanda insatisfecha y la cantidad de producción, así como también, se estableció la comercialización a aplicarse para lograr posicionar el producto en el mercado.
- En el capítulo IV se detalla paso a paso el Estudio Técnico de ingeniería del Proyecto que ha tenido un papel importante en la elaboración de esta investigación, ya que se ha logrado determinar

entre otros aspectos, el tamaño del proyecto, su ubicación, sus procesos, su infraestructura física, las inversiones fijas y diferidas, el capital de trabajo, el financiamiento y su talento humano, permitiéndole así al centro artesanal ofrecer un producto óptimo y rentable.

- El Capítulo V está orientado a realizar un Estudio Económico del Proyecto, en el cual se detalla la inversión y la proyección a cinco años del nivel de ingresos y egresos que se generará, también se logra establecer el superávit o utilidad del proyecto, y con la aplicación de criterios de evaluación financiera se ha logrado establecer la factibilidad de este proyecto.
- En el Capítulo VI se determina la Estructura Organizacional, aspectos legales de constitución del centro artesanal, su misión y visión en la ciudad, sus objetivos organizacionales, su orgánico estructural y funcional permitiendo determinar las funciones y las políticas para el normal funcionamiento del centro artesanal propuesto.
- Finalmente se concluye este trabajo con el Capítulo VII que es un análisis de los Impactos que generará la ejecución del presente proyecto, se ha considerado impactos en los campos económico, social, cultural y comercial, con el único afán de establecer el impacto total que tendrá en la en el cantón Bolívar.

INTRODUCCIÓN

JUSTIFICACIÓN

La presencia de fuentes de trabajo tradicional basada únicamente en la agricultura y pequeños negocios limita al crecimiento socio-económico de la población Bolivarenses. El apareamiento de fuentes de trabajo alternativo mediante la capacitación de sus habitantes para a futuro crear un centro artesanal que posibilite elevar, a artesanías toda la riqueza del cantón y la provincia, y pueda promocionar al país y el mundo la creatividad y potencialidad artesanal del sector, creará confianza en la gente, liderazgo cooperativo y campo ocupacional, que de una u otra forma mejorará la economía de las familias de la zona.

Los beneficiarios directos son los habitantes del barrio de la mega fauna, la ciudad de Bolívar, específicamente las organizaciones que se involucren en el desarrollo de la presente propuesta, con la cual, se tendrá la posibilidad de abrir fuentes de trabajo y mejorar la calidad de vida; de igual manera pueden ser beneficiadas las instituciones educativas que mediante la elaboración de las artesanías pueden incorporar modelos gráficos de la zona al proceso de enseñanza para desarrollar creatividad y psicomotricidad en la niñez y juventud, contribuyendo también al fortalecimiento cultural y de la identidad Bolivarenses. En general todos los habitantes de la ciudad de Bolívar y su periferia, los turistas que visitan el parque de la mega fauna dinamizarán la economía local y por ende tendrá un efecto multiplicador en todas las actividades ciudadanas del sector.

Con el presente estudio de factibilidad se pretende buscar una alternativa de vida para los habitantes del cantón Bolívar, viabilizando de esta manera un sistema económico solidario para el desarrollo sustentable de los pobladores. Estos procesos de emprendimiento fomentarán fuentes de trabajo alternativo posibilitando la disminución de la pobreza.

Finalmente el estudio de factibilidad permitirá a mediano y largo plazo conocer los resultados de la creación del centro artesanal para su debida instalación, y despertar en el Gobierno Municipal la iniciativa para impulsar la ejecución del estudio de factibilidad.

OBJETIVO GENERAL

- Realizar el estudio de factibilidad para la creación de un centro artesanal, en el parque de la mega fauna de la ciudad de Bolívar, provincia del Carchi, para impulsar el emprendimiento local de sus habitantes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional de los habitantes de la ciudad de Bolívar, para buscar alternativas de desarrollo.
- Elaborar el marco teórico que sustente la viabilidad de la presente propuesta.
- Efectuar el estudio de mercado para determinar si es viable la creación del centro artesanal.
- Estructurar un estudio técnico que permita determinar la localización, el tamaño y la infraestructura civil, los procesos productivos, la inversión y talento humano.
- Realizar un estudio financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto a ejecutarse.
- Diseñar la organización estructural y funcional del proyecto.
- Establecer los posibles impactos que tendrá el proyecto investigativo en los ámbitos económico, social, cultural y comercial.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

El cantón Bolívar se localiza en la provincia del Carchi a 70 Km de la capital provincial Tulcán, corresponde a un grupo de 6 cantones de la provincia. En el territorio de Bolívar habitan cerca de 14.347 personas de las cuales el 80% vive el sector rural. Económicamente la población de Bolívar depende la producción agropecuaria para cubrir sus necesidades vitales.

En los últimos años el cantón Bolívar, según el Plan de Desarrollo presenta varios problemas, entre los más significativos se tiene: la cobertura de servicios básicos como el alcantarillado a nivel rural es incipiente, las tasas de desnutrición y enfermedades infantiles son elevadas, escasa cantidad y baja calidad del agua potable y riego, los habitantes viven de la agricultura bajo modelos de producción de subsistencia, y ausencia de actividades productivas alternativas lo que determina la baja calidad de vida de los habitantes.

El cantón Bolívar tiene como mecanismo principal incluir en la economía regional y nacional a la producción y comercialización y transporte de productos agropecuarios (cebolla, arveja, zanahoria, tomate, leche, quesos artesanales...) el sistema de comercialización de los productos agropecuarios como parte estructural de las condiciones de empleo en la zona se debe a un complejo tejido que parte desde los pequeños productores/comercializadores hasta los grandes comerciantes. En las zonas más lejanas del cantón, cierto sector de la población (productores)

procura trasladar sus productos al mercado mayorista de la ciudad de Bolívar, teniendo una gran afluencia de comerciantes y productores no solo del cantón Bolívar sino de la provincia del Carchi y del país.

Estas actividades de producción, comercialización y transporte están muy ligadas, y como se puede notar concentran a un importante porcentaje de la población económicamente activa del cantón y la provincia, tejiendo una importante red de relaciones socio comercial que no se las aprovecha por la población Bolivareense.

Por otro lado, actividades como el comercio formal e informal, los restaurantes, servicios personales y sociales normalmente se concentran en las áreas urbanas del cantón, esto es en la ciudad de Bolívar. Todo este proceso convencional productivo en el cantón hasta el momento ha sido el único sustento familiar; esta necesidad ha despertado en los habitantes la iniciativa de buscar nuevas formas de sustento, como la crianza de animales para combinar lo agrícola con lo pecuario, pensando básicamente en la seguridad alimentaria y en la venta de los excedentes para mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón Bolívar.

Con este antecedente se iniciará el estudio situacional para determinar alternativas de desarrollo local y productivo a través de la posibilidad de crear una microempresa artesanal en el parque de la mega fauna, la misma que posibilitará mejorar las condiciones de vida de los habitantes.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. Objetivo General

- Realizar el diagnóstico situacional en el sector urbano de la ciudad de Bolívar, para buscar alternativas de desarrollo de los habitantes.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar los principales problemas sociales y económicos existentes en este cantón.
- Evidenciar las estrategias de desarrollo que se aplican en el medio
- Analizar la disponibilidad de mano de obra en el sector urbano del cantón Bolívar
- Conocer los sistemas de producción y organización en el área urbana del cantón Bolívar

1.3. VARIABLES E INDICADORES

1.3.1. Integración Social y Económica

- a) Problemas sociales
- b) Actividades productivas
- c) Fuentes de empleo y subempleo
- d) Gobiernos cantonales y provinciales
- e) Escasos recursos designados por parte de los Gobiernos de turno
- f) Desinterés de la empresa privada

1.3.2. Desarrollo Local

- a) Proyectos productivos
- b) Acceso a créditos
- c) Organizaciones Jurídicas
- d) Participación ciudadana
- e) Instituciones involucradas en el desarrollo local
- f) Capacitación
- g) Políticas Públicas de desarrollo local
- h) Programas de Gobierno

1.3.3. Talento Humano

- a) Profesional calificado
- b) Nivel educativo muy bajo
- c) Capacitación
- d) Jornada laboral
- e) Trabajo en equipo
- f) Actitud de emprender
- g) Autoestima

1.3.4. Producción y Organización

- a) Sistemas de producción
- b) Microempresas
- c) Deficiente apoyo a la productividad
- d) Debilidad de las organizaciones
- e) Desintegración de asociaciones

1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro N. 1: Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLE	ASPECTO-INDICADOR	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Identificar los principales problemas sociales y económicos existentes en este cantón	Integración Social y Económica	a. Problemas sociales	Primaria	Entrevista	Autoridades seccionales
		b. Actividades productivas	Primaria	Entrevista Encuesta	Autoridades seccionales Artesanos
		c. Fuentes de empleo y subempleo	Primaria	Entrevista	Autoridades seccionales
		d. Gobiernos locales	Primaria	Entrevista	Autoridades seccionales
		e. Gobiernos cantonales y provinciales	Primaria	Entrevista	Autoridades seccionales
		f. Recursos designados por parte de los gobiernos de turno	Primaria	Entrevista	Autoridades seccionales
		g. Desinterés de la empresa privada	Primaria	Entrevista	Autoridades seccionales
Evidenciar las estrategias de desarrollo que se aplican en el medio.	Desarrollo Local	a. Proyectos Productivos	Primaria	Entrevista	Autoridades seccionales
		b. Acceso a créditos	Primaria	Encuesta	Artesanos
		c. Instituciones involucradas en el desarrollo local	Primaria	Entrevista	Autoridades seccionales
		d. Capacitación	Primaria	Encuesta	Artesanos
		e. Políticas Públicas de desarrollo local	Primaria	Encuesta	Artesanos
		f. Programas de Gobierno	Primaria	Entrevista	Autoridades seccionales
		g. Nivel de vida	Primaria	Entrevista	Autoridades seccionales

Analizar la disponibilidad de mano de obra en el sector Urbano del Cantón Bolívar	Talento Humano	a) Profesional calificado b) Nivel educativo c) Capacitación d) Trabajo en equipo e) Actitud de emprendedor	Primaria Primaria Primaria Primaria Primaria	Encuesta Entrevista Encuesta Encuesta Encuesta	Artesanos Autoridades seccionales Artesanos Artesanos Artesanos
Indagar los sistemas de producción que existen en la ciudad de Bolívar	Producción y Organización	a) Microempresas b) Deficiente Apoyo a la productividad c) Creación de centros artesanales d) Debilidad de las Organizaciones	Primaria Primaria Primaria Primaria	Entrevista Encuesta Encuesta Entrevista	Autoridades seccionales Artesanos Artesanos Autoridades seccionales

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

1.5. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para el desarrollo del diagnóstico se tomó en cuenta la información del Instituto Nacional de Estadística y Censo (2010), según sus datos el Cantón Bolívar, se tiene 14.347 habitantes, considerando que el 36,28 % de la población está en el sector urbano, de los cuales 1.915 habitantes se dedican a la actividad artesanal en forma aislada, siendo los beneficiarios directos de la presente propuesta, para lo cual se utilizará la técnica del muestreo.

1.6. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Siendo la población de artesanos del cantón Bolívar mayor a 100 observaciones, se aplicó la siguiente fórmula muestral:

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

En dónde:

n= Es el tamaño de la muestra, es decir, es el número de unidades a determinarse.

N= Representa la población de personas a las cuáles se dirigirá el estudio.

e^2 = Es la varianza estándar, es un valor constante que equivale a 0,25.

Z = Es un valor obtenido mediante niveles de confianza, con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones; el nivel de confianza con el que se trabajará es del 95%, basándonos en la tabla de distribución normal el valor de Z es 1,96

N-1 = Esta corrección se usa para muestras mayores de 100 unidades.

e = Es el límite aceptable de error de muestra, varía entre 0,01 y 0,09 (1% y 9%)

$$n = \frac{(0,96)^2 (0,25) (0,915)}{(0,05)^2 (0,915 - 1) + (0,96)^2 (0,25)}$$

n= 320 artesanos.

1.7. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Información primaria:

Para la presente investigación, se realizó un tipo de encuesta y una entrevista, siendo:

- Encuesta dirigida al sector artesanal del cantón Bolívar (Anexo formulario N. 1)
- Entrevista dirigida a autoridades seccionales del cantón Bolívar (Anexo formulario N. 2)

Información secundaria:

- Libros técnicos de producción y comercialización artesanal.
- Libros técnicos de marketing, mercadeo, servicio al cliente, finanzas y calidad total.
- Internet

1.8. ANÁLISIS DE LOS FACTORES EXTERNOS MACROAMBIENTE

Con la finalidad de conocer la problemática en temas relacionados a la situación socioeconómica del cantón Bolívar, se pudo analizar los siguientes aspectos:

1.8.1 Situación Socioeconómica

Cuadro N. 2 Categoría ocupacional del cantón Bolívar

Categoría de ocupación	Casos	%
Jornalero/a o peón	2.136	37,74 %
Cuenta propia (artesanos)	1.915	33,83 %
Empleado/a u obrero/a privado	476	8,41 %
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	378	6,68 %
No declarado	188	3,32 %
Empleado/a doméstico/a	167	2,95 %
Trabajador nuevo	124	2,19 %
Patrono/a	109	1,93 %
Trabajador/a no remunerado	103	1,82 %
Socio/a	64	1,13 %
Total	5.660	100,00 %

Fuente: INEC, censo de población y vivienda 2010

Elaboración: La Autora

Según el censo de población y vivienda 2010, se deduce que el 79.98% de la población económicamente activa se encuentra entre jornaleros, trabajadores por cuenta propia y obreros privados; el 1.13% como miembro de alguna organización. Estos datos reflejan, que no existen fuentes de trabajo alternativo en la ciudad de Bolívar, y poca capacidad de organización de los habitantes para crear el autoempleo a través de emprendimientos micro empresariales; se puede desprender también que la actividad productiva que moviliza los de porcentajes altos del cuadro N. 2 será la agricultura, la cual dependerá de la productividad y del mercado para dar una supuesta estabilidad laboral.

Además en la presente investigación se puede determinar que la movilidad espacial es uno de los fenómenos más visibles del Cantón Bolívar, la migración y es una de las formas más comunes de movilidad geográfica de la población, los habitantes del cantón han migrado a otras ciudades (Ibarra, Quito) o han salido del país (España, EE.UU.),

especialmente por buscar una mejor educación o en otros casos por un empleo o mejor empleo. Este fenómeno se ha dado especialmente por encontrar un bienestar para las familias, como la educación de los hijos y mejorar los ingresos económicos.

1.8.2 Situación laboral en el cantón

En la parte laboral en el cantón Bolívar, se puede decir que no hay fuentes de empleo privadas directas, las pocas organizaciones de productores y agricultores brindan un apoyo a los agricultores de la zona; las fuentes de trabajo existentes pueden conseguir convenios con empresas para la venta directa de los productos, además se desarrollan proyectos económicos y productivos agropecuarios con actores locales y organizaciones no gubernamentales. Así mismo existe el apoyo de instituciones gubernamentales, las cuales dan capacitación a los agricultores y ganaderos del cantón para ayudarlos a mejorar su producción.

1.8.3 Fuentes de financiamiento que tienen los habitantes de Bolívar

El financiamiento de la actividad productiva proviene principalmente de las fuentes siguientes:

- Recursos propios, se reinvierte una parte de las utilidades anteriores en la producción agropecuaria
- El acceso al crédito, es seguramente la fuente de financiamiento más utilizada en la producción agropecuaria: los bancos, las cooperativas de ahorros y créditos y las cajas de ahorros son las entidades que prestan el dinero.
- Proyectos/empresas, algunas organizaciones o instituciones financian con capital semilla a los productores para iniciar un proyecto.

1.9 ANÁLISIS DE LOS FACTORES INTERNOS- MICROAMBIENTE

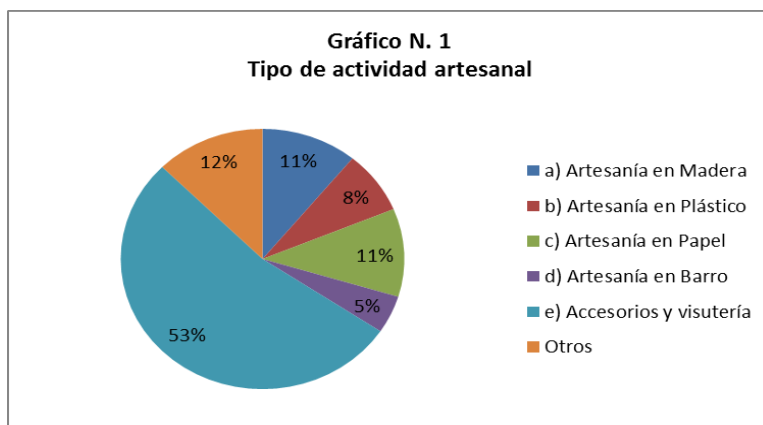
Se ordenó y clasificó la información obtenida aplicando la técnica estadística de tabulación de datos, mediante el sistema de conteo, verificación, frecuencias y análisis en cada una de las preguntas formuladas, así:

1.9.1 Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los artesanos del cantón Bolívar.

1. ¿A qué tipo de actividad artesanal se dedica usted?

Tabla N. 1
Tipo de actividad artesanal

Categoría	f	%
a) Artesanía en Madera	35	11%
b) Artesanía en Plástico	25	8%
c) Artesanía en Papel	35	11%
d) Artesanía en Barro	15	5%
e) Accesorios y bisutería	170	53%
Otros	40	13%
Total	320	100%



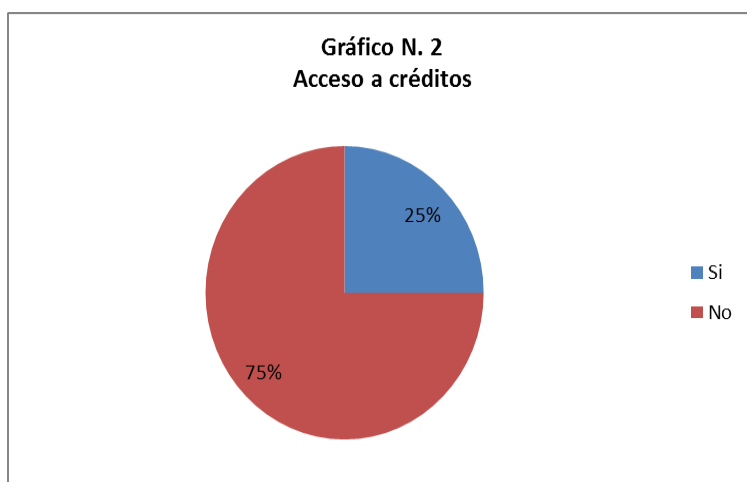
Fuente: Encuestas realizadas
Elaborado por: La autora

Análisis: Las actividades de mayor relevancia resultan ser las artesanías de accesorios y bisutería, al igual que en papel y madera, sin descartar productos elaborados en material reciclado.

2. ¿Existe accesos a créditos para el fomento de empresas a nivel del cantón Bolívar?

Tabla N. 2
Acceso a créditos

Categoría	f	%
Si	80	25%
No	240	75%
Total	320	100%



Fuente: Encuestas realizadas
Elaborado por: La autora

Análisis: Existe un alto porcentaje de encuestados que afirman que no existe el acceso a créditos para el fomento empresarial, lo cual ha estancado mucha de las veces la creación de nuevas empresas.

3. ¿Se le ha capacitado en la actividad que usted actualmente desempeña?

Tabla N. 3
Capacitación en la actividad artesanal

Categoría	f	%
Si	30	9%
No	290	91%
Total	320	100%



Fuente: Encuestas realizadas
Elaborado por: La autora

Análisis: En cuanto a la preparación y mejoramiento de la actividad artesanal, existe un alto porcentaje de encuestados que afirman no haber recibido capacitación en su actividad.

4. ¿Se ha beneficiado de las políticas públicas en relación al desarrollo local en el área productiva?

Tabla N. 4

Beneficios de las políticas públicas en desarrollo local

Categoría	f	%
Si	35	11%
No	285	89%
Total	320	100%



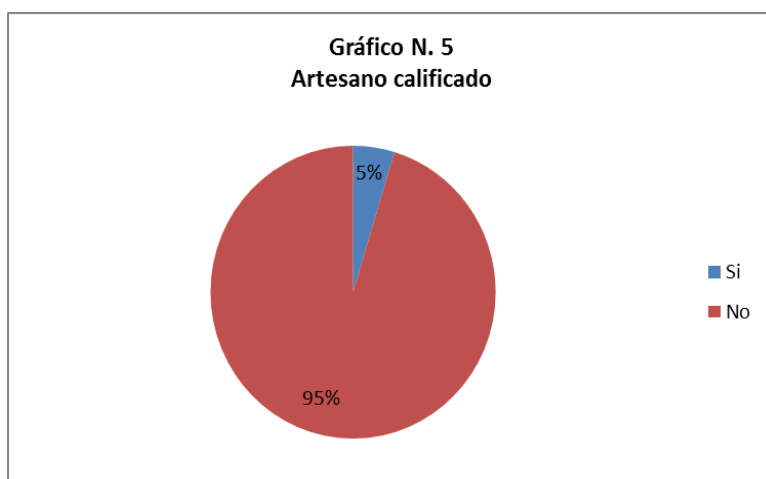
Fuente: Encuestas realizadas
Elaborado por: La autora

Análisis: Afirman un porcentaje considerable de encuestados que no ha existido muchos beneficios de las políticas públicas actuales en torno al desarrollo local.

5. ¿Usted es un artesano calificado?

Tabla N. 5
Artesano calificado

Categoría	f	%
Si	15	5%
No	305	95%
Total	320	100%



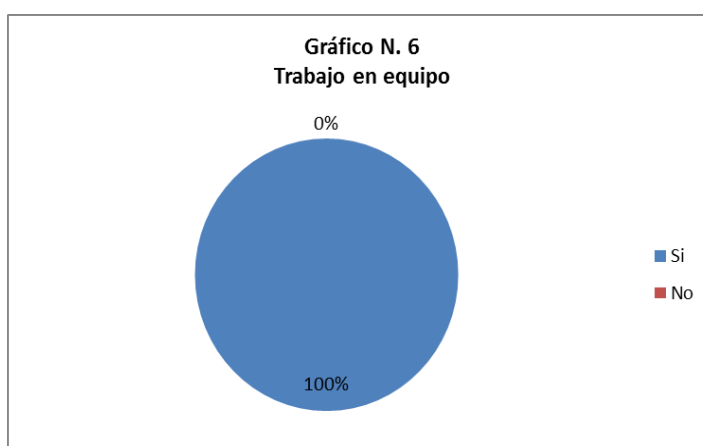
Fuente: Encuestas realizadas
Elaborado por: La autora

Análisis: Existe un alto porcentaje de encuestados que afirman no estar calificados como artesanos, que simplemente su actividad lo aplican por necesidad.

6. ¿En su actividad aplican el trabajo en equipo?

Tabla N. 6
Aplicación de trabajo en equipo

Categoría	f	%
Si	320	100%
No	0	0%
Total	320	100%



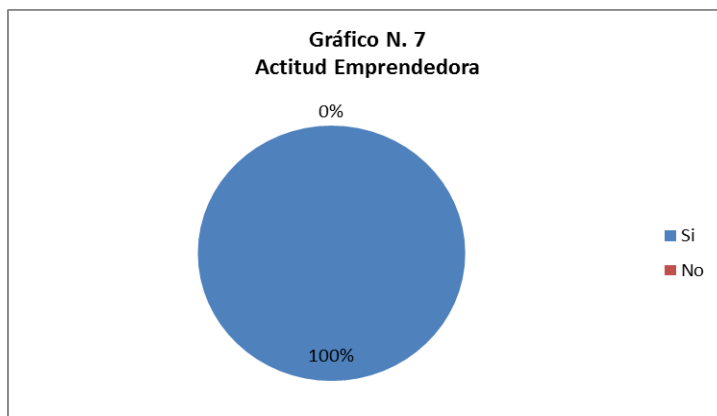
Fuente: Encuestas realizadas
Elaborado por: La autora

Análisis: Los encuestados afirman aplicar en sus actividades el trabajo en equipo para el manejo productivo de sus productos elaborados.

7. ¿Existe actitud emprendedora en su actividad?

Tabla N. 7
Actitud emprendedora

Categoría	f	%
Si	320	100%
No	0	0%
Total	320	100%



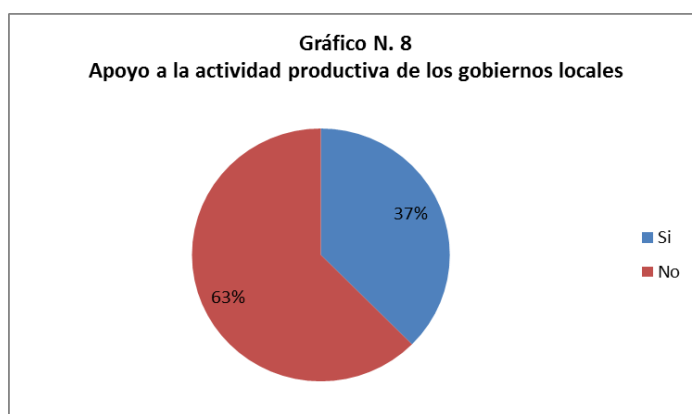
Fuente: Encuestas realizadas
Elaborado por: La autora

Análisis: Los encuestados manifiestan que sus actividades son consideradas emprendedoras por el manejo y la habilidad puesta en sus productos.

8. ¿Existe apoyo a la productividad por parte de los gobiernos seccionales de su cantón?

Tabla N. 8
Apoyo a la productividad del gobierno cantonal

Categoría	f	%
Si	120	38%
No	200	63%
Total	320	100%



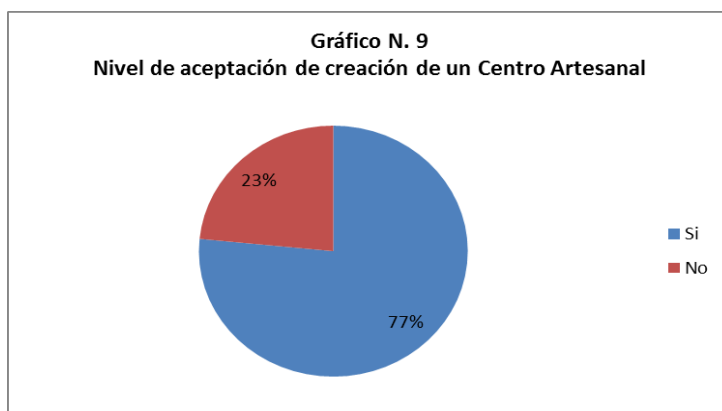
Fuente: Encuestas realizadas
Elaborado por: La autora

Análisis: Los encuestados en cuanto al apoyo recibido por los gobiernos locales en torno a la actividad productiva, manifiestan en su mayor parte no haber recibido.

9. ¿Cree necesario que se cree un Centro Artesanal?

Tabla N. 9
Creación de un Centro Artesanal

Categoría	f	%
Si	245	77%
No	75	23%
Total	320	100%



Fuente: Encuestas realizadas
Elaborado por: La autora

Análisis: Existe un alto porcentaje de aceptación para la creación de un Centro artesanal en el cantón Bolívar por parte de los pequeños artesanos de la zona.

1.9.2 Resultados obtenidos de la entrevista aplicada a autoridades seccionales del cantón Bolívar.

Entrevistado: Lic. Ernesto Hidrobo

Cargo: Alcalde del Cantón Bolívar

1. ¿Qué tipo de problemas a nivel social se ha presentado dentro del cantón Bolívar?

La inseguridad es uno de los graves problemas que afronta el cantón, especialmente en robos, peleas callejeras por el ingreso de personas fuereñas.

2. ¿Qué tipo de actividades productivas se desarrollan en el cantón?

Actividades agrícolas, de comercio de bienes terminados, y actualmente el turismo con la creación del parque Mega fauna.

3. ¿Cómo se encuentran las fuentes de empleo y subempleo en el cantón?

Lamentablemente aún se ha logrado disminuir por falta de recursos para la creación de nuevas formas de generación de empleo.

4. ¿Cómo se hallan organizados los gobiernos locales, cantonales y provinciales?

Todas tienen su propia autonomía, las mismas que de acuerdo a su grado de gobernabilidad, están debidamente organizados de acuerdo a su estructura territorial.

5. ¿Cuál es la situación actual de los recursos asignados por los gobiernos de turno?

Lamentablemente hacen falta más recursos los cuales logran abastecer una parte de las principales obras que requiere el cantón.

6. ¿Existe un interés por parte de la empresa privada en apoyo a los pequeños y medianos productores de la zona?

Las pocas empresas privadas que existen en el cantón han dado su contribución al mejoramiento a los pequeños y medianos productores de la zona, especialmente en el campo agrícola.

7. ¿Existe el apoyo a proyectos productivos?

Se han dado grandes iniciativas a varios proyectos que se han planificado a través del gobierno cantonal, especialmente al fomento agrícola, ganadero, infraestructura vial, mejoramiento de servicios básicos, entre otros.

8. ¿Las tasas de interés afectan a la producción?

Las altas tasas de intereses que cobran los bancos, de hecho, oscilan entre el 20,5% y el 22,5% y son un freno a la producción, por el riesgo que adquiere el agricultor en el caso de mala cosecha, y los bajos precios del producto. No obstante, se tendría que hacer un estudio más completo sobre el tema del acceso a las fuentes de financiamiento y su repercusión sobre los esquemas de producción.

Por otra parte, el alto porcentaje de jornaleros en el cantón y las parroquias puede ser una consecuencia de la dificultad de producir por culpa de las altas tasas de interés; el agricultor prefiere trabajar como mano de obra en vez de invertir en sus propias tierras. Las entrevistas mencionaron como debilidad que la producción al partir (sembrar entre dos personas) es la forma de cultivar que predomina en el territorio, para aminorar los costos de producción.

9. ¿Las líneas de crédito no están adaptadas a la realidad productiva?

Todas las cooperativas confirman que la mayoría de los préstamos son cantidades pequeñas que se dirigen a la compra de insumos

agrícolas: semillas, abonos y químicos. Los préstamos más fuertes corresponden a la compra de materiales y a la compra de terreno.

Se puede concluir que las líneas de créditos no están adaptadas a la realidad productiva; en primer lugar, la mayoría de las formas de reembolso se hacen de forma mensual, trimestral y a veces semestral; el agricultor tiene que empezar a rembolsar una deuda aunque tenga que esperar un mínimo de 4 meses para la cosecha de un cultivo de ciclo corto. Esta situación empeora cuando tiene que rembolsar el capital y los intereses cada mes; algunas cooperativas son más flexibles y proponen un reembolso del préstamo al flujo de producción, en este caso, el agricultor paga los intereses mensualmente y el capital cuando cosecha su producción.

En segundo lugar, las líneas de créditos tienen un plazo máximo de reembolso a 5 años (créditos hipotecarios), es muy difícil y hasta imposible para un agricultor implementar un proyecto de inversión a mediano plazo como por ejemplo la plantación de cultivos permanentes (aguacates o cítricos) que se demoran en producir. En general, cualquier proyecto que no será rentable a corto plazo y que solicita una inversión inicial importante no se podrá realizar con las líneas de créditos propuestas por las cooperativas, estos proyectos pueden ser la compra de materiales post cosecha para mejorar la calidad de los productos cosechados, implementación de una pequeña industria, compra de maquinarias para facilitar el trabajo, etc.

Finalmente, no existen líneas de crédito que incentiven a los jóvenes y demás personas que quieren implementar proyectos innovadores como el artesanal, cultivos especiales, agricultura orgánica, etc.

Hay que añadir también que en el proceso de investigación, se identificó que los jóvenes migran en tiempo de sequía, es una consecuencia de la falta de empleos y de la dificultad para invertir.

10. ¿Qué instituciones se han involucrado en el desarrollo local?

Empresa privada y empresa pública, tales como productoras de bienes, Gobierno local, el MIES, el INFA, Ministerio de Turismo, Obras públicas, entre otras.

11. ¿Qué programas de gobierno existen a futuro para el desarrollo del cantón?

Mejoramiento de vías de acceso, creación de parques, camal municipal, Implementación de seguridad, entre otros.

12. ¿Comente acerca de la educación en el cantón Bolívar?

El cantón cuenta con Educación Inicial, Básica y Bachillerato. Existen las escuelas y colegios necesarios, sin embargo es notorio que la infraestructura educativa es insuficiente, siendo necesaria la remodelación de todos los centros educativos y sus instalaciones complementarias (canchas deportivas, comedores...); por otra parte la infraestructura recreativa es inexistente o muy deficiente, carecen de salones de usos múltiples en colegios y escuelas; la carencia de bibliotecas en los centros educativos merma la capacidad de documentación de apoyo para la formación de los y las estudiantes.

13. ¿Nivel de vida que tienen los habitantes del cantón Bolívar?

La pobreza y extrema pobreza en la que viven gran parte de la población, son factores estructurales que deben ser atendidos en un esfuerzo común entre los diferentes niveles de gobiernos, desde el gobierno nacional hasta el gobierno local, pasando por prefectura y ministerios, en concordancia con las políticas del gobierno central que impulsa el Plan de Desarrollo del Buen Vivir. Para ello hace falta una

buena coordinación entre las diferentes instituciones públicas y las diferentes esferas de gobierno, elemento en el que se detecta un mal funcionamiento en este momento.

14. ¿Se ha dado el impulso a la formación de microempresas?

A través del MIPRO, se han desarrollado algunos eventos de formación micro empresarial con el apoyo del gobierno local.

15. ¿Las pequeñas y medianas organizaciones productivas en el cantón como se encuentran actualmente?

En los sectores aledaños del cantón, existen ciertas organizaciones debidamente estructuradas, que se encuentran fomentando la productividad de sus productos, implementando programas de producción técnica y manejo comercial de sus productos.

1.10 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR

Cuadro N. 3 Matriz AOR

Aliados	Oponentes
a. Gobiernos Autónomos Descentralizados Cantonales y Parroquiales b. Organizaciones del Cantón Bolívar c. Profesionales del sector d. Asociación de Emprendedores por el Futuro de Bolívar involucrada en el desarrollo de esta propuesta e. Tiendas y supermercados	a. Intereses Políticos b. Falsos líderes c. La Competencia d. Monopolio e. Falta de Infraestructura Productiva
Oportunidades	Riesgos
a. Generación de fuentes de trabajo b. Aprovechar las políticas de Gobierno c. Convenios con los GADs y Ministerios d. Gestión de recursos ante ONGs e. Los turistas	a. Injerencia Política b. Sistema Jurídico c. Mano de obra no calificada d. Incumplimiento de convenios e. No existencia de planes de contingencia

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

1.11 IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

El cantón Bolívar, de acuerdo al diagnóstico efectuado, presenta diversas oportunidades, en cuanto a líneas productivas se refiere, las mismas que de acuerdo a los objetivos, políticas y lineamientos del Plan Nacional del Buen Vivir (específicamente el número 10), hace referencia al impulso a la matriz productiva, en donde el cantón

Bolívar presentan diversas formas de turismo, siendo una de ellas el Parque Mega fauna, las pequeñas artesanías elaboradas por diversas familias del lugar sin ser aún explotadas, proyectos de mejoramiento de vías, obras de infraestructura auspiciados por los gobiernos locales y Ministerios para mejorar la imagen de la ciudad, al igual que los Organismos No gubernamentales al poner un grano de arena en mejorar las condiciones de vida de sus pobladores, todo esto ha contribuido a que se generen recursos que tienen que ser aprovechados para activar el aparato productivo del lugar y contribuyan a mejorar sus ingresos.

En base a este análisis, se puede establecer que es necesario la creación de un Centro Artesanal en el Parque Mega fauna en la ciudad de Bolívar de la provincia del Carchi.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 LA EMPRESA

(GARCÍA DEL JUNCO & CASANUEVA ROCHA, Gestión Empresarial, 2008), definen la empresa como: “una entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados” (Pág. 3)

El autor lo define como aquella unidad que se encuentra integrada por recursos que interactúan entre sí, a fin de generar nuevos productos o servicios.

2.1.1. Tipos de Empresa

Realizando un análisis general de lo que son las empresas, se tiene las siguientes:

2.1.1.1 Según el sector de su actividad

- Empresas del Sector Primario. (mineras, pesqueras, agrícolas, ganaderas y forestales). También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza.
- Empresas del Sector Secundario o Industrial. (Conservas, Maquinaria Siderometalúrgica).- Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima obtenida en el sector primario.
- Empresas del Sector Terciario o de Servicios. (Transporte, Bancos, Comercio, Seguros, Hotelería, Educación, Asesorías). Incluye a las

empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales.

2.1.1.2 Según el tamaño

a) Grandes Empresas.

Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.

b) Medianas Empresas.

Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.

c) Pequeñas Empresas.

Con un número reducido de empleados. La definición legal de “pequeña” a menudo varía según el país y la industria, pero en general es de menos de 100 empleados. Estas empresas normalmente independientes y de propiedad privada, de asociaciones, o de un solo propietario

2.2 LA MICROEMPRESA

(BRAVO VALDIVIESO, 2007); manifiesta que “La microempresa es una asociación de personas que operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores,

obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir los costos fijos, variables y gastos de fabricación” (Pág. 17)

En la sociedad ecuatoriana, existe un tipo de iniciativa que pareciera ser más estable o por lo menos no transitoria, las cuales son emprendidas por personas generalmente de escasos recursos.

Estas iniciativas denominadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han encontrado motivados por la situación de desempleo, para complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar las habilidades y destrezas con las que se cuentan.

2.3 PRODUCCIÓN

Según (CARBALLAL DEL RÍO, 2008); afirma “La producción es el proceso mediante el cual la empresa transforma un conjunto de factores de producción en un producto cuyo valor debe ser mayor que la suma de los valores de los factores utilizados (lógicamente, si el valor fuese igual o menor, la actividad de la empresa no tendría ningún sentido). Hay diferentes maneras de organizar la producción. Pensemos por ejemplo en una empresa constructora, cuyos productos son los edificios que construye. Los principales factores de producción son la maquinaria utilizada, los materiales de construcción y el trabajo de arquitectos, técnicos, operarios, etc.” (Pág. 26)

Es el nivel de actividad que se puede alcanzar con una estructura productiva dada. El estudio de la producción es fundamental para la gestión empresarial, ya que permite analizar el grado de uso que se hace de cada uno de los recursos en la organización y así tener oportunidad de optimizar los procesos productivos.

2.3.1 Costos de producción

(ROSSETTI, José, 2010); expresa “Se define usualmente a la producción como la creación de utilidad, entendiendo por tal “la capacidad de un bien o de un servicio para satisfacer una necesidad humana”. Esta definición es demasiado amplia para tener gran

contenido específico. Pero por otra parte establece sin lugar a dudas que la producción abarca una amplia gama de actividades y no sólo la fabricación de bienes materiales. La prestación de servicios legales, la elaboración de un libro, la exhibición de una película, el manejo de una cuenta bancaria, son ejemplos de la producción. Es difícil precisar los insumos que se utilizan en la producción de las actividades enumeradas con anterioridad; aunque la mayor parte de nosotros diría que para prestar estos servicios se requiere alguna clase de habilidad técnica e intelectual” (Pág. 25)

Por esta razón, si bien la producción, en sentido amplio, se refiere a la creación de cualquier bien o servicio que la gente puede adquirir, el concepto de la producción resulta más claro cuando hablamos sólo de bienes. En esta situación es más fácil precisar los insumos e identificar la cantidad y calidad de la producción. Para producir una tonelada de trigo se necesita una temperatura y precipitación pluvial adecuada, una cantidad de tierra cultivable, semillas, fertilizantes, la participación de equipo agrícola, como son arados, discos y tractores, además el trabajo del hombre.

2.3.2 La producción en el cantón Bolívar

(GAD Bolívar, 2011); dice, “En el ámbito productivo, el cantón Bolívar tiene un gran potencial de diversidad agropecuaria gracias a sus diferentes pisos climáticos. En general, los cultivos de ciclos cortos predominan siendo la cebolla (cultivo emblemático del cantón), el fréjol, el maíz y la arveja los principales” (Pág. 15)

Uno de los factores importantes para el cultivo permanente de estos productos, son los siguientes:

- La presencia del mercado mayorista ha influido de forma positiva sobre la producción de cebolla, arveja y fréjol.

- Las nuevas variedades de fréjol y los convenios de venta directa a la empresa Nutrivital, han fomentado la producción de este cultivo; además, la cadena productiva de fréjol es altamente organizada.
- El cambio climático permite a los agricultores sembrar arveja y cebolla en sectores altos.
- La papa se encuentra más exclusivamente en la parroquia Bolívar. El incremento de la producción se debe al aumento de la demanda de las variedades Capiro y Única que tienen una gran demanda de parte de los industriales. De la misma manera la producción de papas se exporta a Venezuela en pocas cantidades.

Para lograr que el cantón Bolívar incorpore a la actividad productiva el turismo y sea considerado un destino turístico en el norte del país, se requiere de personal técnico especializado en el gobierno municipal; esto llevaría que el 60% de los atractivos asciendan a categoría III. (Plan de desarrollo territorial Municipio de Bolívar 2011)

2.3.3 Código de la producción

Es importante considerar que para el proceso productivo de una microempresa se tiene que tomar en cuenta las políticas existentes en este país; de ésta dependerá para fortalecer cualquier actividad productiva y para este caso se analiza el Código de la Producción.

a) Del rol del estado en el desarrollo productivo

Según el (MIPRO, 2010).- dice “El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado. (Art. 5)

Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:

1. La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión de los servicios básicos necesarios, para potenciar las vocaciones productivas de los territorios y el talento humano de las ecuatorianas y ecuatorianos. El Estado establecerá como objetivo nacional el alcance de una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la economía popular y solidaria, mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción;
2. El desarrollo productivo de sectores con fuertes externalidades positivas a fin de incrementar el nivel general de productividad y las competencias para la innovación de toda la economía, a través del fortalecimiento de la institucionalidad que establece este Código;
3. La profundización del acceso al financiamiento de todos los actores productivos, a través de adecuados incentivos y regulación al sistema financiero privado, público y popular y solidario, así como del impulso y desarrollo de la banca pública destinada al servicio del desarrollo productivo del país;
4. La mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva;
5. Un desarrollo logístico y de infraestructura que potencie la transformación productiva, para lo que el Estado generará las condiciones para promover la eficiencia del transporte marítimo, aéreo y terrestre, bajo un enfoque integral y una operación de carácter multimodal;
6. La producción sostenible a través de la implementación de tecnologías y prácticas de producción limpia; y,

Así como lo determina la Ley, es responsabilidad de las instituciones de las instituciones del estado impulsar la producción, especialmente por parte de los GADs; los cuáles lo pueden hacer mediante iniciativa propia o por medio de convenios.

2.4 EL TURISMO

El (MINISTERIO DE TURISMO, 2011) dice, “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos,” (Pág. 25)

Las modalidades turísticas son categorías que sólo apuntan a subrayar que las motivaciones de algunos turistas están más enfocadas en un tema que otro. El cantón Bolívar tiene un buen potencial para desarrollar modalidades de turismo rural, cultural y de aventura.

Los atractivos que conformen posibles rutas a mediano y largo plazo, deberán en lo posterior ser evaluados en un estudio de inventario más profundo. En el cuadro siguiente se presenta un resumen de los atractivos que conformarán la ruta a corto plazo (8 años como horizonte) y sus jerarquías.

Cuadro N. 4 Atractivos Jerarquizados

Nombre del atractivo	Jerarquía
Colección Paleontológica	II
Fiesta del Señor de la Buena Esperanza	III
Vivero las Orquídeas	II
Mirador de Yascón	I
La Encañada	II

Fuente: Inventario MINTUR

Elaboración: La Autora

Los atractivos señalados constituyen una ruta turística, los mismos que impulsados a corto o largo plazo se constituirán en el pilar fundamental de

reactivación económica productiva del cantón Bolívar, principalmente en el sector artesanal de la zona.

2.5 LA COMERCIALIZACIÓN

(MUÑIZ GONZÁLEZ, 2010), lo define: “La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.” (Pág. 63)

La Comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor.

2.5.1 Importancia de la comercialización

La comercialización es una de las piezas más importantes que el negocio necesita ser tratado, con la atención cuidadosa y pensamientos proactivos. La comercialización del negocio ha aumentado con el advenimiento del Internet y del negocio en línea.

Para la comercialización acertada del negocio se necesita desarrollar un plan apropiado de la comercialización del negocio, y después calibrar su funcionamiento para el crecimiento del negocio. Hay muchas cosas que un plan de la comercialización del negocio necesita tratar y estos puntos pueden incluir las siguientes interrogantes:

- ✓ ¿Cuáles son las metas de la comercialización del negocio?
- ✓ ¿Qué metas se han fijado para el negocio?
- ✓ ¿Qué estás mirando para alcanzar con los planes de la comercialización?
- ✓ ¿Cuál es la audiencia?

Estos son los puntos importantes que se necesita saber de antemano, porque describe el alcance y la gama del plan de la comercialización del negocio, permitiendo estar muy claro sobre quién es el público objetivo.

2.5.2 Artesano

Según la (Junta de Defensa del Artesano, 2013), en su Art. N° 1 dice: “Se considera artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente registrado en el Ministerio de Trabajo y Empleo, hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias o materias primas, una cantidad no mayor a la que señala la ley, y que tuviere bajo su dependencia no más de quince operarios y cinco aprendices; pudiendo realizar la comercialización de los artículos que produce su taller. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aun cuando no hubiere invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o no tuviere operarios.”

El artesano puede desarrollar su labor en distintos sectores; hay artesanos que fabrican objetos decorativos, otros producen muebles y algunos hasta trabajan en el ámbito gastronómico. La comida artesanal es aquella que se elabora sin ingredientes artificiales.

El mecanismo más habitual que tienen los artesanos para comercializar sus creaciones es a través de ferias (las ferias de artesanos). Estos espacios, generalmente ubicados al aire libre, albergan puestos de los artesanos que ofrecen sus productos a los visitantes. Los artesanos también pueden vender sus piezas en sus propios talleres, en la calle o en locales comerciales (aunque ésta última opción es menos frecuente dado el costo del alquiler o del mantenimiento).

2.5.3 Calificación del Artesano

(Junta de Defensa del Artesano, 2013), define: “los maestros de taller deben solicitar periódicamente a la Junta Nacional de Defensa del Artesano la recalificación artesanal, ya que la no renovación de ésta tiene como consecuencia que los artesanos se desamparen de

la Ley de Defensa del Artesano y por tanto del goce de los beneficios que ésta les concede”.

Para obtener la calificación de un Taller Artesanal, el artesano debe solicitarla al Presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesanos (adquirir el formulario en la Junta)
- Copia del Título Artesanal
- Carnet actualizado del gremio
- Declaración Juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad)
- Foto a color tamaño carnet
- Tipo de sangre
- En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior

2.6 ARTESANÍAS

2.6.1 Generalidades

(CENTRO DE DESAROLLO ARTESANAL CEDART, 2010); lo define: “La artesanía comprende, básicamente, obras y trabajos realizados manualmente y con poca o nula intervención de maquinaria, habitualmente son objetos decorativos o de uso común. Quien se dedica a esta actividad se le denomina artesano. Algunos instrumentos como el telar se usan para crear prendas”. (Pág. 45).

La artesanía es la actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes o la prestación de servicios, en las

que predominan el trabajo manual, resultado del conocimiento o habilidad en algún arte u oficio que pueda realizar al artesanos en su domicilio o fuera de él, pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en las características distintivas en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético.

2.6.2 Tipos de artesanías

2.6.2.1 Artesanía indígena

Es la producción de bienes útiles, rituales y estéticos condicionados directamente por el medio ambiente, que constituyen expresión material de la cultura con unidad étnica para satisfacer necesidades sociales, este conocimiento es transmitido directamente a través de generaciones.

2.6.2.2 Artesanía tradicional popular

Es la producción de objetos resultantes de la fusión de dos culturas la europea criolla, elaboradas por el pueblo en forma anónima, con dominio completo del material con elementos predominantes de la región, constituyéndose en expresión fundamental de su cultura y factor de identidad de la comunidad.

2.6.2.3 Artesanía contemporánea o neo artesanía.

Es la producción de objetos útiles y estéticos dentro del marco de los oficios y en cuyo proceso sincronizan elementos técnicos procedentes de otros contextos socioculturales tiene una característica de transición hacia la tecnología moderna.

2.6.3 Clasificación de la artesanía

Los maestros de taller deben solicitar periódicamente a la Junta Nacional de Defensa del Artesano la recalificación artesanal, la no renovación de ésta tiene como consecuencia que los artesanos se desamparen de la Ley de Defensa del Artesano y por tanto del goce de los beneficios que ésta les concede y se los puede clasificar de la siguiente manera:

2.6.3.1 Artesanía artística

Es la que está destinada a la elaboración de productos estéticos y la obra puede ser contemplada por todos los lados y estos productos son piezas únicas y son de colección.

2.6.3.2 Artesanía utilitaria

Es la que está destinada a la producción de objetos utilitarios como vajillas, etc.

2.6.3.3 Artesanía artística utilitaria.

Son los productos que poseen las cualidades artísticas y son utilizados como adornos.

2.7 CENTRO ARTESANAL

(CENTRO DE DESAROLLO ARTESANAL CEDART, 2010), lo define como: “El área especializada en la exposición y comercialización de artesanías, cuyas instalaciones consisten en una serie de espacios que son asignados a los artesanos para que puedan mostrar y vender sus productos”. (Pág. 36).

A través de la Subdirección de Promoción Artesanal en Ferias y Exposiciones se puede propiciar la participación de los artesanos en los Centros Artesanales, con el propósito de promover la venta directa al

público y que los visitantes conozcan los procesos de elaboración de las artesanías.

2.8 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

(MORALES, Arturo, 2009), lo define: “La organización consiste en proporcionar una estructura formal encaminada al logro de metas específicas; en este caso, al logro de producir y vender los productos y/o servicios que serán fabricados o prestados como resultado del proyecto de inversión.” (Pág. 118)

Una organización es un grupo humano deliberadamente constituido en torno a tareas comunes y en función de la obtención de metas específicas. Para poder alcanzar los propósitos propuestos, partiendo, en la casi totalidad de los casos, de recursos limitados, resulta necesaria la construcción de un esquema o modelo, que permita la interrelación e interacción de sus elementos. La estructura será entonces, la herramienta que le permita a la organización alcanzar sus objetivos.

2.9 ESTUDIO DE MERCADO

(MUÑIZ GONZÁLEZ, 2010); define: “es la recopilación y análisis de la información, en lo que respecta al mundo de la empresa y el mercado, realizados en forma sistemática o expresa, para tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo. (Pág. 3)

El estudio de mercado como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros.

Por otro lado, cabe señalar que los términos estudio de mercado y estudio de marketing suelen ser utilizados de forma indistinta; Sin embargo, en algunos libros se intenta distinguirlos por separado; según esta teoría, los

estudios de mercado estudian propiamente los mercados y son un tipo de estudio de marketing, así como lo son los estudios de publicidad o de consumo.

2.9.1 Tipos de Estudios de Mercado

(MUÑIZ GONZÁLEZ, 2010), determina que: “Los estudios de mercado pueden ser cualitativos o cuantitativos:

- Estudios cualitativos: Se suelen usar al principio del proyecto, cuando se sabe muy poco sobre el tema. Se utilizan entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y la actitud de la gente de forma un tanto desestructurada, permitiendo que los encuestados hablen por sí mismos con sus propias palabras. Los datos resultantes de los métodos cualitativos pueden ser muy ricos y fascinantes, y deben servir como hipótesis para iniciar nuevas investigaciones.
- Estudios cuantitativos: Intentan medir, numerar. Gran parte de los estudios son de este tipo, por ejemplo cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, etcétera; incluso los estudios sobre la actitud y la motivación alcanzan una fase cuantitativa cuando se investiga, cuanta gente asume cierta actitud. Se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia (las encuestas)”. (Pág. 136)

2.9.2 El Proceso del Estudio de Mercado

Se procederá de la siguiente manera:

- a) Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar.

- b) Realización de investigación exploratoria: Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.
- c) Búsqueda de información primaria: Se suele realizar de las siguientes maneras:
- Investigación basada en la observación
 - Entrevistas cualitativas
 - Entrevista grupal
 - Investigación basada en encuestas
 - Investigación experimental
- d) Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio.

2.9.3 La competencia

(MUÑIZ GONZÁLEZ, 2010), dice: “La competencia está integrada por las empresas que actúan en el mismo mercado y realizan la misma función dentro de un mismo grupo de clientes con independencia de la tecnología empleada para ello.” (Pág. 56)

El número de competidores en el área del mercado donde se piense establecer, en relación con el mercado potencial, le dará un indicador de la necesidad de una empresa del giro que usted quiere establecer en esa área. Si las empresas existentes no están proporcionando servicios o productos adecuados, un nuevo competidor habrá de captar una parte sustancial del mercado.

2.9.4 Las cuatro P's

(Dick, 2013); exponen: “Representan las variables mercadológicas, sin embargo, autores recientes han adoptado diferentes estructuras teóricas que cambia las 4"P" tradicionales (Precio, Plaza, Promoción y Producto), tomando en cuenta más aspectos como las personas y los procesos, los cuales poseen aspectos íntegramente administrativos, pero forman parte en las decisiones mercadológicas”. (Pág. 26)

a. **Producto:** Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, o uso que satisfaga una necesidad.

La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

- La cartera de productos
- La diferenciación de productos
- La marca
- La presentación

b. **Precio:** Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.

Es el elemento del mix que se fija más a corto plazo y con el que la empresa puede adaptarse rápidamente según la competencia, coste...; se distingue del resto de los elementos del marketing mix porque es el único que genera ingresos, mientras que los demás elementos generan costes.

Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Los costes de producción, distribución...
- El margen que desea obtener.
- Los elementos del entorno: principalmente la competencia.

- Las estrategias de Marketing adoptadas.
- Los objetivos establecidos.

c. Plaza o Distribución: Elemento del mix que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. Cuatro elementos configuran la política de distribución:

- Canales de distribución. Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
- Planificación de la distribución. La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
- Distribución física. Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
- Merchandising, Técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta.

Cuando hablamos de place es un término en inglés para denominar el lugar, también se maneja en español como la evidencia física del lugar, para el marketing es muy importante llevar al cliente experimentar los 5 sentidos en un lugar de venta como lo son: -olor -color -vista -gusto -tacto

d. Promoción: La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.
- Que se recuerde o se compre la marca/producto.

La comunicación no es sólo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de comunicación son los siguientes:

- La publicidad.
- Las relaciones públicas.
- La venta personal.
- La promoción de ventas.
- El Marketing directo.

2.10 ESTUDIO TÉCNICO

(MORALES, Arturo, 2009), expresa: “Mediante el estudio técnico se determina la mejor localización de las instalaciones, esto es, se debe detectar un sitio que ofrezca todas las características que permitan que el proceso de producción se desarrolle de manera eficiente. Esta etapa también comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (equipo, maquinaria, instalaciones, terrenos, edificios, etc.) que son necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio.” (Pág. 84)

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión, para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

2.10.1 Ingeniería básica

(MORALES, Arturo, 2009), determina que: “la ingeniería del proyecto determina una propuesta de solución a necesidades detectadas en el

ámbito empresarial, social, individual, entre otros, tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- a. Descripción del producto:** La descripción del bien o servicio debe mostrar las especificaciones físicas del producto. Para ello será necesario identificar la materia prima (insumos) que se utilizarán y los procesos tecnológicos necesarios para su fabricación. En el caso de empresas de servicio, también se tiene que describir detalladamente en qué consiste dicho servicio.

- b. Descripción del proceso:** Con este elemento se pretende describir la secuencia de operaciones que llevan al bien a transformarse en un producto terminado. En él se pueden incluir tiempos y requerimientos y para su mejor presentación y entendimiento se sugieren los diagramas de flujo los cuales sirven para mostrar los espacios y la transformación de los materiales hasta llegar a su última presentación”. (Pág. 125).

2.10.2 Determinación del tamaño óptimo del proyecto

(MORALES, Arturo, 2009), menciona: “El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.” (Pág. 108)

En este elemento del estudio técnico se cuantifica la capacidad de producción y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien, por ello se debe tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer a esa demanda.

2.11 ESTUDIO ECONÓMICO

(BESLEY, Brigham, 2009); afirma “El estudio financiero proporciona datos acerca de la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad de la operación del proyecto de inversión, nivel de inventarios requeridos, capital de trabajo, depreciaciones, amortizaciones, sueldos, etc., a fin de identificar con precisión el monto de inversión y los flujos de efectivo que producirá el proyecto en un determinado horizonte.” (Pág. 120)

El estudio o análisis económico - financiero o evaluación económica de un proyecto, es competencia de la investigación de operaciones, de las matemáticas y análisis financieros entre otros. Estas disciplinas se encargan de realizar las evaluaciones económicas de cualquier proyecto de inversión, con la finalidad de determinar la factibilidad o viabilidad económica de un proyecto. Este debe estar concebido desde el punto de vista técnico y debe cumplir con los objetivos que ella se espera. El estudio económico trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere.

2.11.1 Ingreso

(BRAVO, V. Mercedes, 2007); dice: “Constituye la parte operativa o no operativa de una empresa o negocio.” (Pág. 16)

El ingreso es la cantidad de dinero que se le retribuye a una empresa por concepto de sus operaciones y se dice que el ingreso total, es el que proviene de multiplicar las cantidades vendidas por el precio medio de cada unidad. El precio medio es igual al ingreso medio.

2.11.2 Determinación de los costos.

(BRAVO, V. Mercedes, 2007), determina: “El costo consiste la suma de obligaciones en que se incurre una persona física o moral para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere ingresos en el futuro”. (Pág. 20)

Para los proyectos de inversión los costos están divididos en:

- a. Costo de producción.
- b. Costos de administración.
- c. Costos de ventas.
- d. Costos financieros.

Los costos de producción están formados por los elementos que a continuación se enuncian.

- a. Materias primas
- b. Mano de obra directa.
- c. Mano de obra indirecta.
- d. Materiales indirectos.
- e. Costo de insumos.
- f. Costo de mantenimiento.
- g. Cargos por depreciación y amortización.

Los costos de administración, son los provenientes de la actividad administrativa dentro de la empresa; todos los gastos que no pertenezcan directamente a producción o a ventas en una empresa se deben de cargar a los costos de administración y costos generales.

Los costos de ventas, son los costos que se llevan a cargo en el área de la empresa que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el último consumidor.

El costo financiero, son los intereses que deben de pagarse por concepto de préstamos de capital

2.11.3 Inversión

(BESLEY, Brigham, 2009), lo define: “Monto de capital que se le asigna a un proyecto, con la esperanza de que este pueda producir

un bien o servicio útil al ser humano o a la sociedad en general. Para este caso las inversiones buscan un rendimiento monetario atractivo, es decir una ganancia en dinero, pero existen otras inversiones que solo buscan el beneficio social”. (Pág. 56)

La inversión inicial, comprende la adquisición de todos los activos fijos y activos diferidos o intangibles (luz, agua, teléfono, Internet, etc.), que son necesarios para que la empresa inicie sus operaciones, con la excepción del capital de trabajo.

Como las inversiones para el funcionamiento u operación de una empresa deben de realizarse en lapsos de tiempo distintos es muy recomendable establecer un cronograma de inversión, el cual no es más que un diagrama de Gantt, en el que se establecen los tiempos de inicio y fin de las diversas inversiones en que la empresa debe de incurrir para su buen desempeño de operaciones.

2.11.4 Depreciaciones y amortizaciones

(BRAVO, V. Mercedes, 2007), lo define como: “La depreciación consiste en determinar el valor que pierden los bienes con el paso del tiempo y solo se aplica a los activos fijos. Amortización es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión de un activo diferido”. (Págs. 36 y 40)

El motivo de hacer los cargos de depreciación y amortización es recuperar la inversión por vía fiscal, evitando así que la empresa se descapitalice. Al ser cargado un costo sin hacer desembolso se aumentan los costos totales ocasionando pagar menos impuestos y tener mayor dinero en efectivo disponible.

2.12 TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

(ESCALONA, I, 2009), lo define como: “La evaluación financiera se refiere al proceso por el cual se hacen los cálculos necesarios para

determinar si el proyecto es viable desde el punto de vista de la rentabilidad de la inversión". (Pág. 36)

Aunque el concepto desembolso o salida de efectivo incluye la inversión, en el lenguaje utilizado en la evaluación de proyectos se utiliza el término inversión para designar el desembolso importante que se hace al inicio del proyecto. En muchas ocasiones el inicio de un proyecto requiere, compra de activos fijos, inversiones, inventarios o mantener ciertos saldos en efectivo y cuentas por cobrar para mantener la operación esto es la inversión inicial.

2.12.1 Punto de equilibrio

(ESCALONA, I, 2009); define al punto de equilibrio como: "el volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde." (Pág. 45)

El citado autor establece que el punto de equilibrio es el nivel de producción en que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos. Para aplicar este procedimiento es necesario reclasificar los costos y gastos del Estado de Ganancias y Pérdidas de la empresa en dos grupos:

Costos fijos: son los que se causan invariablemente con cualquier nivel de ventas. Por ejemplo, el seguro contra incendio de propiedades, planta y equipo, la depreciación por línea recta, sueldos y prestaciones del personal administrativo.

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

El punto de equilibrio puede calcularse mediante las siguientes fórmulas:

$$PE.Dólares = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{1 - \frac{\text{CostoVariable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE.Unidades = \frac{\text{CostoFijo Total}}{PV_u - CV_u}$$

2.12.2 Valor actual neto (VAN)

(SÁNCHEZ GONZÁLEZ, 2007); manifiesta: “El Valor actual, es la diferencia entre el valor presente de todos los flujos positivos de efectivo futuros menos el valor presente de todos los flujos negativos de efectivo actuales y futuros.” (Pág. 85)

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

Con este método se descuentan todos los flujos de efectivo a valor presente de la inversión inicial, utilizando como tasa de rendimiento requerida por los accionistas y los acreedores de recursos con costo, como el banco, que cobra intereses a la empresa por los recursos que le otorga en préstamo, su fórmula es la siguiente:

$$VAN = -I + \frac{FNE_1}{(1+r)^1} + \frac{FNE_2}{(1+r)^2} + \frac{FNE_3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{FNE_n + VR}{(1+r)^n}$$

De donde: VAN = Valor actual neto

FNE = Flujo neto de efectivo

r = Costo de capital

n = periodo

2.12.3 Tasa interna de retorno (TIR)

(ESCALONA, I, 2009); expresa: “Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial en un proyecto. En otras palabras la TIR es la tasa de descuento que hace que el valor presente neto de una oportunidad de inversión sea igual a cero, debido a que el valor presente de los flujos de efectivo es igual a la inversión inicial.” (Pág. 92)

Este autor define que la Tasa Interna de Retorno es un indicador más conveniente para conocer la factibilidad de una microempresa. Utilizando dos tasas de redescuento arbitrarias que permita conseguir un VAN positivo y otro negativo. Esto posibilitará obtener una Tasa Interna de Retorno.

Denominada tasa Interna de Rendimiento, es la medida más adecuada de la rentabilidad de un proyecto. Evacua el proyecto en función de la única tasa de rendimiento por período con el cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual y su fórmula es la siguiente:

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

De donde: TIR = Tasa interna de retorno

T_i = Tasa inferior

T_s = Tasa superior

VAN T_i = Valor actual neto de la tasa inferior

VAN T_s = Valor actual neto de la tasa superior

Cuando se utiliza la tasa interna de retorno para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Estos criterios garantizan que la empresa ganará al menos el rendimiento requerido tal resultado debe mejorar el valor de mercado de la empresa y por lo tanto la riqueza de sus propietarios.

2.12.4 Beneficio costo

(SÁNCHEZ GONZÁLEZ, 2007); expresa: “Es la relación resultante entre la comparación de los costos incurridos en determinada operación o actividad en un determinado período de tiempo y los beneficios o logros alcanzados, ya sea en términos monetarios para un costo dado o ya por el nivel de beneficios requeridos al costo más bajo. Por tanto este mide el resultado por unidad monetaria, es decir, el valor creado por cada unidad monetaria invertida.” (Pág. 129)

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

El índice Beneficio Costo es el valor actual de los flujos de efectivo previstos divididos por la inversión inicial, el índice de rentabilidad o Costo Beneficio nos permite decidir si aceptamos los proyectos con un índice mayor a 1.

Si el índice de rentabilidad es mayor a 1 el Valor Actual es mayor que la inversión y por ende el proyecto debe tener un Valor Actual positivo, este índice conduce a la misma decisión que el índice de Valor Actual Neto.

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

2.12.5 Período de recuperación

(ESCALONA, I, 2009); menciona: “El período de recuperación es el tiempo requerido para que una empresa recupere su inversión inicial en un proyecto y se calcula a partir de los flujos positivos del efectivo.” (Pág. 125)

Se observa que el autor determina que el período de recuperación es el tiempo necesario para que una inversión genere flujos de efectivo suficientes para recuperar su costo inicial. Cuando se utiliza el período de recuperación para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si el período de recuperación es menor que el período de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto.
- Si el período de recuperación es mayor que el período de recuperación máximo aceptable, se rechaza el proyecto.

2.13 IMPACTOS

(ESCALONA, I, 2009), expresa: “Los impactos son posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificando y cuantificando, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto.” (Pág. 135)

Son los efectos positivos o negativos que puede tener un proyecto al ponerlo en marcha y en cualquiera de los espacios, sean estos en lo social, político, comercial, empresarial, educativo, ambiental, etc. Por lo que se tiene que analizar antes de ejecutarlo.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

La presente investigación, se la realizó en la ciudad de Bolívar a los turistas que visitan diariamente esta ciudad; por un parte, los visitante llegan al Parque de la Mega fauna, que se encuentra ubicado al norte de la ciudad, el mismo que es un lugar en el que se encuentran representaciones de lo que fue esta ciudad hace miles de años; por otra parte los turistas nacionales, extranjeros y locales visitan el Museo Paleontológico que se encuentra en las instalaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar. Para dicha investigación se procedió a determinar el número de visitantes que se tiene cada año tanto en el Parque de la Mega Fauna, como también en el museo, por lo que se procedió a recopilar datos en el Ministerio de Turismo y en el gobierno autónomo descentralizado del cantón.

Este estudio tuvo la finalidad de identificar las principales variables de mercado para la comercialización de artesanías en un centro artesanal en la ciudad de Bolívar, con dichos resultados se pudo determinar la factibilidad que existe en ésta ciudad para comercializar estos productos.

Considerando que el principal objetivo del presente estudio de mercado es conocer las principales variables de mercado en la comercialización de artesanías en el cantón Bolívar, mediante la instalación de un centro artesanal en esta ciudad, el mismo que permitirá mejorar la calidad de vida de los involucrados en la presente propuesta y ofrecer artesanías novedosas y llamativas para los turistas locales, nacionales e internacionales que diariamente visitan los lugares turísticos de este cantón.

Para sustentar técnica y científicamente el presente estudio se recopiló la suficiente información para determinar el número de turistas que visitan cada año los lugares turísticos del cantón, a quienes se aplicará la respectiva encuesta que permitirá obtener los resultados del presente estudio.

3.2 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

3.2.1 Naturaleza y uso de los productos

La artesanía es la actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes o la prestación de servicios, en las que predominan el trabajo manual, resultado del conocimiento o habilidad en algún arte u oficio que pueda realizar el artesano en su domicilio o fuera de él, pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en las características distintivas en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético.

Es la producción de bienes totalmente a mano y con ayuda de herramientas manuales e incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado.

Las manos de los ecuatorianos por historia han tenido una gran magia para crear cosas, ello se siente cuando miramos las hermosas artesanías que van desde lo más simple y variado, hasta complejas creaciones ya sean de barro, madera, cerámica, alambre, cobre, textiles, vidrio, entre otros.

Los productos que sobresalen de acuerdo a la investigación de mercado efectuada, se encuentran:

- Los llaveros

- Pulseras
- Carteras
- Figuras de animales
- Bisuterías

Siendo estos productos los que más demandan la población turística que visita el cantón Bolívar de acuerdo a la encuesta aplicada.

3.2.2 Características del Producto o Servicio

Artesanía se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido -en el que cada pieza es distinta a las demás. La artesanía como actividad material se suele diferenciar del trabajo en serie o industrial.

Con el objeto de definir a la artesanía y distinguirla de la industria, Eutimio Tovar Rodríguez en "La artesanía su importancia económica y social" ha propuesto como definición de artesanía "toda técnica manual creativa, para producir individualmente, bienes y servicios" y por lo tanto ha definido industria como "toda técnica mecánica aplicada, para producir socialmente, bienes y servicios".

Para muchas personas, la artesanía es un término medio entre el diseño y el arte, para otros es una continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética tiene un papel destacado pero el sentido práctico del objeto elaborado es también importante.

Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo coste, con apariencia similar a los productos artesanos, pero con menor precio y calidad.

Por lo que se tiene tres características de artesanía: la artesanía artística que está destinada a la elaboración de productos estéticos y la obra puede ser contemplada por todos los lados y estos productos son piezas únicas y son de colección, la artesanía utilitaria, que es la que está destinada a la producción de objetos utilitarios como vajillas, y las artesanías artísticas utilitarias, que son productos que poseen las cualidades artísticas y son utilizados como adornos.

En este centro artesanal, estarán agrupados, los artesanos que irán fortaleciendo su creatividad y se irán reflejando productos artesanales novedosos y originales con sus respectivas manifestaciones culturales e históricas. Quienes podrán desarrollar las siguientes líneas artesanales: cerámica y alfarería, tejidos en fibra vegetal, tallados en madera, bisutería en general, artesanía amazónica, trabajos en resina, tejidos en hilo, artículos de cuero, estampados, entre otros.

3.3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.3.1 Objetivo General

Establecer el nivel de aceptación que tendrán los productos artesanales producidos y comercializados por los artesanos del cantón Bolívar por parte de los turistas que acuden a este sitio.

3.3.2 Objetivos Específicos

- Establecer el tipo de producto artesanal que demanda el turista.
- Determinar el precio que el turista estaría dispuesto a pagar por el producto artesanal.
- Identificar el canal de comercialización a aplicar según el tipo de mercado.
- Determinar la forma de promoción que requiere el producto artesanal para darse a conocer en el mercado.

3.4 MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO

Cuadro N. 5 Matriz de relación

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	PÚBLICO META
Establecer el tipo de producto artesanal que demanda el turista nacional y extranjero	Producto	Frecuencia de compra Requisitos de compra Preferencia de productos Nivel de aceptación del centro artesanal	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Cuestionario Cuestionario Cuestionario Cuestionario	Turistas Turistas Turistas Turistas
Determinar el precio que el turista estaría dispuesto a pagar por el producto artesanal.	Precio	Precio dispuesto a pagar	Encuesta	Cuestionario	Turistas
Identificar el canal de comercialización a aplicar según el tipo de mercado.	Plaza	Lugar de compra Conocimiento de sitios de venta de artesanías	Encuesta Encuesta	Cuestionario Cuestionario	Turistas Turistas
Determinar la forma de promoción que requiere el producto artesanal para darse a conocer en el mercado.	Promoción	Medios de comunicación Formas de promoción	Encuesta Encuesta	Cuestionario Cuestionario	Turistas Turistas

Elaboración: La autora

3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

EL Ministerio de Turismo y el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Bolívar determinaron que se tiene un número aproximado de 21000 turistas cada año que visitan en especial el parque de la Mega Fauna y los lugares turísticos del sector. Con estos datos se procedió a aplicar una formula técnica, que permitirá determinar una muestra para realizar el levantamiento de información por medio de encuestas.

El grupo objetivo al cual se dirigió el estudio son 21.000 turistas que visitan cada año los lugares turísticos del Cantón.

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

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.25) \cdot (21000)}{(0.05)^2 \cdot (21000 - 1) + (1.96)^2 \cdot (0.25)}$$

$$n = \frac{21000 \cdot 0.25 \cdot 3,8416}{0.0025 \cdot 20999 + 0,0625 \cdot 3,8416}$$

n = 377 Turistas a ser encuestados

Determinada la muestra se procedió a levantar la información en el sector del parque de la Mega fauna, lugar dónde se tiene la presencia masiva de turistas.

3.6 EL MERCADO POTENCIAL

La creación de un Centro artesanal en la ciudad de Bolívar, tendrá una proyección de mercado de los productos dirigida a los más de 110.000 turistas que ingresan por el puente internacional de Rumichaca provenientes de países como Colombia, Estados Unidos, Europa entre otros, 21.000 turistas nacionales provenientes del interior de Ecuador, y 14.000 habitantes del cantón. Población que se constituirán en los potenciales consumidores de las artesanías.

3.6.1 El mercado Objetivo

Con la apertura de un centro artesanal, para la producción y comercialización de artesanías se trabajará como mercado objetivo los turistas nacionales e internacionales que visitan el cantón Bolívar, sin descartar el turismo local (de la misma provincia del Carchi), la misma que aspira a acoger con sus productos no solo turismo receptivo, sino también realizar la entrega del producto a otras provincias norteañas del país.

3.7 SEGMENTO DE MERCADO

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

- a. Los turistas que visitan el parque de la mega fauna, sea de manera intencional o porque están de paso por el sector, quienes podrán adquirir objetos como: bisutería, adornos, llaveros, bolsos, recuerdos, bordados, objetos de cerámica y madera.
- b. Los propietarios de tiendas y supermercados, los mismos que pueden ofertar el producto como complemento a lo que habitualmente comercializan.
- c. Los turistas locales y personas que son de Bolívar y viven en otras ciudades del país.

3.8 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

3.8.1 Demanda Potencial

Realizado el estudio de mercado, mediante el levantamiento de encuestas, se determinó una demanda potencial estimada de 21.000

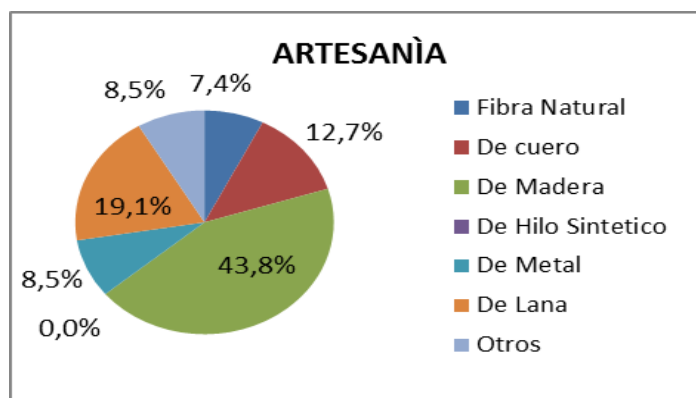
turistas que visitan el cantón Bolívar, y que pueden adquirir algún tipo de artesanía, obteniendo los siguientes resultados:

1. ¿Generalmente de qué tipo de material compraría usted una artesanía?

Tabla N. 10
Tipo de material de Artesanía

Opciones	f	%
Fibra Natural	28	7,4
De cuero	48	12,7
De Madera	165	43,8
De Hilo Sintético	0	0,0
De Metal	32	8,5
De Lana	72	19,1
Otros	32	8,5
TOTAL	377	100

Gráfico N. 10



Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: La Autora

Análisis:

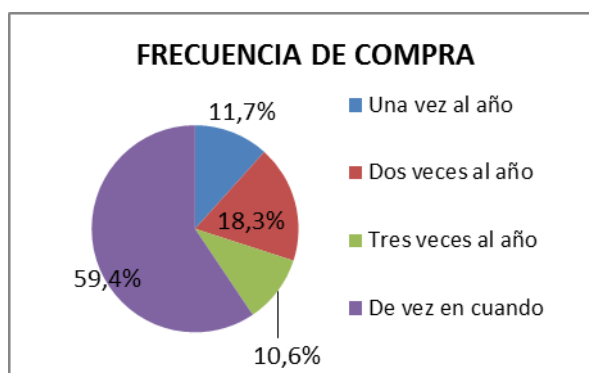
Como se puede ver en las ilustraciones, del estudio realizado en la ciudad de Bolívar; la mayoría de los turistas locales y nacionales dicen que compran artesanías hechas de madera; mientras en similares porcentajes de los posibles consumidores manifiestan que saben comprar artesanías de cuero, de hilo sintético, de metal, de lana y otros materiales que se presenten.

2. ¿Con qué frecuencia adquiere usted una artesanía?

Tabla N. 11
Frecuencia de compra

Opciones	f	%
Una vez al año	44	11,7
Dos veces al año	69	18,3
Tres veces al año	40	10,6
De vez en cuando	224	59,4
TOTAL	377	100

Gráfico N. 11



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado: la Autora

Con esta información se procedió a ponderar el número de turistas que tienen intención de compra de acuerdo a la frecuencia de compra, unidades promedio a adquirir y unidades demandadas, obteniendo los siguientes resultados.

Cuadro N. 6 Unidades demandadas

VARIABLE	FRECUENCIA	%	N. TURISTAS	PROMEDIO	UNIDADES
Una vez al año	44	11,7	1.950	1	1.950
Dos veces al año	69	18,3	3.058	2	6.117
Tres veces al año	40	10,6	1.773	3	5.319
De vez en cuando	224	59,4	9.929	1	9.929
TOTAL	377	100	16.711		23.315

Fuente: Investigación de mercado aplicada al 2012

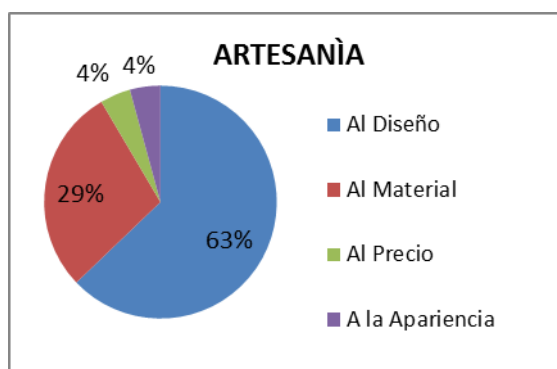
Elaborado por: la Autora

3. ¿Cuándo adquiere este tipo de productos a que le da mayor importancia?

Tabla N. 12
Aspectos esenciales del producto

Opciones	f	%
Al Diseño	237	63
Al Material	108	29
Al Precio	16	4
A la Apariencia	16	4
TOTAL	377	100

Gráfico N. 12



Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: La Autora

Análisis:

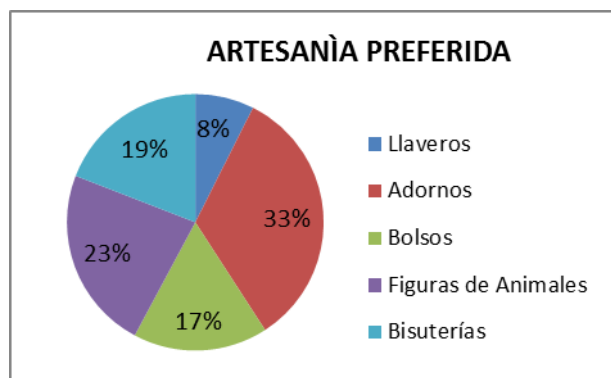
Como se puede ver en la ilustración anterior; para la elaboración de este tipo de artesanía se debe poner como principal énfasis el diseño; de igual manera se tiene que considerar el material, el precio y la apariencia.

4. ¿Qué tipo de artesanía prefiere usted?

Tabla N. 13
Artesanías de preferencia

Opciones	f	%
Llaveros	28	7,4
Adornos	126	33,4
Bolsos	64	17,0
Figuras de Animales	87	23,1
Bisuterías	72	19,1
TOTAL	377	100

Gráfico N. 13



Fuente: Encuestas realizadas
Elaborado: la Autora

Análisis:

Del estudio de mercado realizado en la ciudad de Bolívar, se determinó que la mayoría de los posibles consumidores preferirían comprar adornos; por otra parte prefieren llaveros, bolsos, figuras de animales y sobre todo bisutería.

Con la aplicación total del número de unidades (23.315 unidades), se procedió a determinar el nivel de preferencia de las artesanías que mayor demanda tienen, siendo:

Cuadro N. 7 Demanda Real actual

Opciones	%	CANTIDAD
Llaveros	7,4	1.732
Adornos	33,4	7.792
Bolsos	17,0	3.958
Figuras de Animales	23,1	5.380
Bisuterías	19,1	4.453
TOTAL	100,0	23.315

Fuente: Encuestas realizadas

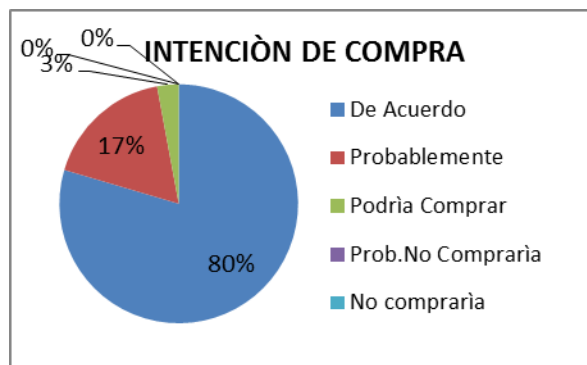
Elaborado: la Autora

5. ¿Si existiera actualmente un centro de artesanías en este lugar, estaría dispuesto a comprarle?

**Tabla N. 14
Intención de compra**

Opciones	f	%
De Acuerdo	300	80%
Probablemente	66	18%
Podría Comprar	11	3%
Probablemente no Compraría	0	0%
No compraría	0	0%
TOTAL	377	100%

Gráfico N. 14



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado: la Autora

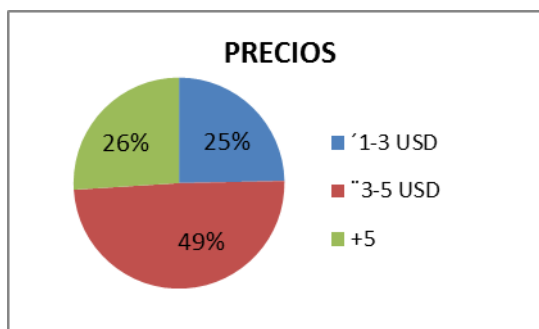
Existe un 80% de turistas encuestas, que si desean adquirir un producto de un Centro Artesanal creado en el cantón Bolívar. Esto hace ver que del total de la población turística, existe una intención de compra de 16.711 turistas (21.000*80%), constituyendo la posible demanda de clientes.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada producto?

Tabla N. 15
Precios estimados

Opciones	f	%
1-3 USD	93	24,7
3-5 USD	186	49,3
+5	98	26,0
TOTAL	377	100

Gráfico N. 15



Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: La Autora

Análisis:

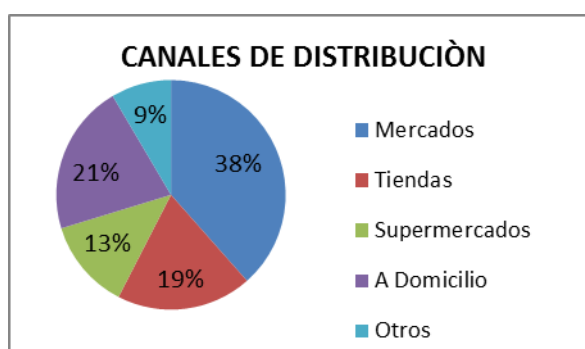
En cuanto a los precios que tendrían las artesanías, la mayoría de los posibles clientes manifiesta que pagarían entre 3 a 5 dólares por cada producto; mientras que por otra parte dicen que pagarían entre 1 a 3 dólares y más de 5 dólares por producto; lo cual permite determinar un precio adecuado para el consumidor final.

7. ¿En qué lugares le gustaría encontrar estos productos?

Tabla N. 16
Canales de distribución

Opciones	f	%
Mercados	145	38,5
Tiendas	72	19,1
Supermercados	48	12,7
A Domicilio	80	21,2
Otros	32	8,5
TOTAL	377	100,0

Gráfico N. 16



Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: La Autora

Análisis:

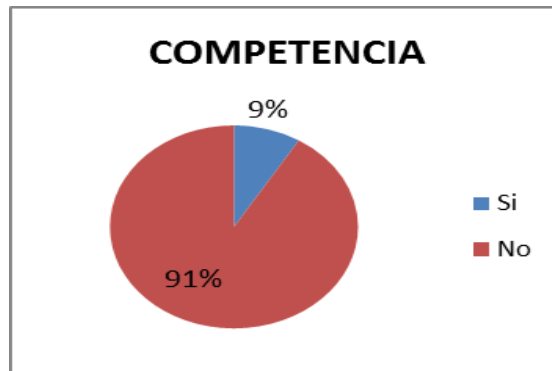
Para la distribución de los productos, los posibles compradores en su mayoría manifiestan que la artesanía se la debe distribuir mediante los mercados; en tanto que por otra parte consideran que se la comercialice en las tiendas, supermercados, a domicilio y otros.

8. ¿Conoce usted alguna empresa que venda estos productos?

Tabla N. 17
Competencia

Opciones	f	%
Si	33	8,8
No	344	91,2
TOTAL	377	100

Gráfico N. 17



Fuente: Encuestas realizadas
Elaboración: La Autora

Análisis:

Como se puede ver en la ilustración, casi en su totalidad de los posibles clientes dice que no conoce una industria o empresa que venda este tipo de productos en el Cantón Bolívar.

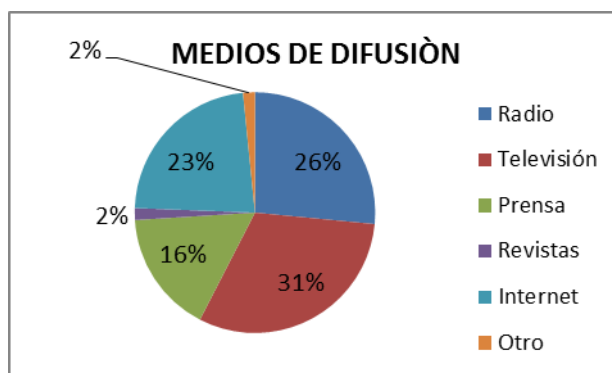
9. ¿A través de qué medio de comunicación considera usted se podría dar a conocer estos productos?

Tabla N. 18

Medios de comunicación de preferencia

Opciones	f	%
Radio	100	26,5
Televisión	117	31,0
Prensa	62	16,4
Revistas	6	1,6
Internet	86	22,8
Otro	6	1,6
TOTAL	377	100

Gráfico N. 18



Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: La Autora

Análisis:

De los posibles clientes para la comercialización de artesanía, la mayoría dice que se debe hacer publicidad y promoción por medio de la televisión y la radio; por otra parte expresan que se dé a conocer también mediante prensa escrita, revistas e internet.

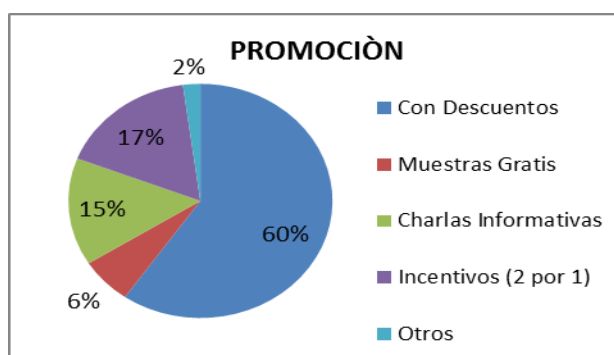
10. ¿Cómo le gustaría que se promocionen las artesanías?

Tabla N. 19

Promoción

Opciones	f	%
Con Descuentos	225	59,7
Muestras Gratis	24	6,4
Charlas Informativas	56	14,9
Incentivos (2 por 1)	64	17,0
Otros	8	2,1
TOTAL	377	100

Gráfico N. 19



Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: La Autora

Análisis:

Para la promoción de los productos elaborados en el centro artesanal, la mayoría de los posibles compradores manifiestan que se debe hacer descuentos; por otra parte se manifiesta que se deben haber incentivos, charlas y muestras gratis.

3.8.2 Proyección de la demanda: análisis subjetivo y objetivo

Para la obtención de la demanda se utilizó los datos del cuadro N. 6 de las unidades promedios demandadas del consumo de turistas y el cuadro N. 7 aplicando los porcentajes obtenidos de las opciones de artesanías que más compran, obteniendo a través de un prorrateo del total de 23.315 unidades, la cantidad promedio por tipo de artesanía.

Cuadro N. 8 Demanda Proyectada

VARIABLES	2013	2014	2015	2016	2017
Llaveros	1.732	1.792	1.855	1.920	1.987
Adornos	7.792	8.065	8.347	8.640	8.942
Cartera	3.958	4.097	4.240	4.388	4.542
Figuras de Animales	5.380	5.569	5.764	5.965	6.174
Bisuterías	4.453	4.609	4.770	4.937	5.110

Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: La Autora

Con los datos proporcionados del estudio de mercado, se pronostica el crecimiento de la demanda de las artesanías hasta el quinto año, se tomó como referencia el 3,5%, que es la tasa de crecimiento turística de la provincia del Carchi. (Fuente: Ministerio de Turismo del Carchi).

3.9 IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

De acuerdo a un sondeo previo, realizado en el cantón Bolívar, se pudo determinar la existencia de pequeños grupos familiares que se dedican a la producción artesanal, pero en reducidas cantidades, sirviéndole como un medio de subsistencia, más no como una empresa. No existe una oferta directa de los productos artesanales, ni otro tipo de centro artesanal que exista en la zona. Sin existir vendedores artesanales en el sector, se determinó que la oferta es cero, estableciendo una oportunidad para los artesanos existentes en colocar un centro de ventas que permita expender sus artesanías. Cabe indicar que los beneficiarios directos serían estos pequeños grupos de artesanos.

3.10 BALANCE DE OFERTA Y DEMANDA

Cuadro N. 9 Balance de oferta y Demanda

VARIABLES	2013	2014	2015	2016	2017
DEMANDA					
Llaveros	1.732	1.792	1.855	1.920	1.987
Adornos	7.792	8.065	8.347	8.640	8.942
Cartera	3.958	4.097	4.240	4.388	4.542
Figuras de Animales	5.380	5.569	5.764	5.965	6.174
Bisuterías	4.453	4.609	4.770	4.937	5.110
OFERTA					
Llaveros	0	0	0	0	0
Adornos	0	0	0	0	0
Cartera	0	0	0	0	0
Figuras de Animales	0	0	0	0	0
Bisuterías	0	0	0	0	0
DEMANDA INSATISFECHA					
Llaveros	1.732	1.792	1.855	1.920	1.987
Adornos	7.792	8.065	8.347	8.640	8.942
Cartera	3.958	4.097	4.240	4.388	4.542
Figuras de Animales	5.380	5.569	5.764	5.965	6.174
Bisuterías	4.453	4.609	4.770	4.937	5.110

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

3.11 CAPACIDAD A CUBRIR POR PARTE DEL CENTRO ARTESANAL

El centro artesanal, estará en capacidad de cubrir de la demanda insatisfecha un 60%, ya que cuenta con pequeños grupos de artesanos de la zona que si están dispuestos a poner su esfuerzo en levantar dicho centro artesanal.

Cuadro N. 10 Capacidad a cubrir por el centro artesanal

	2013	2014	2015	2016	2017
Llaveros	1.039	1.075	1.113	1.152	1.192
Adornos	4.675	4.839	5.008	5.184	5.365
Cartera	2.375	2.458	2.544	2.633	2.725
Figuras de Animales	3.228	3.341	3.458	3.579	3.705
Bisuterías	2.672	2.765	2.862	2.962	3.066

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

3.12 ANÁLISIS DE PRECIOS

Con la finalidad de lanzar al mercado estos productos en la ciudad de Bolívar es necesario saber cuánto estarían dispuestos a pagar los turistas por cada artesanía, por lo tanto en el estudio se procedió de la siguiente manera:

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por este tipo de productos?

Cuadro N. 11 Precio referencial

Productos	Precios \$	Precio a aplicar
Llaveros	1 a 5	3,00
Adornos	1 a 5	3,00
Cartera	10 a 16	13,00
Figuras de Animales	1 a 5	3,00
Bisuterías	1 a 5	3,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Como se puede ver en la tabla anterior, que existe un tipo de precio referencial en torno a llaveros en 3 USD, Pulseras en 3 USD, Carteras en 13 USD, Figuras de animales en 3 USD y Bisutería en 3 USD, siendo precios accesibles al cliente.

Proyección del precio.

Para la proyección del precio se aplicó la tasa de inflación del 4,50% y aplicando la fórmula de exponencial, se obtuvo la siguiente información:

Cuadro N. 12 Precio proyectado

Productos	Precios \$	1	2	3	4	5
Llaveros	1 a 5	3,00	3,14	3,28	3,42	3,58
Adornos	1 a 5	3,00	3,14	3,28	3,42	3,58
Cartera	10 a 16	13,00	13,59	14,20	14,84	15,50
Figuras de Animales	1 a 5	3,00	3,14	3,28	3,42	3,58
Bisuterías	1 a 5	3,00	3,14	3,28	3,42	3,58

Elaboración: La autora

Fuente: Cuadro N. 10

3.13 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En la actualidad se tiene competidores de todos los productos artesanales a nivel nacional, pero en la ciudad de Bolívar no existe aún un Centro Artesanal que ofrezca este tipo de productos.

3.14 SENSIBILIDAD DEL ESTUDIO

A fin de que los datos obtenidos en el estudios de mercado sean efectivos y útiles para tomar decisiones, es recomendable actualizarlo por lo menos cada 2 años, ya que debido a los constantes cambios que se presentan en la intención de compra de los turistas y la inestabilidad del mercado; frecuentemente tienden a cambiar también las actitudes de compra, las preferencias, los gustos y las condiciones económicas tanto de la población local como de los turistas, por lo que es necesario saber constantemente los gustos y preferencias del consumidor.

3.15 COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DEL CENTRO ARTESANAL

La comercialización de los productos que producirá el centro artesanal, se establecerá su aplicación mediante el empleo de estrategias que involucren tanto para el producto, el precio, la plaza y la promoción, estableciéndose de la siguiente manera:

3.15.1 Estrategias para el Producto

Lo productos artesanales a ser exhibidos en el centro artesanal tendrán como nombre **BOLIVARIANA**, elaborado con materiales de la zona los mismos que tendrán su propio valor agregado, con innovaciones y diseños propios del lugar, dando a conocer sus costumbres, tradiciones e identidad propia, totalmente artesanal diseñado para que el turista pueda usarlo sin ningún problema, ya sea como decorativo o de uso periódico.

Beneficios:

- Es decorativo: tiene un diseño llamativo pero sencillo, que puede ser usado tanto hombres como mujeres.
- De fácil transportación: liviano, puede ser llevado en las carteras de las damas.
- Elaborado con materiales de alta calidad, lo que garantiza durabilidad.

Ventajas:

- Efectividad comprobada: mediante pruebas efectuadas al producto se demuestra que son productos de gran durabilidad.
- Están elaborados con materia prima de alta calidad a bajos costos
- Puede proporcionar un margen de ganancia satisfactorio para el centro artesanal.

Materiales:

- Madera (material de desecho de los talleres y fábricas)
- Plástico (desecho)
- Vidrio (desecho)
- Resina
- Hilo
- Cuero

3.15.2 Estrategias para el precio

Para obtener el precio se utilizó la política de precio mediante márgenes. Este procedimiento, seguido especialmente en el comercio minorista, se basa en calcular el costo unitario de producción y sumar un porcentaje de beneficios. El coste unitario puede ser el coste total de producción y entonces el margen va dirigido a obtener beneficios.

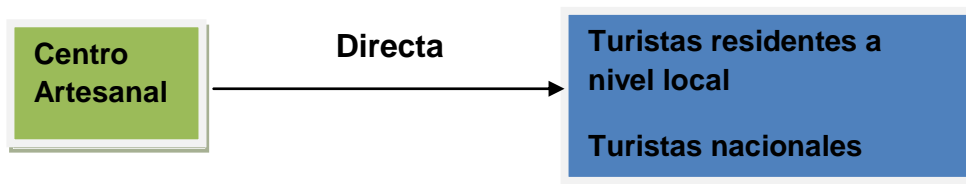
Al aplicar en un tipo de artesanía, se sumó los costos fijos y los variables y se obtuvo el costo total de cada unidad, al que le aplicamos el % de utilidad, obteniendo así un precio unitario.

3.15.3 Estrategias para la plaza

Como canal de distribución, en su primera etapa de producción y comercialización se tomará el directo y el corto, teniendo en su mayor parte un contacto directo con el consumidor final (turista), y en algunos casos colocar el producto en ciertos establecimientos para que estos puedan hacerlos llegar al consumidor

La comercialización de las artesanías que ofrecerá el proyecto será de manera directa como muestra la siguiente ilustración:

Ilustración N. 1
Forma de comercialización



Elaborado por: La autora

Esta estrategia es una forma de promover y dar imagen al centro artesanal, beneficiar las instalaciones motivando a los visitantes a que generen sus propias sugerencias para producir los productos artesanales de acuerdo a sus requerimientos, gustos y preferencias, y serán los turistas los encargados de dar a conocer el centro artesanal.

En años posteriores se mirará algunas estrategias como, alianzas con agencias de viajes para difundir el centro turístico.

3.15.4 Estrategias para la promoción

La estrategia promocional que usará este centro artesanal será en primer lugar la de "arrastre", ya que estará dirigida hacia los turistas con el objeto de inducirlos hacia la compra del producto, y de esta manera lo demanden a los miembros del canal y por ende al productor.

En segundo lugar se usará la estrategia de "impulso", orientada específicamente a dar a conocer el producto entre los detallistas y distribuidores, esto se logrará por medio de la presentación del producto, mediante material promocional y publicitario. Para lograr llevar a cabo la estrategia de "arrastre" y afianzar la de "impulso" se usará lo siguiente:

Publicidad Directa

Se va a utilizar este tipo de publicidad mediante la ubicación de promotores turísticos en los terminales terrestres y agencias de turismo, se obsequiará material publicitario (calcomanías) para dar a conocer el producto a los posibles consumidores. Se complementará esta estrategia por medio de la entrega de volantes publicitarias, que se distribuirá en los establecimientos especificados y en controles policiales de las provincias de Imbabura, Carchi, Esmeraldas.

Publicidad Exterior

Es de suma importancia tomar en cuenta las imágenes en nuestra campaña publicitaria ya que de esta forma se puede lograr persuadir con mayor facilidad a la compra del producto. Por esta razón se ha elegido como medio principal letrero publicitario. El rótulo será tensado en marco de tubo e impresión de gigantografía full color en lona Opaca Star Flex con medidas de 5 m de largo x 1,5 m de alto.

Gráfico N. 20 Rótulo



Elaborado por: Autora

- **Banner publicitario**

Adicionalmente se colocará un banner cuya dimensión será de: 200 cm X 80 cm a fin de dar a conocer la marca y sus productos de oferta:

Gráfico N. 21



Elaborado por: Autora

3.16 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- En cuanto a la demanda del producto artesanal, existen un 43% de turistas que les gusta las artesanías hechas de madera, seguido del 19% en lana y el 12% en cuero.
- Los turistas consultados adquieren de acuerdo al 59% una artesanía de vez en cuando y el 18% dos veces a la semana.
- Existe un 63% de turistas que toman muy en cuenta el diseño del producto artesanal para su compra.

- En cuanto a productos artesanales se refiere, existe un 33% que prefieren más los adornos, seguido del 23% de figuras de animales, el 19% las bisuterías y el 17% los bolsos.
- Existe un 80% de aceptación para la creación de un centro artesanal por parte de los turistas encuestados.
- El 49% estaría dispuesto a pagar por una artesanía entre 3 a 5 USD.
- Los lugares en que les gustaría comprar los productos artesanales de acuerdo al 38% es en los mercados.

CAPÍTULO IV

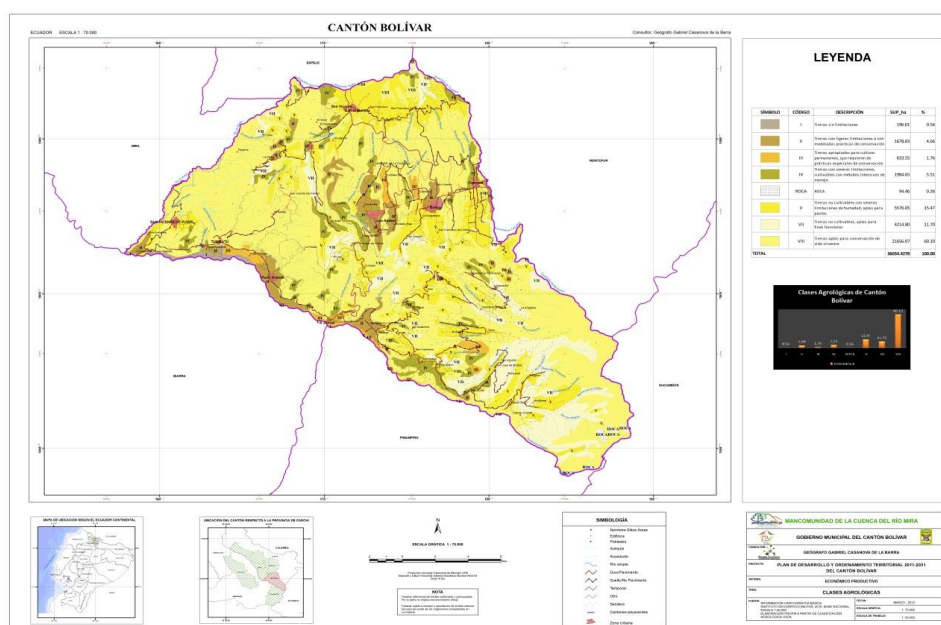
4 ESTUDIO TÉCNICO DE INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1 Macro Localización del Proyecto

La creación de esta microempresa se la realizará en la provincia del Carchi, sus límites son: Al norte, los ríos Carchi y San Juan le sirven de frontera con Colombia, al sur limita con la provincia de Imbabura, al este con la provincia de Sucumbíos y al occidente con la provincia de Esmeraldas.

Gráfico N. 22 Macro localización



Fuente: Plan de Desarrollo GADM Bolívar

El cantón Bolívar está ubicado a 70 Km al sur de la ciudad de Tulcán; este cantón forma parte de 6 unidades circunscripciones de la Provincia del Carchi. La distribución política del cantón da cuenta de la parroquia urbana de Bolívar –cabecera cantonal, como de las parroquias rurales de García Moreno, Los Andes, Monte Olivo, San Rafael y San Vicente de

Pusir. El cantón Bolívar limita al norte con el cantón Espejo, al sur con la provincia de Imbabura, al noroeste con el cantón Mira y al noreste con el cantón Montufar y al este con Sucumbíos.

En las parroquias del cantón Bolívar se observa dos patrones de asentamiento de los grupos poblacionales. El primero que responde a una lógica urbana y el segundo que es propio de las áreas rurales, es decir, en la parroquia urbana de Bolívar existe un sitio central en el que se encuentra la zona administrativa del cantón, instituciones públicas y privadas, instituciones educativas, instituciones religiosas, área financiera, comercial y residencial; el otro patrón de asentamiento poblacional responde de un lado, a una lógica de nucleamiento entorno de los parques, los centros educativos e infraestructura física, lo que trae consigo una relativa concentración poblacional, usualmente dentro de este esquema entran las cabeceras parroquiales y las áreas céntricas de los poblados o comunidades menores; finalmente existe un patrón de establecimiento disperso por lo que generalmente las viviendas se ubican dentro de cada propiedad.

En el cantón Bolívar residen 14.234 habitantes, esto representa el 9% del total provincial. Económicamente dependen de la producción agropecuaria bajo modelo de subsistencia, limitado solamente a producir para el autoconsumo. A nivel provincial se detecta que es un cantón donde mantiene los mayores índices de pobreza. En los últimos años se indica que el crecimiento poblacional es de -1,8% provocado por la alta tasa de migración e inmigración hacia otras regiones del mundo y país.

4.1.2 Micro Localización del Proyecto

Este importante Centro Artesanal se encontrará ubicado en la ciudad de Bolívar provincia del Carchi; se ubicará en la frontera Norte del Ecuador; el territorio cantonal presenta altitudes desde los 1.520 m.s.n.m. hasta los

3.920 m.s.n.m., estas condiciones han permitido el aprovechamiento de distintos microclimas, suelos y vegetación lo que ha determinado la conformación de sus propias características culturales, económicas, ambientales y de identidad distintiva de la sociedad bolivareense.

Uno de los elementos importantes en el desarrollo de este cantón y la microempresa, es la presencia de la carretera panamericana que la recorre de sur a nororiente, en su límite oriental. El principal centro poblado correspondiente a la cabecera cantonal, la creciente ciudad de Bolívar, se encuentra emplazada junto a la panamericana lo que permite una conectividad eficiente con la capital provincial, la ciudad de Tulcán a 56 km; con Colombia que su frontera se encuentra a tan sólo 64 km; con San Gabriel, una de las ciudades importantes de la provincia y que se encuentra muy cerca a una distancia de 16 km; con El Ángel a 20 km; así como se convierte en vía directa a Quito, la capital nacional a 183 km de Bolívar.

4.2 UBICACIÓN DE LA PLANTA

4.2.1 Etapa de Pre-Operación

Se iniciará con el acercamiento e identificación de las y los involucradas, luego de lo cual se procederá con la realización de un diagnóstico en la localidad, el cual permitirá conocer la realidad socioeconómica de los habitantes de la ciudad de Bolívar y la detección de las habilidades y destrezas personales y grupales existentes en este sector; luego se procederá a impulsar un proceso de capacitación en temas como organización, revalorización, derechos, relaciones humanas, motivación, con el fin de garantizar el involucramiento decidido y generar confianza entre la agencia ejecutora y los involucrados.

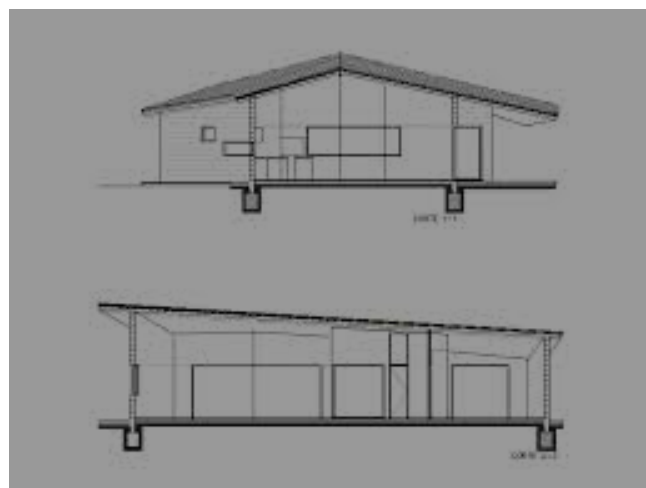
Analizados los resultados del diagnóstico se ve la posibilidad de emprender una actividad productiva, orientada a mejorar la calidad de vida de los habitantes de este sector, en la cual se procederá con la

ejecución de un programa de capacitación en las diferentes áreas técnicas en los temas de productividad, comercialización y marketing, con el fin de garantizar seguridad en el desempeño laboral del personal técnico. Además se tiene previsto establecer convenios con institución que contribuyan a mejorar la capacidad técnica. Una vez determinada las especificaciones técnicas en la capacitación del personal de las áreas, se iniciará con la conformación de talleres de capacitación en el área productiva en la ciudad de Bolívar, dichos espacios serán aplicados directamente en los procesos productivos de los productos que ofrecerá la microempresa.

4.2.2 Diseño de Instalaciones y su distribución

Para el funcionamiento de este Centro Artesanal, se tiene que adecuar y construir la infraestructura necesaria para el funcionamiento óptimo de la misma; por lo que se requiere el aporte de los involucrados, de las instituciones cooperantes en la presente propuesta y la gestión de un crédito en una institución financiera; dichas instalaciones tendrán un área de 253 m² y quedarán de la siguiente manera:

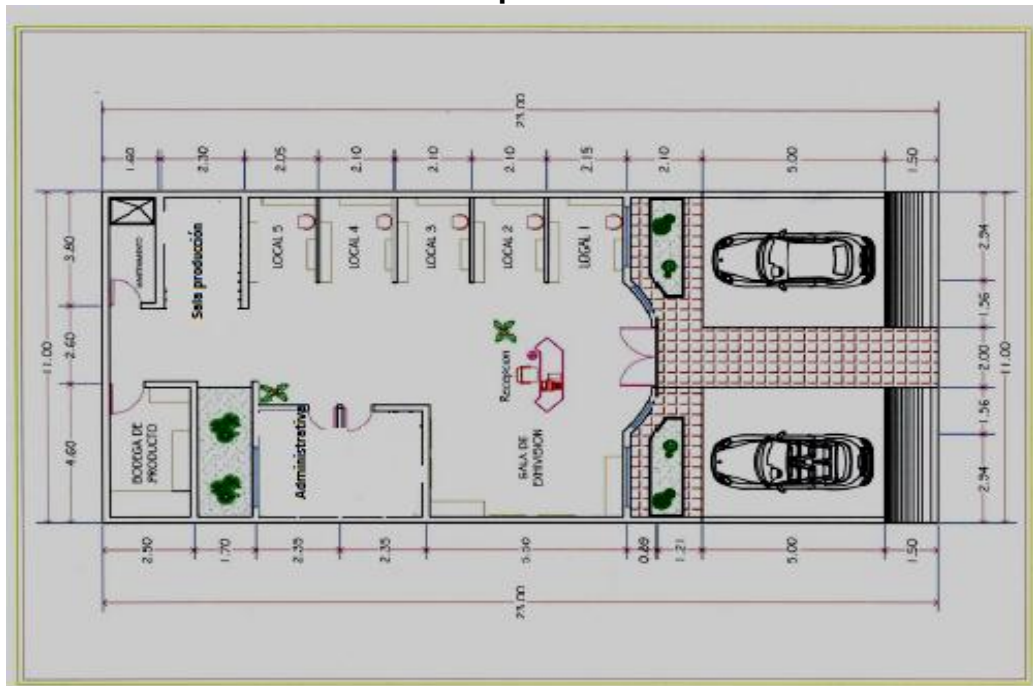
Gráfico N. 23
Vista frontal y lateral del centro artesanal



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Gráfico N. 24
Distribución de planta vista interna



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

4.2.2.1 Materia Prima y Bodega

En la ciudad de Bolívar se pondrá en funcionamiento una microempresa para la producción y comercialización de artesanías; en dicha infraestructura se tiene destinado un espacio físico para el almacenamiento de materia prima y los productos terminados que se elaboran en la misma.

Al recibir la materia prima, se somete a un proceso de clasificación y revisión, de acuerdo con los parámetros de calidad establecidos para la producción, después de lo cual se almacena para ser trasladada al proceso productivo.

4.2.2.2 Sección de Producción

De igual manera para garantizar el funcionamiento y la productividad en la microempresa, se tiene determinado las instalaciones para el área de producción, en la que se tendrá todos los implementos y equipos que se requieren para los procesos productivos de la artesanía.

4.2.2.3 Punto de Venta

Luego de garantizado los espacios físicos para los procesos productivos y con la finalidad de que las artesanías elaboradas en esta microempresa lleguen adecuadamente al consumidor final y a los distribuidores, se tiene definido un área para la comercialización de este tipo de productos.

4.2.2.4 Administración

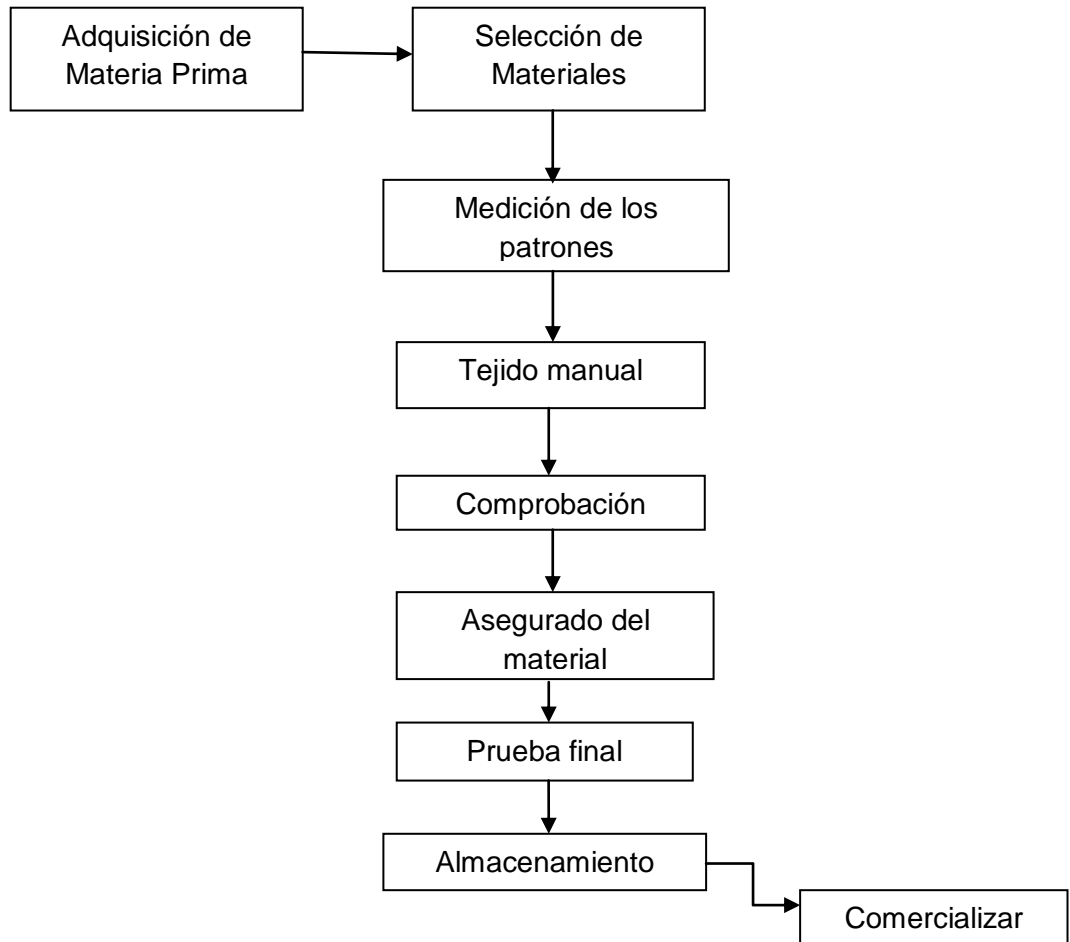
En el centro Artesanal de producción y comercialización de artesanías, para garantizar el manejo adecuado de los recursos se tiene destinado un área para que trabaje el personal administrativo.

4.3 FLUJO GRAMA DEL PROCESO

En los procesos productivos, en la elaboración de los productos de este Centro Artesanal contará con los siguientes procesos tomados por la dirección técnica del departamento de producción; de igual manera se trabajó con los diagramas de flujo, con los cuales se describe las secuencias lógicas que tiene cada proceso que se sigue para obtener los productos:

4.3.1 Diagrama de Bloque para producir las artesanías

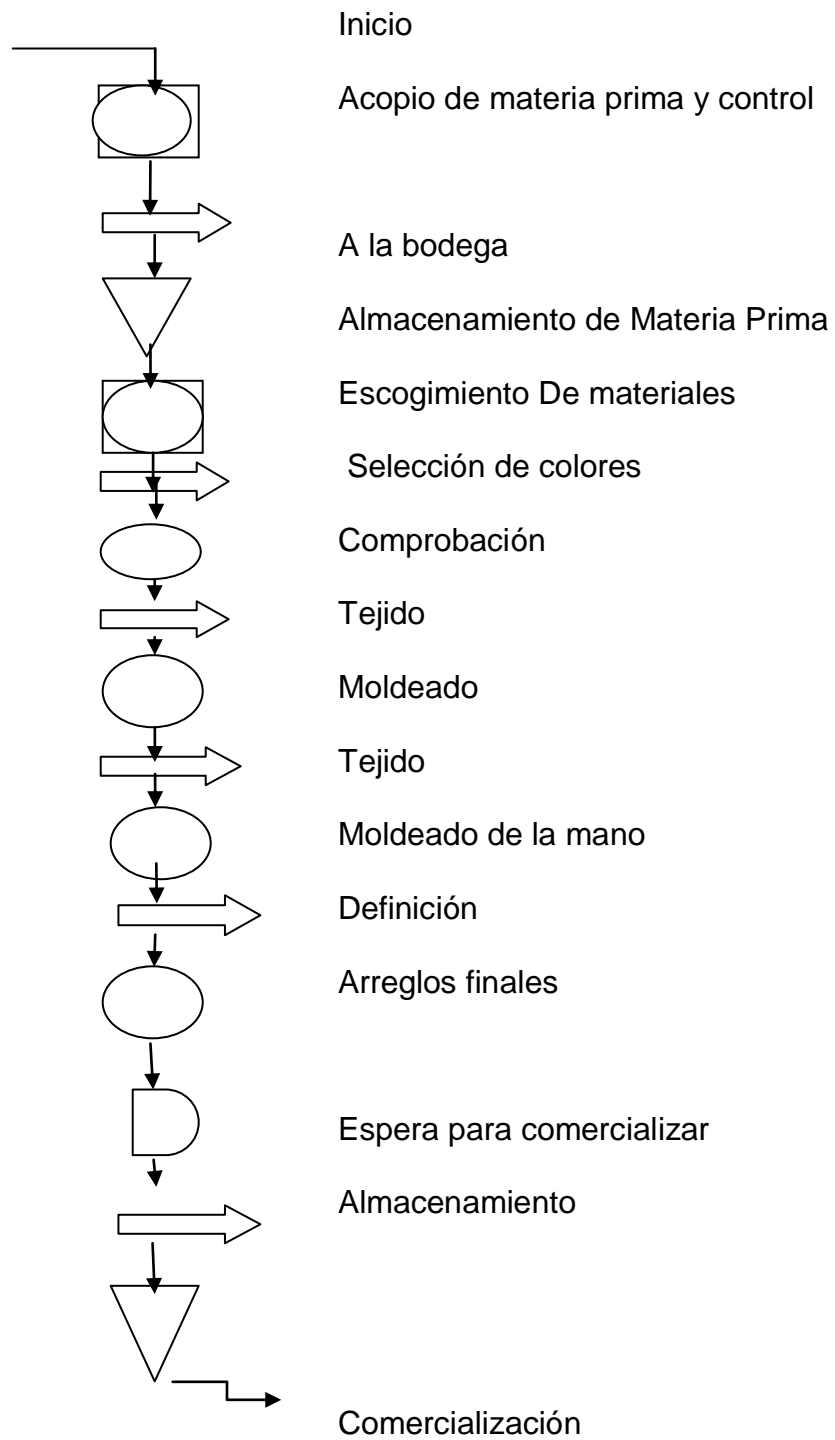
Gráfico N. 25



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

4.3.2 Diagrama de Flujo para producir las artesanías

Gráfico N. 26



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

4.4 PROCESO DE ELABORACIÓN

4.4.1 Proceso de producción de una artesanía

Materiales:

- Hilos de varios colores
- Tijera

Una vez seleccionado los colores de hilo que se utilizará para la elaboración de la artesanía; se toma el primer color y se lo envuelve en la muñeca dándole dos vueltas, se corta una pieza de esa medida de cada uno de los colores, luego de lo cual se ata un nudo en la parte superior, se toma el hilo de más a la izquierda y se hace un nudo hacia adelante.

Luego se coloca el primer hilo a través de la abertura y entonces aprieta para hacer el nudo, se repite este paso de nuevo con el mismo hilo, se lleva el primer hilo hacia el de la derecha y se repite los pasos anteriores, solamente que usando el hilo siguiente en cada caso.

Se trabaja de esta manera con los hilos hasta completar la primera vuelta horizontal del mismo color. Comienza la siguiente vuelta usando el hilo que está más a la izquierda (el verde), se repite todos los pasos hasta que la hilera se termine, continuando hasta que la pulsera tenga el largo necesario para colocarla cómodamente en la muñeca. Para asegurarse que se quede bien se tiene que probarlo en la propia muñeca (dejar un espacio extra por las dudas).

Atar los extremos de los hilos con un nudo derecho (el mismo con el que se comenzó la pulsera). Luego atar con dos nudos la pulsera a la muñeca o a la de una amiga. Recortar cualquier hilo que quede suelto y queda terminada.

4.4.2 Especificaciones Técnicas

En la ciudad de Bolívar se creará un Centro Artesanal de Producción y Comercialización de artesanías, la misma que contará con 21 socios, por lo que se impulsará un proceso de capacitación, en dicho curso taller se tendrá la participación de todos los asociados con la conformación de equipos de trabajo para una mejor participación de cada uno de ellos.

En la ejecución de la presente propuesta se tiene definido la elaboración de artesanías de diferentes materiales, lo que implica un proceso de producción con los siguientes costos:

a. Costo unitario de Pulseras

Cuadro N. 13 Costo unitario Pulseras

Descripción	Precio unitario
PULSERAS	
Hilo	0,02
Mantenimiento de material	0,001
Total Costo Variable	0,021
Costo Fijo	0,16
TOTAL	0,18

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Para la elaboración de una pulsera se requiere 0,18 centavos de dólar, de lo cual se desprende el costo variable de 0,021 USD y un costo fijo equivalente de 0,16 centavos de dólar; y se tiene un costo total de 0,18 centavos por cada pulsera.

Gráfico N. 27



b. Costo unitario de Llaveros

Cuadro N. 14 Costo unitario de llaveros

Descripción	Precio unitario
LLAVEROS	
Argolla	0,02
Cadena	0,01
Grabado en cuero	0,03
Total Costo Variable	0,06
Costo Fijo	0,16
TOTAL	0,22

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Para la elaboración de un llavero se requiere 0,22 centavos de dólar, de lo cual se desprende el costo variable de 0,06 USD y un costo fijo equivalente de 0,16 centavos de dólar; y se tiene un costo total de 0,22 centavos por cada llavero.

Gráfico N. 28



c. Costo unitario de Carteras

Cuadro N. 15 Costo unitario de cartera

Descripción	Precio unitario
CARTERAS	
Cuero	2,1
Forro	0,5
Hilo N° 3	0,01
Cierre 40 cm	0,4
Mantenimiento de Maquinaria	0,01
Total Costo Variable	3,02
Costo Fijo	4,10
TOTAL	7,12

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Gráfico N. 29



Para la elaboración de una cartera se requiere 7,12 centavos de dólar, de lo cual se desprende el costo variable de 3,02 USD y un costo fijo equivalente de 4,10 centavos de dólar; y se tiene un costo total de 7,12 centavos por cada cartera.

d. Costo unitario de Figura de animales

Cuadro N. 16 Costo unitario de figura de animales

Descripción	Precio unitario
FIGURAS DE ANIMALES	
Hilo	0,02
Material	0,05
Gravado	0,01
Mantenimiento de material	0,001
Total Costo Variable	0,08
Costo Fijo	0,16
TOTAL	0,24

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Para la elaboración de una figura de animales se requiere 0,24 centavos de dólar, de lo cual se desprende el costo variable de 0,08 USD y un costo fijo equivalente de 0,16 centavos de dólar; y se tiene un costo total de 0,24 centavos por cada figura de animal.

e. Costo unitario de Bisutería

Cuadro N. 17 Costo unitario de bisutería

Descripción	Precio unitario
BISUTERÍA	
Hilo	0,03
Material	0,07
Mantenimiento de material	0,001
Total Costo Variable	0,10
Costo Fijo	0,25
TOTAL	0,35

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Para la elaboración de una bisutería se requiere 0,35 centavos de dólar, de lo cual se desprende el costo variable de 0,10 USD y un costo fijo equivalente de 0,25 centavos de dólar; y se tiene un costo total de 0,35 centavos por cada bisutería.

4.5 PRESUPUESTO TÉCNICO

4.5.1 Valorización de las Inversiones

Considerando el desarrollo de la presente propuesta, se ha resumido en las siguientes inversiones, las mismas que fueron establecidas por el equipo técnico que estará involucrado en el proceso.

Cuadro N. 18 Inversión del proyecto

DETALLE	CANT.	VALOR U.	VALOR T	SUBTOTAL	INVERSIÓN
INVERSIONES FIJAS					39.364,30
Instalaciones				27.830,00	
Infraestructura	1	18.975,00	18.975,00		
Terreno	1	8.855,00	8.855,00		
Equipamiento				11.534,30	
Equipos y Herramientas	1	6.479,80	6.479,80		
Muebles y Enseres	1	1.729,50	1.729,50		
Equipos de Oficina	1	775,00	775,00		
Equipo de cómputo	1	2.550,00	2.550,00		
INVERSIONES DIFERIDAS				715,00	715,00
Estudio de factibilidad	1	215	215,00		
Gastos de Constitución	1	500	500,00		
CAPITAL DE TRABAJO				36.009,89	36.009,89
Sueldos Administrativos	12	1.030,21	12.362,50		
Sueldos Operativos	12	1.761,94	21.143,26		
Servicios Básicos (mensual)	12	151,53	1.818,30		
Materiales de oficina y limpieza	12	57,15	685,83		
TOTAL INVERSIÓN					76.089,19

Fuente: Investigación de campo (Anexo cuentas parciales)

Elaboración: La Autora

Para el funcionamiento de este proyecto se encuentran involucradas diferentes instituciones; por una parte se tiene a la Asociación de Emprendedores por el Futuro de Bolívar quienes será los responsables directos de la ejecución, y por otra parte se tiene previsto firmar algunos convenios con instituciones cooperantes, las cuales permitirán obtener los recursos económicos necesarios y garantizar el funcionamiento del presente proyecto; dicho presupuesto técnico se lo elaboró de esa manera.

4.5.2 Financiamiento

Para el desarrollo de la presente propuesta se tiene importantes instituciones involucradas y se cuenta con los recursos necesarios para poner en ejecución este importante centro, dicha inversión está distribuida de la siguiente manera:

Cuadro N. 19 Financiamiento de la inversión

Descripción	Valor Total	Financiamiento	
		Propio	Crédito
Inversión fija	39.364,30	23.618,58	15.745,72
Inversión Diferida	715,00	429,00	286,00
Inversión Variable	36.009,89	21.605,94	14.403,96
Total	76.089,19	45.653,52	30.435,68
	100%	60%	40%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

El aporte propio será de parte de los integrantes de la Asociación y el resto de las instituciones cooperantes con quienes se puede firmar convenios y financiar el proyecto.

4.6 TALENTO HUMANO REQUERIDO

4.6.1 Gerente

Será el encargado de vigilar el cumplimiento adecuado de cada uno de los procesos productivos del centro artesanal.

4.6.2 Contador

La persona encargada deberá realizar el correspondiente registro de ingresos y egresos de la microempresa, además cumplir con las obligaciones tributarias puntualmente, y así mantener la información financiera al día.

4.6.3 Jefe de Producción

A fin de garantizar los procesos productivos en el naciente centro artesanal, se tendrá un jefe de producción, el mismo que trabajará con todo el personal que se encuentra en esta área.

4.6.4 Vendedor

La distribución de los productos que realice este centro artesanal, estará a cargo de un vendedor, quien garantizará la llegada de los productos al consumidor final.

4.6.5 Personal de Producción

Por otra parte se tendrá dos profesionales responsable de garantizar la producción en el centro; los mismos que impulsará los procesos productivos y de capacitación a las persona involucradas en la presente propuesta.

4.7 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.7.1 Rendimientos Aproximados de Productos

Analizando el presupuesto que se tiene previsto invertir y la disponibilidad de mano de obra que tiene la organización, esta microempresa tendrá la capacidad de las siguientes cantidades de estos productos:

Cuadro N. 20 Rendimiento del proyecto

Productos	Cantidad máxima de producción
Llaveros	1.192
Adornos	5.365
Cartera	2.725
Figuras de Animales	3.705
Bisuterías	3.066
Total	16.053

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Considerando la cantidad de recursos económicos, la maquinaria, equipo con que se cuenta y el capital humano se tiene una capacidad de producción muy buena para garantizar la rentabilidad del centro artesanal.

a. Producción de llaveros

En cuanto a la elaboración de los llaveros se tiene el personal calificado y en proceso de capacitación; por lo que se tendrá una capacidad de producir 1.039 unidades en el primer año.

b. Producción de adornos (pulseras)

Otra de las artesanías que se elaborará en el centro artesanal, son los adornos de todo tipo, entre ellas las pulseras; por lo que se tendrá una capacidad de producir 4.675 objetos.

c. Producción de carteras

En cuanto a la elaboración de Carteras, en el centro artesanal se tiene previsto fabricar en el primer año una cantidad de 2.375 unidades.

d. Producción de figuras

Así mismo considerando la mano de obra que se tiene en la organización involucrada en el proyecto, se podrá elaborar diferentes tipos de figura y materiales que estén al alcance; por lo que se tendrá una capacidad de producir en el primer año la cantidad de 3.228 unidades.

e. Producción de bisutería

Se prevé diseñar para el primer año bisutería elaborada a mano con los materiales existentes en la zona, siendo en el primer año de 2.672 unidades.

4.8 SEGUIMIENTO Y MONITOREO

Este proyecto contribuye en mejorar la calidad de vida de los involucrados en el proyecto e influir con el efecto multiplicador que este genere; por lo tanto se requiere que exista un estricto control y seguimiento del desarrollo de todas las actividades que se tiene planificado en el proyecto.

Este proyecto se sustentará con la intervención de instituciones involucradas con el desarrollo económico local, así como los ministerios y el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar. Así mismo desde el inicio, al intermedio y final de ejecución del proyecto, se realizarán distintas reuniones de información, socialización y rendición de cuentas, en las cuales participaran todos los involucrados en este centro artesanal. Esto con el fin de transparentar la inversión y conocer de cerca cada uno de los gastos realizados con relación al proyecto.

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO ECONÓMICO

5.1 INVERSIÓN

Para el desarrollo del presente proyecto, se tiene involucrada a una organización de la ciudad de Bolívar la misma que cuenta con una estructura sólida y con la disposición a trabajar en esta propuesta; dicha organización está conformada por 21 asociados, por medio de los cuáles se podrá establecer convenios con instituciones y poder financiar el proyecto, el mismo que se financiará de la siguiente manera:

➤ Aporte de los socios involucrados es de	USD 45.653,52
➤ Préstamo ante instituciones crediticias	<u>USD 30.435,68</u>
Total Inversión	USD 76.089,19

Estos recursos se los ha distribuido de la siguiente manera: Activos fijos, la inversión diferida y el capital de trabajo, dando un monto total de 76.089,19

Los activos fijos serán todos aquellos bienes tangibles necesarios para el proceso de transformación de materia prima (maquinaria, equipos, etc.) o que pueden servir de apoyo al proceso. Estos activos fijos conforman la capacidad de inversión de la cual dependen la capacidad de producción y la capacidad de comercialización que tendría este centro de artesanías.

La inversión diferida es aquella que no entra en el proceso productivo y que es necesaria para poner a punto el proyecto: construcción e instalación que se requiere en la elaboración del proyecto como tal, los gastos de organización, patentes y documentos legales necesarios para iniciar actividades, son ejemplos de la inversión diferida.

El capital de trabajo es el monto de activos corrientes que se requiere para la operación del proyecto: el efectivo, las cuentas por cobrar, los inventarios se encuentran en este tipo de activos. Cabe recordar que las empresas deben tener niveles de activos corrientes necesarios tanto para realizar sus transacciones normales, como también para tener la posibilidad de especular y prever situaciones futuras impredecibles que atenten en el normal desarrollo de las operaciones.

Para ejecutar la presente propuesta se requiere de una cantidad de recursos y se distribuyen de la siguiente manera:

Cuadro N. 21 Inversión del proyecto

DETALLE	CANT.	VALOR U.	VALOR T	SUBTOTAL	INVERSIÓN
INVERSIONES FIJAS					39.364,30
Instalaciones				27.830,00	
Infraestructura	1	18.975,00	18.975,00		
Terreno	1	8.855,00	8.855,00		
Equipamiento				11.534,30	
Equipos y Herramientas	1	6.479,80	6.479,80		
Muebles y Enseres	1	1.729,50	1.729,50		
Equipos de Oficina	1	775,00	775,00		
Equipo de cómputo	1	2.550,00	2.550,00		
INVERSIONES DIFERIDAS				715,00	715,00
Estudio de factibilidad	1	215	215,00		
Gastos de Constitución	1	500	500,00		
CAPITAL DE TRABAJO				36.009,89	36.009,89
Sueldos Administrativos	12	1.030,21	12.362,50		
Sueldos Operativos	12	1.761,94	21.143,26		
Servicios Básicos (mensual)	12	151,53	1.818,30		
Materiales de oficina y limpieza	12	57,15	685,83		
TOTAL INVERSIÓN					76.089,19

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

La inversión del presente proyecto está realizada de acuerdo a los requerimientos técnicos y económicos del centro artesanal.

5.2 DETERMINACIÓN DE INGRESOS

Debido a que la presente propuesta es un centro artesanal y es nueva en la ciudad de Bolívar, los productos que producirá dicho centro se tienen que posicionar en la mente del consumidor, por lo que se ha tomado un criterio técnico conservador. Una vez que los productos se encuentren en el mercado se espera que tenga un crecimiento del 3,5% anual de acuerdo a su tasa de crecimiento turístico y el precio en base a la inflación del 4,5%.

Cuadro N. 22 Determinación de los Ingresos

SERVICIOS	2013	2014	2015	2016	2017
1. Llaveros					
Cantidad (u)	1.039	1.075	1.113	1.152	1.192
Precio (\$)	3,00	3,14	3,28	3,42	3,58
Subtotal 1 (\$)	3.117	3.371	3.646	3.944	4.265
2. Adornos (Pulseras)					
Cantidad (u)	4.675	4.839	5.008	5.184	5.365
Precio (\$)	3,00	3,14	3,28	3,42	3,58
Subtotal 2 (\$)	14.026	15.171	16.408	17.747	19.194
3. Carteras					
Cantidad (u)	2.375	2.458	2.544	2.633	2.725
Precio (\$)	13,00	13,59	14,20	14,84	15,50
Subtotal 3 (\$)	30.873	33.391	36.115	39.061	42.248
4. Figuras de animales					
Cantidad (u)	3.228	3.341	3.458	3.579	3.705
Precio (\$)	3,00	3,14	3,28	3,42	3,58
Subtotal 4 (\$)	9.685	10.475	11.329	12.254	13.253
5. Bisutería					
Cantidad (u)	2.672	2.765	2.862	2.962	3.066
Precio (\$)	3,00	3,14	3,28	3,42	3,58
Subtotal 4 (\$)	8.015	8.669	9.376	10.141	10.968
Total ingresos	65.716,14	71.076,94	76.875,04	83.146,12	89.928,76

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Para el funcionamiento del centro artesanal tiene previsto producir varios productos, que según el estudio de mercado tienen demanda y estará en

capacidad de producir los siguientes productos: Llaveros, adornos como las pulseras, carteras, diferentes tipos de figuras de animales y bisutería.

5.3 DETERMINACIÓN DE EGRESOS

5.3.1 Costo de producción de los productos

Se tomó en cuenta por cada producto el costo unitario y la cantidad a producir y vender, siendo:

Cuadro N. 23 Costo de Producción

SERVICIOS	2013	2014	2015	2016	2017
1. Llaveros					
Cantidad (u)	1.039	1.075	1.113	1.152	1.192
Costo unitario (\$)	0,22	0,23	0,24	0,25	0,26
Subtotal 1 (\$)	228,58	247,22	267,39	289,20	312,80
2. Adornos (Pulseras)					
Cantidad (u)	4.675	4.839	5.008	5.184	5.365
Costo unitario (\$)	0,18	0,19	0,20	0,21	0,22
Subtotal 2 (\$)	846,26	915,29	989,96	1.070,71	1.158,05
3. Carteras					
Cantidad (u)	2.375	2.458	2.544	2.633	2.725
Costo unitario (\$)	7,12	7,44	7,77	8,12	8,49
Subtotal 3 (\$)	16.906	18.286	19.777	21.391	23.136
4. Figuras de animales					
Cantidad (u)	3.228	3.341	3.458	3.579	3.705
Costo unitario (\$)	0,24	0,25	0,26	0,28	0,29
Subtotal 4 (\$)	778,02	841,49	910,13	984,37	1.064,67
5. Bisutería					
Cantidad (u)	2.672	2.765	2.862	2.962	3.066
Costo unitario (\$)	0,35	0,37	0,38	0,40	0,42
Subtotal 4 (\$)	937,76	1.014,26	1.097,00	1.186,49	1.283,27
Total ingresos	19.697,07	21.303,86	23.041,72	24.921,35	26.954,31

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Los egresos están determinados de acuerdo a los procesos productivos y los requerimientos técnicos que requiere la microempresa para garantizar su funcionamiento.

5.3.2 Costo de distribución

5.3.2.1 Gasto Administrativo

a. Personal Administrativo

Para su cálculo se aplicó tomando en cuenta la remuneración básica, sus beneficios y deducciones, al igual que se aplicó su respectiva proyección tomando en cuenta su tasa de crecimiento del 5,23% del mercado salarial al 2012, obteniendo los siguientes resultados.

Cuadro N. 24 Sueldo real Mensual

Sueldo real mensual	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Gerente	410,00	431,44	454,01	477,75	502,74	529,03
Contador/a (auxiliar)	350,00	368,31	387,57	407,84	429,17	451,61

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Aplicando la información anterior se procedió a calcular la remuneración total a percibir al año, siendo:

Cuadro N. 25 Sueldo Administrativo

años	2013	2014	2015	2016	2017
Rubros					
Salario Básico Unificado	9.596,98	10.098,90	10.627,07	11.182,87	11.767,73
Aporte Patronal (12,15%)	1.166,03	1.227,02	1.291,19	1.358,72	1.429,78
Décimo Tercer sueldo	799,75	841,57	885,59	931,91	980,64
Décimo Cuarto sueldo	799,75	841,57	885,59	931,91	980,64
Fondos de Reserva		799,75	841,57	885,59	931,91
Total sueldos administrativos	12.362,50	13.808,81	14.531,01	15.290,98	16.090,70

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

b. Personal Operativo

De la misma manera que el anterior, se aplicó la tasa de crecimiento de sueldos y salarios del 5,23% del mercado salarial al 2012, siendo

Cuadro N. 26 Remuneración mensual

Remuneración mensual por año	N.	0	2013	2014	2015	2016	2017
Jefe de producción (Bodega)	1	350,00	368,31	387,57	407,84	429,17	451,61
Trabajadores artesanales	2	636,00	669,26	704,27	741,10	779,86	820,64
Vendedor	1	318,00	334,63	352,13	370,55	389,93	410,32

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Aplicando la información anterior se procedió a calcular la remuneración total a percibir al año, siendo:

Cuadro N. 27 Sueldo Operativo

años	2013	2014	2015	2016	2017
Rubros					
Salario Básico Unificado	16.466,39	17.327,58	18.233,82	19.187,44	20.190,95
Aporte Patronal (12,15%)	2.000,67	2.105,30	2.215,41	2.331,27	2.453,20
Décimo Tercer sueldo	1.372,20	1.443,97	1.519,48	1.598,95	1.682,58
Décimo Cuarto sueldo	1.304,00	1.372,20	1.443,97	1.519,48	1.598,95
Fondos de Reserva		1.304,00	1.372,20	1.443,97	1.519,48
Total sueldos Operativo	21.143,26	23.553,05	24.784,87	26.081,12	27.445,16

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Resumen del pago del personal:

Cuadro N. 28 Resumen pago de personal

DESCRIPCION	2013	2014	2015	2016	2017
Personal Administrativo	12.362,50	13.808,81	14.531,01	15.290,98	16.090,70
Personal Operativo	21.143,26	23.553,05	24.784,87	26.081,12	27.445,16
TOTAL	33.505,76	37.361,86	39.315,89	41.372,11	43.535,87

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

c. Depreciación

Cuadro N. 29 Gasto Depreciación

Activo fijo	PROYECCION DEPRECIACIONES				
	2013	2014	2015	2016	2017
Infraestructura	948,75	948,75	948,75	948,75	948,75
Equipos y Herramientas	647,98	647,98	647,98	647,98	647,98
Muebles y Enseres	172,95	172,95	172,95	172,95	172,95
Equipos de Oficina	77,50	77,50	77,50	77,50	77,50
Equipo de cómputo	850,00	850,00	850,00		
Total	2.697,18	2.697,18	2.697,18	1.847,18	1.847,18

Fuente: Tablas anexas

Elaborado por: La autora

d. Suministros de oficina y limpieza

Cuadro N. 30 Gasto Suministros de Oficina y Limpieza

MATERIALES	CANT. SEMESTRAL	COSTO UNITARIO	0	2013	2014	2015	2016	2017
Materiales de oficina:								
Papel (RESMAS)	5	\$ 3,50	\$ 35,00	\$ 36,58	\$ 38,22	\$ 39,94	\$ 41,74	\$ 43,62
Tintas de impresora	-	\$ 22,50	\$ 45,00	\$ 47,03	\$ 49,14	\$ 51,35	\$ 53,66	\$ 56,08
Caja de grapas	-	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 3,14	\$ 3,28	\$ 3,42	\$ 3,58	\$ 3,74
Material de limpieza:								
Escobas plásticas	2	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 8,36	\$ 8,74	\$ 9,13	\$ 9,54	\$ 9,97
Trapeadores	2	\$ 2,50	\$ 10,00	\$ 10,45	\$ 10,92	\$ 11,41	\$ 11,93	\$ 12,46
Desinfectante para pisos y paredes	3	\$ 1,80	\$ 10,80	\$ 11,29	\$ 11,79	\$ 12,32	\$ 12,88	\$ 13,46
Uniformes de operarios:								
Botas (pares)	3	\$ 15,00	\$ 90,00	\$ 94,05	\$ 98,28	\$ 102,70	\$ 107,33	\$ 112,16
Mandiles	3	\$ 18,00	\$ 108,00	\$ 112,86	\$ 117,94	\$ 123,25	\$ 128,79	\$ 134,59
Gorros	3	\$ 2,50	\$ 15,00	\$ 15,68	\$ 16,38	\$ 17,12	\$ 17,89	\$ 18,69
Pantalones plásticos	3	\$ 16,00	\$ 96,00	\$ 100,32	\$ 104,83	\$ 109,55	\$ 114,48	\$ 119,63
útiles de aseo de planta:								
Escobas plásticas	2	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 8,36	\$ 8,74	\$ 9,13	\$ 9,54	\$ 9,97
Trapeadores	2	\$ 2,50	\$ 10,00	\$ 10,45	\$ 10,92	\$ 11,41	\$ 11,93	\$ 12,46
Desinfectantes	5	\$ 1,80	\$ 18,00	\$ 18,81	\$ 19,66	\$ 20,54	\$ 21,47	\$ 22,43
Baldes plásticos	6	\$ 7,50	\$ 90,00	\$ 94,05	\$ 98,28	\$ 102,70	\$ 107,33	\$ 112,16
Mangueras (rollos de 12 metros)	3	\$ 18,25	\$ 109,50	\$ 114,43	\$ 119,58	\$ 124,96	\$ 130,58	\$ 136,46
Totales				\$ 685,83	\$ 716,70	\$ 748,95	\$ 782,65	\$ 817,87

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

e. Servicios Básicos

Cuadro N. 31 Gasto Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL	2013	2014	2015	2016	2017
Energía Eléctrica	\$ 55,00	\$ 660,00	689,70	720,74	753,17	787,06	822,48
Servicio Telefónico	\$ 25,00	\$ 300,00	313,50	327,61	342,35	357,76	373,85
Agua Potable	\$ 30,00	\$ 360,00	376,20	393,13	410,82	429,31	448,63
Internet	\$ 35,00	\$ 420,00	438,90	458,65	479,29	500,86	523,40
Total	\$ 145,00	\$ 1.740,00	\$ 1.818,30	\$ 1.900,12	\$ 1.985,63	\$ 2.074,98	\$ 2.168,36

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Resumen Gastos Administrativos Y Operativos

Cuadro N. 32 Resumen Gasto Administrativo y Operativo

	2013	2014	2015	2016	2017
Subtotal Gastos Administrativos					
Personal administrativo	12.362,50	13.808,81	14.531,01	15.290,98	16.090,70
Personal Operativo	21.143,26	23.553,05	24.784,87	26.081,12	27.445,16
Suministros de oficina y limpieza	685,83	716,70	748,95	782,65	817,87
Servicios básicos	\$ 1.818,30	\$ 1.900,12	\$ 1.985,63	\$ 2.074,98	\$ 2.168,36
Depreciación	2.697,18	2.697,18	2.697,18	1.847,18	1.847,18
Total Gastos Administrativos	38.707,07	42.675,86	44.747,64	46.076,92	48.369,27

Fuente: Cuadros N.28, 29, 30, 31, 32, 33, 34,35

Elaborado por: La autora

5.3.2.2 Gasto de ventas

Este tipo de gasto hace referencia a publicidad a aplicarse a fin de darse a conocer como centro artesanal, y aplicándose su proyección en base a la tasa de inflación anual, obteniendo la siguiente información:

Cuadro N. 33 Gasto de Ventas

Detalle	Valor mensual	Valor anual	Costo Anual \$				
			2013	2014	2015	2016	2017
Publicidad	100,00	1200	1.254,00	1.310,43	1.369,40	1.431,02	1.495,42
	Total		1.254,00	1.310,43	1.369,40	1.431,02	1.495,42

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Resumen da gasto de ventas:

Cuadro N. 34 Resumen de Gasto de Ventas

	2013	2014	2015	2016	2017
Subtotal Gastos de ventas					
Publicidad	1.254,00	1.310,43	1.369,40	1.431,02	1.495,42
Total Gastos de ventas	1.254,00	1.310,43	1.369,40	1.431,02	1.495,42

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.3.2.3 Gasto financiero

Siendo la inversión de 76.089,19 USD, se estableció que el 40% será financiado vía crédito de la Cooperativa Tulcán, manejándose un plazo de cinco años a una tasa de interés del 10,50% anual, siendo hipotecario y quedando como garantía el mismo terreno de propiedad del centro Artesanal, para lo cual se deberá cancelar una cuota anual de 8.131,67 USD, siendo su amortización la siguiente:

Cuadro N. 35 Tabla de amortización del préstamo

Años	Capital Principal \$	Interés \$	Anualidad \$	Capital final \$
				30.435,68
1	\$ 4.935,92	\$ 3.195,75	\$ 8.131,67	25.499,76
2	\$ 5.454,19	\$ 2.677,47	\$ 8.131,67	20.045,56
3	\$ 6.026,88	\$ 2.104,78	\$ 8.131,67	14.018,68
4	\$ 6.659,71	\$ 1.471,96	\$ 8.131,67	7.358,97
5	\$ 7.358,97	\$ 772,69	\$ 8.131,67	0,00
Total	\$ 30.435,68	\$ 10.222,66	\$ 40.658,34	

Fuente: Cooperativa Tulcán al 2012

Elaborado por: La autora

Con los resultados de la tabla de amortización, se procedió a determinar el gasto financiero y el capital principal, quedando:

Cuadro N. 36 Gasto Interés y Capital

CONCEPTO	2013	2014	2015	2016	2017
Interés	3.195,75	2.677,47	2.104,78	1.471,96	772,69
Capital	\$ 4.935,92	\$ 5.454,19	\$ 6.026,88	\$ 6.659,71	\$ 7.358,97

Fuente: Cooperativa Tulcán al 2012

Elaborado por: La autora

5.4 ESTABLECIMIENTO DEL ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Cuadro N. 37 Estado de Situación Inicial

CENTRO ARTESANAL "BOLIVARIANA"

(Expresado en dólares estadounidenses)

ACTIVOS:				PASIVOS:	
ACTIVO CORRIENTE				Préstamo	\$ 30.435,68
		\$ 36.009,89			
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO		\$ 36.009,89			
ACTIVO NO CORRIENTE			\$ 39.364,30		
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO		39.364,30		Total Pasivos	\$ 30.435,68
Terreno		8.855,00			
Obra civil		18.975,00			
Equipamiento		6.479,80			
Muebles y enseres		1.729,50			
Equipo de oficina		775,00			
Equipo de cómputo		2.550,00			
	Total Activos fijos	\$ 39.364,30		PATRIMONIO:	
				Aporte del Sr.	\$ 45.653,52
				Total Patrimonio	\$ 45.653,52
ACTIVO DIFERIDO			\$ 715,00		
	Inversión diferida	\$ 715,00			
TOTAL ACTIVO			\$ 76.089,19	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 76.089,19

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

El Estado de situación inicial es un esquema que explica las partes de un balance contable, este estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado.

5.5 ESTADO DE RESULTADOS

Cuadro N. 38 Estado de Resultados CENTRO ARTESANAL "BOLIVARIANA"

(Expresado en dólares estadounidenses)

DESCRIPCION	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS					
VENTA DE PRODUCTOS	65.716,14	71.076,94	76.875,04	83.146,12	89.928,76
(-) COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN	19.697,07	21.303,86	23.041,72	24.921,35	26.954,31
Utilidad (pérdida) Bruta	46.019,07	49.773,08	53.833,32	58.224,77	62.974,46
(-) GASTOS OPERACIONALES	39.961,07	43.986,29	46.117,04	47.507,94	49.864,69
Gasto Administrativo	38.707,07	42.675,86	44.747,64	46.076,92	48.369,27
Gasto de ventas	1.254,00	1.310,43	1.369,40	1.431,02	1.495,42
Utilidad (pérdida) operacional	6.058,00	5.786,79	7.716,28	10.716,83	13.109,77
(+/-) FINANCIERO					
Gastos financieros	3.195,75	2.677,47	2.104,78	1.471,96	772,69
Intereses Pagados	3.195,75	2.677,47	2.104,78	1.471,96	772,69
Utilidad (pérdida) antes de participación trabajadores	2.862,25	3.109,32	5.611,49	9.244,87	12.337,07
(-) 15% Provisión	-	-	-	-	-
(=) Utilidad (pérdida) antes de Impuesto a la renta	2.862,25	3.109,32	5.611,49	9.244,87	12.337,07
(-) % Impuesto a la renta	-	-	-	-	130,85
Utilidad o pérdida neta	2.862,25	3.109,32	5.611,49	9.244,87	12.206,22

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

De acuerdo a la Ley de defensa del Artesano, un centro artesanal está exento del pago de repartición de utilidades y se sujeta al pago de impuesto a la renta según la base imponible para personas naturales (al 2012 de \$9.720).

El estado de resultados, permite mostrar una relación clara y ordenada de los ingresos y egresos que se darán cada año. Este estado financiero permite analizar y verificar el comportamiento de las operaciones de ingresos y egresos y el efecto de estas en los resultados que pueden reflejarse en utilidad o pérdida.

Como se puede notar en el recuadro, se tiene la rentabilidad que se requiere para su funcionamiento y refleja la disponibilidad de recurso para que el proyecto sea aceptado.

5.6 FLUJO DE CAJA PROYECTADO CON PROTECCIÓN

**Cuadro N. 39 Flujo de Caja
CENTRO ARTESANAL “BOLIVARIANA”**

AÑOS	0	2013	2014	2015	2016	2017
RUBROS						
VENTAS		65.716,14	71.076,94	76.875,04	83.146,12	89.928,76
VALOR SALVAMENTO						18.723,40
COSTOS DE PRODUCCIÓN		19.697,07	21.303,86	23.041,72	24.921,35	26.954,31
GASTO ADMINISTRACIÓN		38.707,07	42.675,86	44.747,64	46.076,92	48.369,27
GASTO DE VENTAS		1.254,00	1.310,43	1.369,40	1.431,02	1.495,42
GASTOS FINANCIEROS		3.195,75	2.677,47	2.104,78	1.471,96	772,69
UTILIDAD ANTES DE REP.UT.e IMP		2.862,25	3.109,32	5.611,49	9.244,87	31.060,47
REPARTO DE UTILIDADES		-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		2.862,25	3.109,32	5.611,49	9.244,87	31.060,47
IMPUESTO		-	-	-	-	130,85
UTILIDAD NETA		2.862,25	3.109,32	5.611,49	9.244,87	30.929,62
DEPRECIACIONES		2.697,18	2.697,18	2.697,18	1.847,18	1.847,18
AMORTIZACIÓN ACT.NOMINAL		143,00	143,00	143,00	143,00	143,00
RECUPERACIÓN CAPITAL DE TRABAJO						36.009,89
TOTAL INGRESOS NETOS		5.702,43	5.949,50	8.451,67	11.235,05	68.929,69
PRESTAMO	30.435,68					
AMORTIZACION PRESTAMO		4.935,92	5.454,19	6.026,88	6.659,71	7.358,97
INVERSION	76.089,19					
FLUJO DE CAJA	- 76.089,19	10.638,35	11.403,69	14.478,56	17.894,75	76.288,67

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja o flujo de fondos los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período determinado.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos que se tendrá cada año; y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de este centro artesanal.

El presente estudio de los flujos de caja dentro de este centro puede ser utilizado para determinar:

El flujo de caja es la acumulación neta de los activos líquidos que posee la empresa en un periodo determinado e indica de donde provienen los ingresos y en qué cosas se gastan los fondos, por lo tanto constituye un indicador de suma importancia para la liquidez de la empresa. Para el presente proyecto se realizó un flujo de caja proyectado a 5 años que es la duración del proyecto.

5.7 ANÁLISIS FINANCIERO

5.7.1 Cálculo del Costo de Oportunidad

Mide la importancia relativa que tiene cada fuente de financiamiento (pasivos y/o capital contable) en la estructura financiera de este proyecto; es la tasa media ponderada de financiación de este centro artesanal; también se le llama tasa mínima de rentabilidad. La presente propuesta tendrá un monto de inversión de 76.089,19 USD y se tiene previsto financiarlos de la siguiente manera:

Cuadro N. 40 Ponderación del Costo de Capital

DESCRIPCION	VALOR \$	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO
INV. PROPIA	\$ 45.653,52	60	4,53	271,80
INV. FINANCIERA	\$ 30.435,68	40	10,50	420,00
	\$ 76.089,19			691,80
			CK	6,92

Inflación 4,50%

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

$$TRM = (1+0,062) (1+0,045) -1$$

TRM = 11,73%, representa el costo del mercado financiero

Como se puede apreciar, la estructura de capital de esta importante microempresa está conformada por un 40% de deuda y 60% de aporte de los involucrados.

Para determinar el promedio ponderado de los diferentes costos de las fuentes de financiación, se halla multiplicando el porcentaje de participación (% relativo) de cada componente de financiación por su correspondiente costo financiero, después se suman estos resultados. La sumatoria es el costo ponderado de capital.

El costo promedio ponderado de este centro artesanal es del 11,73%.

Realizado los respectivos procedimientos matemáticos, este centro artesanal deberá contar con una tasa de rentabilidad igual o mayor al 11,73%, si se requiere cubrir con las expectativas que tiene los asociados.

En definitiva el costo de oportunidad es el porcentaje que se ha dejado de percibir sobre los resultados presupuestados. Es la diferencia en dólares entre la utilidad presupuestada y la utilidad dada. "El costo de oportunidad se considera como el principal indicador que contribuye a cuestionar el objetivo empresarial de optimizar recursos invertidos por el centro"

5.7.2 Valor Anual Neto (VAN)

En base a los datos obtenidos del flujo de efectivo de los 5 años de vida útil del proyecto, incluido el año base, y el TMAR (i) del 11,73%, se obtuvo el siguiente VAN:

Según Baca Urbina, Gabriel la fórmula del VAN queda expresado así:

$$VAN = -I + \frac{\sum E.E}{(1+r)^n}$$

VAN = Valor Actual Neto

II = Inversión Inicial (Capital Inicial o propio)

Σ E.E = Sumatoria de las Entradas de Efectivo

r = Tasa Mínima de Rendimiento

n = Horizonte de la inversión

$$VAN = -76.089,19 + \frac{10.638,35}{(1+0,1173)^1} + \frac{11.403,69}{(1+0,1173)^2} + \frac{14.478,56}{(1+0,1173)^3} + \frac{17.894,75}{(1+0,1173)^4} + \frac{76.288,67}{(1+0,1173)^5}$$

$$VAN = -\$ 76.089,19 + \$ 84.329,39$$

VAN = \$ 8.240,19 Significa que el proyecto resulta ser factible de realizarlo, ya que la sumatoria de las entradas de efectivo actualizadas superan a la inversión inicial en \$8.240,19 dándonos un VAN positivo.

5.7.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Cuadro N. 41 Tasa Interna de Retorno

Años Flujos	FLUJOS NETOS.	POSITIVO (14%)	NEGATIVO (15%)
0	(76.089,19)	(76.089,19)	(76.089,19)
2013	10.638,35	9.331,89	9.250,74
2014	11.403,69	8.774,77	8.622,83
2015	14.478,56	9.772,61	9.519,89
2016	17.894,75	10.595,13	10.231,38
2017	76.288,67	39.621,94	37.928,95
	-	2.007,15	535,40

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

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

Dónde:

Ti =Tasa Inferior

Ts =Tasa Superior

VAN Ti= VAN de la tasa inferior

VAN Ts=VAN de la tasa superior

$$\begin{aligned} \text{TIR} &= 14,00 + (15-14) \frac{2.007,15}{2.007,15 + 535,40} \\ \text{TIR} &= 14,00 + 1 \left(\frac{2.007,15}{2.542,55} \right) \end{aligned}$$

TIR	14,79%
------------	---------------

Este método consiste en encontrar una tasa de interés en la cual se cumplen las condiciones buscadas en el momento de iniciar o aceptar un proyecto de inversión. Tiene como ventaja frente a otras metodologías como la del Valor Presente Neto (VPN), porque en este se elimina el cálculo de la Tasa de Costo de Oportunidad, esto le da una característica favorable en su utilización por parte de los administradores financieros.

La Tasa Interna de Retorno es aquella tasa que está ganando un interés sobre el saldo no recuperado de la inversión en cualquier momento de la duración del proyecto. En la medida de las condiciones y alcance del proyecto, estos deben evaluarse de acuerdo a sus características.

Esta es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones financiera dentro de la ejecución de proyectos.

5.7.4 Beneficio-Costo

Cuadro N. 42 Beneficio -costo

Años	Ingresos	Egresos	Factor actualización $1/(1+r)^{(n)}$	Ingresos actualizados	Egresos actualizados
0	\$ 30.435,68	\$ 76.089,19	1,000	30.435,68	76.089,19
2013	65.716,14	43.156,82	0,895	58.816,18	38.625,51
2014	71.076,94	46.663,76	0,801	56.934,85	37.379,14
2015	76.875,04	48.221,83	0,717	55.113,71	34.571,48
2016	83.146,12	48.979,90	0,642	53.350,81	31.428,01
2017	89.928,76	50.637,38	0,574	51.644,30	29.080,04
TOTAL	417.178,67	237.659,69		306.295,53	247.173,37

$$\text{Beneficio/costo} = \frac{VAN \text{ Ingresos}}{VAN \text{ Egresos}}$$

Cuadro N. 43 Beneficio-costo

Beneficio/ costo =	<u>306.295,53</u>
	247.173,37
Beneficio/ costo =	1,24

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Es muy importante evaluar este proyecto con el método del Beneficio/Costo, ya que este método permite vigilar que el proyecto tenga la rentabilidad esperada y se cumpla con las expectativas de los inversionistas y se recomienda una evaluación permanente.

Por lo que significa que por cada dólar invertido, se tendrá 1,24 dólares más de beneficio.

5.7.5 Periodo de Recuperación de la Inversión

Cuadro N. 44 Flujos actualizados

Años Flujos	FLUJOS NETOS.	FCA
1	10.638,35	9.521,36
2	11.403,69	10.206,34
3	14.478,56	12.958,36
4	17.894,75	16.015,87
5	76.288,67	68.278,63
	130.704,02	116.980,56

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Para lo cual se tiene que considerar los ingresos que se tendrá cada año en la ejecución de la presente propuesta, y se procede sumando el ingreso de cada año, hasta llegar a la cantidad invertida en el proyecto y si no es exacto se procede con el siguiente procedimiento:

Cuadro N. 45 Periodo de Recuperación de la Inversión

3	años	36.520,60
1,51	años	39.568,60
4,51		76.089,19

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Se suman los ingresos de cada año, hasta el tercer año se tiene 36.520,60 que se aproxima a la cantidad invertida, por lo que se estaría recuperando la inversión en un poco más de tres años y para determinar el tiempo faltante en meses, se aplica el siguiente procedimiento para cubrir la cantidad invertida.

Por lo tanto se puede determinar que la inversión se recupera en cuatro años con 6 meses y 3,6 días.

5.7.6 Punto de equilibrio

Para la determinación del punto de equilibrio, se aplicará la clasificación del coto fijo y variable de la información del primer año proyectado, siendo:

Cuadro N. 46 Datos de los Costos Fijos y Variables

DETALLE	2013
INGRESOS	65.716,14
VENTAS	65.716,14
COSTOS FIJOS	
Sueldos administrativos	12.362,50
Sueldos personal operativo	21.143,26
Depreciación	2.697,18
Amortización diferidos	143,00
Publicidad	1.254,00
total Costo Fijo	37.599,94
COSTOS VARIABLES	
Servicios Básicos	1.818,30
Gasto interés	4.935,92
Suministros de oficina y de limpieza	685,83
Total de Costos Variables	7.440,05
Costo Total	45.040,00

Fuente: Estado de resultados proyectado
Elaborado por: La autora

Tomando como base el ingreso por ventas por producto y su porcentaje de participación de cada producto, se aplicó una ponderación al costo fijo y variable y se aplicó en la las siguientes fórmulas de punto de equilibrio, siendo:

$$PE \text{ unidades} = \frac{\text{CostoFijo}}{Pvu - Cvu} \quad PE\$ = PEunidades * Pvu$$

Cuadro N. 47 Punto de Equilibrio por Producto Artesanal

Productos	AÑO 1	Participación	Costo fijo	Costo variable	Costo total	PE \$	PE unidades
1. Llaveros							
Cantidad (u)	1.039						
Precio (\$)	3						
Subtotal 1 (\$)	3.117	4,74%	1.783,40	352,89	2.136,28	2.011,08	670
2. Adornos (Pulseras)							
Cantidad (u)	4.675						
Precio (\$)	3						
Subtotal 2 (\$)	14.026	21,34%	8.025,28	1.588,00	9.613,28	9.049,86	3.017
3. Carteras							
Cantidad (u)	2.375						
Precio (\$)	13						
Subtotal 3 (\$)	30.873	46,98%	17.664,12	3.495,27	21.159,39	19.919,28	1.532
4. Figuras de animales							
Cantidad (u)	3.228						
Precio (\$)	3						
Subtotal 4 (\$)	9.685	14,74%	5.541,27	1.096,47	6.637,74	6.248,72	2.083
5. Bisutería							
Cantidad (u)	2.672						
Precio (\$)	3						
Subtotal 5 (\$)	8.015	12,20%	4.585,88	907,43	5.493,30	5.171,35	1.724
Total ingresos	65.716,14	100,00%	37.599,94	7.440,05	39.546,69	42.400,29	7.302

Fuente: Cuadro de Estado de resultados proyectados

Elaboración: La autora

El centro Artesanal tendrá que producir 7.302 unidades de producto artesanal con un ingreso de 42.400,29 USD a fin de lograr cubrir sus costos fijos y variables.

Cuadro N.48 Resumen de los Indicadores Económicos

Indicador	Valor
VAN	\$8.240,19
TIR	14,79%
B/C	1,24 veces
PRI	4,51 años
P.E.	PE U = 7.302 unidades P.E. \$ = \$42.400,29

CAPÍTULO VI

6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

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

El Centro Artesanal que se encuentra en proceso de creación tiene la finalidad de producir y comercializar artesanías de diferentes materiales en el Cantón Bolívar.

6.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

El Centro Artesanal que se creará, tiene el nombre de Centro Artesanal “La Bolivariana” y estará ubicada en el sector norte de la ciudad.

6.1.1 Aspectos Filosóficos

6.1.1.1 Misión

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

6.1.1.2 Visión

Ser una empresa líder nacional en la distribución de artesanías bolivarenses con la calidad, seguridad y confiabilidad que se le brindará a cada persona que se interese en nuestros productos, demostrando que

en Ecuador se saben hacer las cosas de excelente manufactura y así dejar un sello en cada persona, ciudad o país al que vendamos.

6.1.1.3 Objetivos

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

6.1.1.4 Políticas

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

6.1.1.5 Valores

- **Confianza:** Plena seguridad en los principios morales del centro artesanal.
- **Comunicación:** Intercambio de nuevas ideas, para el crecimiento mutuo y permanente del centro.
- **Enseñanza-Aprendizaje:** Posibilidad de intercambiar experiencias, conocimientos y destrezas que apunten siempre a mejorar calidades de vida.
- **Honestidad:** Sentido crítico y constructivo para hacer observaciones y sugerencias, que permitan mejorar el desempeño del centro. Todo ello enmarcado en el código ético, sugerido por las autoridades competentes.

- **Innovación:** Creación continua de nuevos proyectos y mejoramiento de los diseños tradicionales, de acuerdo con las exigencias de los diferentes clientes y mercados, pero conservando siempre la tradición hecha a mano.
- **Responsabilidad:** Conciencia de cumplir de manera eficaz y eficiente con las tareas asignadas, tanto en la elaboración como en la comercialización y distribución de los productos.

6.1.1.6 Principios

- **Respeto:** Refleja el amor y la pasión que entrega cada uno de los integrantes del centro artesanal, para con los clientes, proveedores y entre la misma organización interna. Es lo que esperamos, recibimos y brindamos a los demás.
- **Compromiso:** Logrando a través de los beneficios que conlleva desempeñarse de la mejor manera por medio de las labores y tareas asignadas en la empresa, permite cumplir los objetivos y generar resultados tangibles.
- **Orientación al Cliente:** Es la cultura organización del centro y su valor más importante, la plena satisfacción de los gustos de los clientes, siempre enfocados en sus necesidades y en la preferencia de estos por la empresa.
- **Trabajo en equipo:** Es necesario para brindar la mejor calidad en los servicios y en la atención para con los clientes internos y externos, todas las personas desarrollan sus labores como eslabones de una cadena, para lograr un objetivo común.
- **Honestidad y ética:** Moderación, decencia, urbanidad, decoro. Importante reflejar este valor ya que para los clientes es indispensable saber que existe honestidad en el centro artesanal.

6.2 FACTORES ORGANIZACIONALES

6.2.1 Sistemas de Control

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

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

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

6.2.2 Control Administrativo

(MORALES, Arturo, 2009), define al Control administrativo como: “Comprende el plan de organización y todos los métodos y procedimientos que están relacionados principalmente con la eficiencia de las operaciones, la adhesión a las políticas gerenciales y que por lo común, solo tiene que ver indirectamente con los registros financieros.”

Este control no está limitado al plan de la organización y procedimientos que se relaciona con el proceso de decisión que lleva a la autorización de

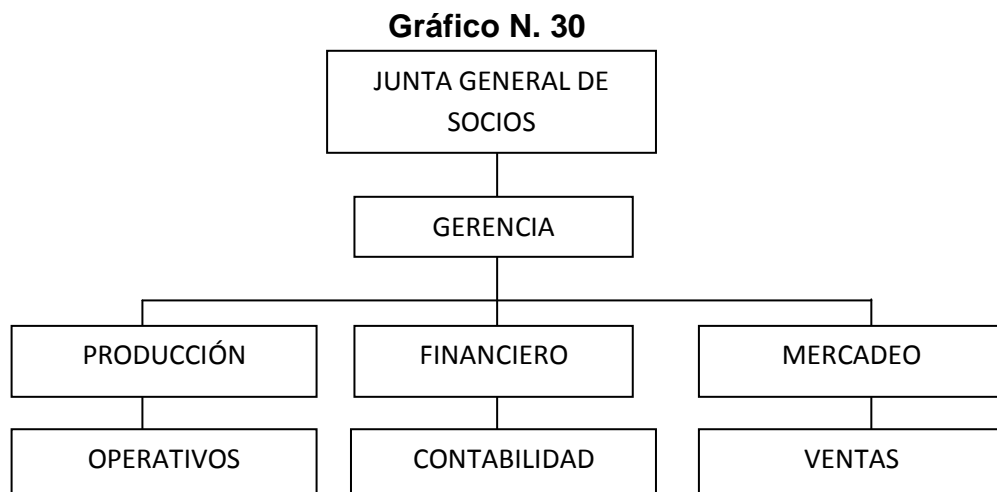
intercambios, entonces el control interno administrativo se relaciona con la eficiencia en las operaciones establecidas por el ente.

6.2.3 Control Contable

(BESLEY, Brigham, 2009), afirma: “El Control Contable comprende el plan de organización y todos los métodos y procedimientos que tienen que ver principalmente y están relacionados directamente con la protección de los activos y la confiabilidad de los registros financieros, generalmente incluyen controles tales como los sistemas de autorización y aprobación, segregación de tareas relativas a la anotación de registros e informes contables de aquellas concernientes a las operaciones custodia de los activos, los controles físicos sobre los activos y la auditoría interna” con la aplicación de las NEC (Normas Ecuatorianas de Contabilidad), NIC (Normas Internacionales de Contabilidad), NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera) que garantizan la confiabilidad de la información financiera.

6.3 ADMINISTRACIÓN

6.3.1 Organigrama Estructural



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

6.3.2 Manual de Funciones

a. Nivel Directivo

Junta general de socios es el máximo órgano de decisión de la Sociedad en las materias propias de su competencia

b. Nivel Ejecutivo

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

c. Nivel de Apoyo

Contabilidad, contador manejo de registros y otros aspectos que facilitan el conocimiento de la situación financiera del centro artesanal.

d. Nivel Operativo

Departamento de Ventas

Departamento de Producción

6.3.3 Descripción de Funciones

a. JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Identificación del cargo:

Departamento: Directivo

Cargo: Dirección del centro artesanal

Objetivo del cargo: Asignar y designar de manera eficiente y eficaz los recursos del centro artesanal

Funciones principales:

- Expedir, adicionar y reformar el estatuto interno del centro artesanal.
- Discutir y aprobar los planes de desarrollo del centro artesanal.
- Aprobar los planes operativos anuales.
- Analizar y aprobar el proyecto del presupuesto anual, y las operaciones presupuestales de crédito de la Empresa de acuerdo con el plan de desarrollo y el plan operativo de la vigencia.
- Aprobar la planta de personal y la modificación de la misma, para su posterior adopción por el Gerente.
- Aprobar los manuales de funciones y procedimientos para su posterior adopción por el Gerente.
- Establecer y modificar el reglamento de trabajo de la Empresa.
- Establecer, modificar y aprobar los demás reglamentos que considera la Empresa para su normal funcionamiento.
- Analizar los informes financieros y los informes de ejecución presupuestal presentados por el Gerente y emitir concepto sobre los mismos y sugerencias para mejorar el desempeño institucional.
- Supervisar el cumplimiento de los planes y programas definidos por el centro.
- Asesorar al Gerente en los aspectos que se considere pertinentes o en los asuntos que a juicio del Gerente lo amerite.

Perfil del cargo:

- Formación: Educación superior o técnica artesanal
- Especialidad: Maestro artesanal calificado
- Experiencia: Mínimo 3 años

Competencias o habilidades:

- Discreción y honestidad comprobadas.
- Muy buenas relaciones humanas.
- Debe contar con experiencia en la dirección de centros artesanales
- Habilidad para dirigir personal.

b. GERENCIA.-

Identificación del cargo:

Departamento: Ejecutivo

Cargo: Gerente General

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

Funciones principales:

- Ser el representante legal del centro artesanal.
- Convocar a las reuniones ordinarias y extraordinarias de los trabajadores del centro artesanal.
- Dirigir la elaboración del plan estratégico del centro artesanal.
- Conocer la situación financiera de la microempresa y aprobar el informe anual presentado por el contador.
- Controlar y despedir al personal de las diferentes áreas del centro artesanal.
- Aplicar y supervisar el cumplimiento de leyes, reglamentos, y normas de control interno.
- Analizar los informes financieros y los informes de ejecución presupuestal presentados por el Gerente y emitir concepto sobre los mismos y sugerencias para mejorar el desempeño institucional.
- Supervisar el cumplimiento de los planes y programas definidos por el centro.

Perfil del cargo:

- Formación: Educación superior
- Especialidad: Licenciado en Administración de Empresas o afines
- Experiencia: Mínimo 5 años

Competencias o habilidades:

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

c. FINANCIERO.-

Identificación del cargo:

Departamento: Operativo

Cargo: Contador

Objetivo del cargo: Manejar económica y financieramente al centro artesanal

Funciones principales:

- Planificar la ejecución de las labores contables del centro, y supervisar el adecuado registro de las transacciones económico financieras en forma oportuna.
- Presentar informes oportunos de la situación económicos financiera del centro artesanal.
- Desarrollar la contabilidad de acuerdo al sistema contable del centro artesanal.
- Revisar y legalizar facturas, roles de pago y demás documentos que requieran un registro contable.
- Realizar el pago oportuno de impuestos y tributos.
- Revisar y legalizar los estados financieros.

- Presentar estados financieros anuales al Gerente para su aprobación.
- Realizar toma física de inventarios cada seis meses, y a fin de año para el cierre del ejercicio.

Perfil del cargo:

- Formación: Educación superior
- Especialidad: Licenciado en Contabilidad o Contador Público Autorizado CPA
- Experiencia: Mínimo 3 años

Competencias o habilidades:

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

d. PRODUCCIÓN

Identificación del cargo:

Departamento: Operativo

Cargo: Jefe de producción

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

Funciones principales:

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

Perfil del cargo:

- Formación: Educación superior
- Especialidad: Técnico artesanal calificado
- Experiencia: Mínimo 3 años

Competencias o habilidades:

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

e. ARTESANOS

Identificación del cargo:

Departamento: Operativo

Cargo: Productor artesanal

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

Funciones principales:

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

Perfil del cargo:

- Formación: Educación técnica superior
- Especialidad: Técnico artesanal calificado
- Experiencia: Mínimo 3 años

Competencias o habilidades:

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

f. MERCADEO

Identificación del cargo:

Departamento: Operativo

Cargo: Vendedor

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

Funciones principales:

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

Perfil del cargo:

- Formación: Educación técnica superior
- Especialidad: Tecnólogo o Ingeniero en Marketing
- Experiencia: Mínimo 3 años

Competencias o habilidades:

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

6.3.4 Aspectos Legales

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

6.3.4.1 Constitución Jurídica

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

Domicilio

Toda empresa que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en un cantón del territorio ecuatoriano.

Objetivo

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

Proceso

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

✓ **Apertura de Cuenta**

Se debe abrir una cuenta de integración de capital, en beneficio de la empresa.

✓ **Escritura Pública**

El futuro gerente de la microempresa deberá acudir ante un notario y hacer una escritura pública de constitución.

✓ **Aprobación**

La escritura se la presenta ante un Juez de lo Civil solicitándole su constitución, para lo cual el funcionario debe hacer una publicación en un diario de un extracto de la empresa.

✓ **Oposición**

Cualquier persona que se sienta afectada con la constitución de la nueva empresa tiene un plazo de 20 días para oponerse a su formación, ante un juez.

✓ **Inscripción**

Con la autorización del Juez Civil el futuro gerente debe inscribirla en el Registro Mercantil. Para comenzar debe tener un RUC Registro Único de Contribuyentes.

6.3.4.2 Normativa Tributaria

✓ **Registro Único de Contribuyentes.-**

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

✓ **Patente Municipal**

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

✓ **Pago de Bomberos**

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

✓ **Obligaciones Tributarias**

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

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

El proyecto, presenta un análisis de los principales impactos relacionados con lo económico, social, cultural y comercial, determinado sus principales factores, los mismos que se encuentran bajo un sistema de puntaje determinado con una escala de valores desde negativo, cero y positivo, siendo:

-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

7.1 IMPACTO ECONÓMICO

Con la implementación de este Centro Artesanal se fortalece el sistema económico en el cantón Bolívar; con esta actividad se mejora considerablemente los ingresos tanto para sus trabajadores como para la población en general, su beneficio es directo e indirecto y toma un enfoque territorial en el sector.

En la actualidad el desarrollo social y comunitario requiere la implementación de proyectos de largo tiempo y que contribuyan también al fisco, mediante la declaración de impuestos, tanto con el IVA como con el impuesto a la renta, ello permitirá el crecimiento económico local, cantonal y provincial y de esta manera se está logrando reactivar el resto de actividades económicas en el sector.

Cuadro N. 49 Impacto económico

FACTORES	NEGATIVO			NEUTRO 0	POSITIVO			TOTAL
	-1	-2	-3		1	2	3	
Oferta de Empleo							X	3
Estabilidad económica familiar							X	3
Incremento de sus ingresos						X		2
TOTAL PROMEDIO	0	0	0	0	0	2	6	8

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Resultados e interpretación:

TOTAL: 8

8 dividido para el número de factores: $8/3 = 2,67 = 3$

Considerando que el puntaje máximo es **3**, el valor 2,67 señala un impacto muy cercano al ALTO POSITIVO.

El impacto económico es medio alto, puesto que se tiene un promedio de valoración de 3 debido a que la implementación del presente proyecto contribuye al bienestar de la sociedad en la parte económica.

7.1.1 Oferta de Empleo

Con la creación del Centro Artesanal, se prevé el fomento de empleo para aquellas familias dedicados a dicha profesión, incrementando sus plazas de trabajo e incentivando a que surjan nuevos productos y diseños, propios del medio.

7.1.2 Estabilidad Económica Familiar

Con el empleo directo, se logrará la obtención de ingresos y por ende la estabilidad familiar a nivel económico, los mismos que le permitan mejorar sus hogares y su situación.

7.1.3 Incremento de sus ingresos

Al crearse una nueva oportunidad de negocio, se logrará mejorar el ingreso por persona del cantón Bolívar, ya que se contará con una propia plaza de trabajo.

7.2 IMPACTO SOCIAL

En lo social, se logra generar fuentes de trabajo para los miembros de la organización y las diferentes actividades comerciales de la zona. La dedicación a la elaboración de artesanía en la microempresa se genera el efecto multiplicador en todos los sectores de la economía, permitiendo de esta mejorar la calidad de vida de todos los involucrados.

Se logrará el crecimiento de la comunidad, al salir del estancamiento y atraso económico y social del cantón Bolívar; de igual manera se está aprovechando los conocimientos, experiencias y capacidades de la población, disminuyendo así la pobreza existente en el sector.

Cuadro N. 50 Impacto social

FACTORES	NEGATIVO			NEUTRO 0	POSITIVO			TOTAL
	-1	-2	-3		1	2	3	
Bienestar comunitario							X	3
Seguridad familiar						X		2
Calidad de vida						X		2
TOTAL PROMEDIO	0	0	0	0	0	4	3	7

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Resultados e interpretación:

TOTAL: 7

7 dividido para el número de factores: $7/3= 2,33$

Considerando que el puntaje máximo es 3, el valor 2,33 señala un impacto muy cercano al MEDIO POSITIVO.

7.2.1 Bienestar Comunitario

Con el aparecimiento de nuevas fuentes de trabajo, se genera a la vez mejoramiento del bienestar de la comunidad, en donde por afluencia de turismo, las autoridades de turno y los dueños de los locales mediante convenios acuerdan mejorar el sitio con bancas, piletas, baños, entre otros, a fin de brindar comodidad al cliente tanto interno como externo.

7.2.2 Seguridad Familiar

Con el aparecimiento del centro, se prevé mejorar la seguridad de quienes ofrecen sus productos, a fin de estar siempre protegidos y tener recursos que le permitan solventar sus necesidades.

7.2.3 Calidad de Vida

A nivel del sector céntrico de los pequeños y medianos artesanos, se espera lograr que se fomente la empresa, brindando un Centro artesanal que capacite a sus asociados, se incentive a mejorarse como productos y comerciante de estos productos, muy demandados por los turistas.

7.3 IMPACTO CULTURAL

Al elaborar este tipo de artesanías se podrá conocer las tradiciones y costumbres de la localidad, la forma de ser de un pueblo, la cultura e identidad que éste tiene; de esta manera se posiciona la imagen del cantón a nivel nacional e internacional y por ende se tendrá la visita de más turistas. Por tanto se conocerá la capacidad, creatividad y habilidad de todos los involucrados en la presente propuesta, fortaleciendo también la identidad y el desarrollo económico local.

Cuadro N. 51 Impacto cultural

FACTORES	NEGATIVO			NEUTRO 0	POSITIVO			TOTAL
	-1	-2	-3		1	2	3	
Mejorar el estilo de vida						X		2
Rescate de las tradiciones						X		2
Mejora de la autoestima						X		2
TOTAL PROMEDIO	0	0	0	0	0	6		6

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Resultados e interpretación:

TOTAL: 6

6 dividido para el número de factores: $6/3= 2,00$

Considerando que el puntaje máximo es **3**, el valor 2,00 señala un impacto muy cercano al MEDIO POSITIVO.

La ejecución del presente proyecto también tiene un impacto medio en la cultura con una valoración de 3 puntos sobre 5; debido a que poner en marcha un proyecto de esta magnitud influye en la manera de vivir de las personas y por ende en su cultura.

7.3.1 Mejora del estilo de vida

Se programa alcanzar nuevos estilos de vida, en relación a los habitantes del sector, ya que cada uno tratará de ser mejor que la competencia.

7.3.2 Rescate de las tradiciones

Siendo un sector lleno de tradiciones, se establecerá eventos compartidos con los pobladores y los socios del Centro, a fin de rescatar nuestras tradiciones.

7.3.3 Mejora de la autoestima

Esta creación hará que los pequeños empresarios, confíen en ellos mismos y procedan a levantarse frente a las adversidades.

7.4 IMPACTO COMERCIAL

El Centro Artesanal fortalecerá sus actividades comerciales en el sector del Parque Paleontológico del cantón Bolívar y por ende se impulsa el comercio en el sector y el Cantón Bolívar y se iniciará en una competencia con este tipo de productos de otras ciudades del país.

Cuadro N. 52 Impacto comercial

FACTORES	NEGATIVO			NEUTRO 0	POSITIVO			TOTAL
	-1	-2	-3		1	2	3	
Incentivar a la Iniciativa comercial							X	2
Mejorar la productividad y competitividad							X	3
Incrementar los ingresos							X	3
TOTAL PROMEDIO	0	0	0	0	0	6		8

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Resultados e interpretación:

TOTAL: 8

8 dividido para el número de factores: $8/3 = 2,67 = 3$

Considerando que el puntaje máximo es **3**, el valor 2,67 señala un impacto muy cercano al MEDIO POSITIVO

7.4.1 Incentivo a la iniciativa comercial

Con la creación del Centro, permitirá incentivar a que las demás personas piensen en nuevas actividades que complementen las actividades del centro.

7.4.2 Mejora de la productividad y competitividad

El ahorro y mejoramiento continuo, serán los lemas que deberán aplicar los artesanos en el centro Artesanal la Bolivariana.

7.4.3 Incremento de los ingresos

En conjunto mejorará los ingresos de cada uno de sus integrantes, siendo una forma legal de obtener ingresos y ganancias.

7.5 IMPACTO TOTAL

Cuadro N. 53 Impacto Total

Factores	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3
Económico							x
Social						x	
Cultural						x	
Comercial							x
Total						+4	+6

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Respuesta:

$$10/4 = 2.5 = 3$$

Promedio Total = 3

El impacto general del presente proyecto tiene una valoración de 3 puntos, de lo cual se puede decir que el proyecto es viable para ser ejecutado.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- En el diagnóstico, se pudo detectar que uno de los sitios de mayor concurrencia de los turistas visitantes al cantón Bolívar resulta ser el parque Mega Fauna, el mismo que presenta diversas oportunidades en cuanto a nuevas líneas de trabajo tanto de tipo artesanal como otros comercios relacionados con el fomento turístico.
- En el estudio de mercado, se detectó la existencia de demanda de productos artesanales por parte de los turistas, siendo las más representativas los adornos, figuras de animales, la bisutería y los bolsos, productos elaboradas en madera, lana y cuero.
- Del estudio técnico de ingeniería del proyecto, se estableció que el proyecto tendrá una capacidad de producción del 60% de la demanda, aplicando un proceso artesanal para cada uno de los productos elaborados, requiriendo una ubicación estratégica junto al Parque Mega Fauna, con un presupuesto de inversión de \$76.089,19.
- Del estudio económico, el costo de la inversión resulta ser factible por efecto del alcance del VAN, la TIR, el Beneficio costo, el periodo de recuperación de la inversión, y el Punto de equilibrio que alcanzarían.
- En lo que respecta a la estructura organizacional, el centro tendrá una estructura formal definida, tanto a nivel directivo, ejecutivo y operativo, con su respectivo marco legal de funcionamiento.
- El proyecto generará impactos positivos en torno a lo económico, social, cultural y comercial, manteniendo una calificación aceptable.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable, que el Municipio del cantón Bolívar, mejore el ornato y organizase de mejor manera la comercialización de productos en el parque Mega Fauna, con lo cual fomente el turismo y por ende el empleo.
- El centro artesanal deberá impulsar el diseño y la producción de nuevos productos que se relacionen con las costumbres y tradiciones del cantón, empleando materiales existentes en la zona.
- En su fase técnica, el proyecto deberá emplear materiales, equipos y talento humano comprometido en producir productos de calidad, manejándose nuevos conceptos de imagen de artesanos y comercializadores turísticos.
- A fin de cumplir con los indicadores económicos del proyecto, el centro artesanal deberá emplear todos los mecanismos de manejo comercial a fin de atraer al turista y genere ingresos que permitan cubrir sus costos y su inversión.
- A nivel organizacional, el centro artesanal deberá definir desde un inicio el tipo de organización a llevar, asignar las funciones y responsabilidades y determinar el marco legal a seguir para su respectivo funcionamiento.
- A fin de lograr impactos favorables, será necesario implementar programas culturales con eventos folklóricos y tradicionales del cantón Bolívar.

BIBLIOGRAFÍA

- BESLEY, Brigham. (2009). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Cengage Learning, 14° edición.
- BRAVO, V. Mercedes. (2007). *Contabilidad General*. Quito - Ecuador: Nuevo Día.
- CARBALLAL DEL RÍO, E. (2008). *La productividad*. Cuba: Publicaciones Sandes.
- CENTRO DE DESARROLLO ARTESANAL CEDART. (2010). *Manejo de Centros Artesanales*. México.
- Dick, S. (2013). *Marketing para el consumidor que está envejeciendo*. México: Palgrave Macmillan.
- ESCALONA, I. (2009). *Métodos de evaluación financiera en evaluación de proyectos*. Argentina: El Cid editor.
- GAD Bolívar. (2011). *Plan de desarrollo Territorial*. Bolívar.
- GARCÍA DEL JUNCO, J., & CASANUEVA ROCHA, C. (2008). *Gestión Empresarial*. México: Mc Graw Hill.
- Junta de Defensa del Artesano. (2013). *Ley del Artesano*.
- MINISTERIO DE TURISMO. (2011). *El Turismo*. Ecuador.
- MIPRO. (2010). *CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN*. Quito.
- MORALES, Arturo. (2009). *Organización Administrativa*. México: Interpraise.
- MUÑIZ GONZÁLEZ. (2010). *Marketing siglo XXI*. Madrid: Centros de Estudios Financieros.
- ROSSETTI, José. (2010). *Introducción a la Economía*. Bogotá: Manisales.
- SÁNCHEZ GONZÁLEZ, C. A. (2007). *Administración de proyectos, preparación y evaluación*. Quito- Ecuador: Corporación para el Desarrollo de la Educación Universitaria.

LINKOGRAFÍA

- www.intangiblecapital.org
- www.monografias.com
- www.artesantiasdecolombia.com.co

ANEXOS

Anexo N. 1

Formato encuesta aplicada a los Artesanos del sector urbano del cantón Bolívar.

- 1. ¿A qué tipo de actividad artesanal se dedica usted?**
 - a. Artesanía en madera ()
 - b. Artesanía en plástico ()
 - c. Artesanía en papel ()
 - d. Artesanía en barro ()
 - e. Otros ()
- 2. ¿Existe accesos a créditos para el fomento de empresas a nivel del cantón Bolívar?**
Si () No ()
- 3. ¿Se le ha capacitado en la actividad que usted actualmente desempeña?**
Si () No ()
- 4. ¿Se ha beneficiado de las políticas públicas en relación al desarrollo local en el área productiva?**
Si () No ()
- 5. ¿Usted es un artesano calificado?**
Si () No ()
- 6. ¿En su actividad aplican el trabajo en equipo?**
Si () No ()
- 7. ¿Existe actitud emprendedora en su actividad?**
Si () No ()
- 8. ¿Existe apoyo a la productividad por parte de los gobiernos seccionales de su cantón?**
Si () No ()
- 9. ¿Cree necesario que se cree un Centro Artesanal?**
Si () No ()

Encuestadora:

Anexo N. 2

Formato de la entrevista aplicada a Autoridades seccionales del cantón Bolívar.

1. ¿Qué tipo de problemas a nivel social se ha presentado dentro del cantón Bolívar?
2. ¿Qué tipo de actividades productivas se desarrollan en el cantón?
3. ¿Cómo se encuentran las fuentes de empleo y subempleo en el cantón?
4. ¿Cómo se hallan organizados los gobiernos locales, cantonales y provinciales?
5. ¿Cuál es la situación actual de los recursos asignados por los gobiernos de turno?
6. ¿Existe un interés por parte de la empresa privada en apoyo a los pequeños y medianos productores de la zona?
7. ¿Existe el apoyo a proyectos productivos?
8. ¿Las tasas de interés afectan a la producción?
9. ¿Las líneas de crédito no están adaptadas a la realidad productiva?
10. ¿Qué instituciones se han involucrado en el desarrollo local?
11. ¿Qué programas de gobierno existen a futuro para el desarrollo del cantón?
12. ¿Comente acerca de la educación en el cantón Bolívar?
13. ¿Nivel de vida que tienen los habitantes del cantón Bolívar?
14. ¿Se ha dado el impulso a la formación de microempresas?
15. ¿Las pequeñas y medianas organizaciones productivas en el cantón como se encuentran actualmente?

Entrevistadora:

Anexo N. 3

Formato encuesta aplicada a turistas para el Estudio de Mercado

1. ¿Generalmente de qué tipo de material compraría usted una artesanía?

Fibra Natural	<input type="checkbox"/>
De cuero	<input type="checkbox"/>
De Madera	<input type="checkbox"/>
De Hilo Sintético	<input type="checkbox"/>
De Metal	<input type="checkbox"/>
De Lana	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

2. ¿Con qué frecuencia adquiere usted una artesanía?

Una vez al año	<input type="checkbox"/>
Dos veces al año	<input type="checkbox"/>
Tres veces al año	<input type="checkbox"/>
De vez en cuando	<input type="checkbox"/>

3. ¿Cuándo adquiere este tipo de productos a que le da mayor importancia?

Al Diseño	<input type="checkbox"/>
Al Material	<input type="checkbox"/>
Al Precio	<input type="checkbox"/>
A la Apariencia	<input type="checkbox"/>

4. ¿Qué tipo de artesanía prefiere usted?

Llaveros	<input type="checkbox"/>
Adornos	<input type="checkbox"/>
Bolsos	<input type="checkbox"/>
Figuras de Animales	<input type="checkbox"/>
Bisuterías	<input type="checkbox"/>

5. ¿Si existiera actualmente un centro de artesanías en este lugar, estaría dispuesto a comprarle?

De Acuerdo	<input type="checkbox"/>
Probablemente	<input type="checkbox"/>
Podría Comprar	<input type="checkbox"/>
Probablemente no compraría	<input type="checkbox"/>
No compraría	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada producto?

1-3 USD

3-5 USD

+5

7. ¿En qué lugares le gustaría encontrar estos productos?

Mercados

Tiendas

Supermercados

A Domicilio

Otros

8. ¿Conoce usted alguna empresa que venda estos productos?

Si

No

9. ¿A través de qué medio de comunicación considera usted se podría dar a conocer estos productos?

Radio

Televisión

Prensa

Revistas

Internet

Otro

10. ¿Cómo le gustaría que se promocionen las artesanías?

Con Descuentos

Muestras Gratis

Charlas Informativas

Incentivos (2 por 1)

Otros

Encuestadora:

ANEXO N. 4
PRESUPUESTO DE OBRA

PRESUPUESTO UNITARIO DE OBRA

PROYECTO : CENTRO ARTESANAL EN EL PARQUE DE LA MEGAFUNA DE LA CIUDAD DE BOLIVAR

RESPONSABLE: MARIELA RUIZ

UBICACION : BOLIVAR, CARCHI

CODIGO	RUBROS - DESCRIPCION	UND	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
# GMB-006	MOVIMIENTO DE TIERRAS				
# GMB-004	Limpieza manual del terreno	m2	82,70	0,30	24,81
# GMB-005	Replanteo y nivelación	m2	82,70	1,65	136,46
# GMB-008	Excavación manual de plintos y cimientos	m3	7,86	6,17	48,50
# GMB-241	Desalojo Manual	m3	2,00	4,88	9,76
# GMB-015	Relleno compactado suelo natural	m3	7,86	3,37	26,49
# GMB-014	Relleno compactado con mat. de mejoramiento	m3	3,00	24,23	72,69
# GMB-020	ESTRUCTURA				
# GMB-021	Replanteo H.S. 140 kg/cm ² .	m3	0,11	64,48	7,09
# GMB-262	Plintos H. Ciclópeo 180 kg/cm ² .	m3	1,19	101,17	120,39
# GMB-024	Hormigón en cadenas f'c=210 kg/cm ² .	m3	1,44	145,53	209,56
# GMB-028	Hormigón en riostras , f'c=210 kg/cm ² .	m3	0,10	152,42	15,24
# GMB-034	Cimientos de piedra con mortero 1:4	m3	5,70	63,49	361,89
# GMB-031	Muro de Hormigon Ciclopeo	m3	1,14	113,03	128,85
# GMB-038	Acero de refuerzo	kg	173,87	1,66	288,62
# GMB-040	Acero estructural	kg	800,00	2,49	1992,00
# GMB-042	MAMPOSTERÍA Y REVESTIMIENTOS				
# GMB-046	Mampostería ladrillo mambión con mortero 1:6, e=2.5cm	m2	57,78	19,38	1119,78
# GMB-058	Enlucido vertical paleteado	m2	115,56	5,75	664,47
# GMB-	Enlucido de fajas incluye andamios.	m	17,50	2,59	45,33

	057	Mortero 1:6				
#	GMB-119	Pintura caucho ext. 2 manos	m2	75,28	5,18	389,95
#	GMB-118	Pintura caucho int. 2 manos.	m2	57,78	4,07	235,16
#	GMB-124	Estucado vertical	m2	133,06	4,24	564,17
#	GMB-065	PISOS				
#	GMB-068	Contrapiso H.S. 180 kg/cm2	m2	52,00	16,47	856,44
#	GMB-237	Masillado de piso	m2	52,00	6,23	323,96
#	GMB-256	Cerámica de alto trafico	m2	52,00	27,97	1454,44
#	GMB-083	Barredera de cerámica	m	30,00	5,43	162,90
#	GMB-066	Polietileno	m2	52,00	1,28	66,56
#	GMB-076	Acera H.S. 180 kg/cm2)	m2	24,20	18,23	441,17
#	GMB-077	Bordillo H.S. 180kg/cm2	m	33,58	17,69	594,10
#	GMB-085	CARPINTERÍA METAL/MADERA				
#	GMB-246	Puerta de tol	m2	2,00	94,29	188,58
#	GMB-092	Cerradura principal	U	1,00	31,97	31,97
#	GMB-086	Vidrio claro de 3 mm	m2	15,24	11,33	172,67
#	GMB-109	Ventana de hierro con protección	m2	15,24	55,25	842,01
#	GMB-128	CUBIERTA				
#	GMB-131	Cubierta galvalumen	m2	85,26	14,40	1227,74
#	GMB-132	Cumbrero de Galvalumen	m	10,15	9,99	101,40
#	GMB-169	INSTALACIONES HIDROSANITARIAS				
#	GMB-239	Canal de Tol	m	20,30	17,29	350,99
#	GMB-173	Bajantes aguas lluvias 110 mm. Unión y codo	m	6,00	6,96	41,76
#	GMB-054	Caja de revisión 60x60 ladrillo mambroón. Equipo: concretera 1 saco.	u	2,00	47,13	94,26
#	GMB-181	Canalización PVC 160 mm.	m	20,00	13,86	277,20
#	GMB-187	INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
#	GMB-191	Acometida principal. Conductor No. 10	m	20,00	5,57	111,40

#	GMB-190	Tablero control GE 4-8 pto.s. Breaker 1 polo 15-50 A	u	1,00	69,46	69,46
#	GMB-205	Luminarias 2x40W incluye difusor	u	6,00	42,22	253,32
#	GMB-201	Tomacorrientes dobles	pto	4,00	23,55	94,20
#	GMB-196	Iluminación. Conductor No. 12	pto.	8,00	20,69	165,52
#	GMB-263	VARIOS				
#	GMB-191	Acometida principal. Conductor No. 10	m	80,00	5,57	445,60
#	GMB-190	Tablero control GE 4-8 pto.s. Breaker 1 polo 15-50 A	u	7,00	69,46	486,22
#	GMB-205	Luminarias 2x40W incluye difusor	u	42,00	42,22	1773,24
#	GMB-201	Tomacorrientes dobles	pto	14,00	23,55	329,70
#	GMB-196	Iluminación. Conductor No. 12	pto.	58,00	20,69	1200,02
#	GMB-225	Picado pared para instalaciones e=1.5 cm, sin desalajo	m	126,00	2,00	252,00
#	GMB-059	Enlucido vertical alisado	m2	12,60	8,33	104,96

SON : Diez y Ocho mil trescientos ochenta, 90/100 dólares

MONTO TOTAL \$ **18975,00**

F I R M A

BOLIVAR, 16 DE ENERO DEL 2014

Anexo N. 5

Estudio Económico y financiero

Infraestructura

Concepto	M2 Construidos	Valor m2	Valor total
Sala de producción	35	75,00	2.625,00
Locales (5)	43,67	75,00	3.275,25
Servicios sanitarios	8,52	75,00	639,00
Bodega de producto terminado	25	75,00	1.875,00
Administrativo	8,25	75,00	618,75
Área de mantenimiento	8,56	75,00	642,00
Parqueo	65	75,00	4.875,00
Sala de recepción y exhibición	59	75,00	4.425,00
Total	253		18.975,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Concepto	Total m2	Valor unitario m2	Total
Compra del terreno	253	35	8.855,00
Infraestructura			18.975,00
Total			27.830,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Equipo y Herramientas

Descripción	Cantidad	Costo unitario \$	Valor \$
Molino:			
Trituradora	1	180,00	180,00
Refinadora de harina	1	120,00	120,00
Mezcladora	1	250,00	250,00
Tornillos sinfin	1	130,00	130,00
Amasadora	1	150,00	150,00
Moldeadora rotativa	1	155,00	155,00
Horno	2	350,00	700,00
Envasado:			
Envasado individual	2	75,00	150,00
Encelofanadora:			
Envolvedoras	2	45,00	90,00
Pesadora	2	125,00	250,00
Estuchadora	2	56,00	112,00

Encelofanadora o retráctil	2	175,00	350,00
Batidora	2	145,00	290,00
Laminadora	2	95,00	190,00
Moldes	4	10,50	42,00
Espátula	2	15,00	30,00
Tamiz compuesto	2	115,00	230,00
Pinceles (kit)	2	5,40	10,80
Termómetro	2	35,00	70,00
Máquinas coser rectas	3	460,00	1.380,00
Máquinas coser en zic zac	3	510,00	1.530,00
Cortadoras	2	35,00	70,00
Total			6.479,80

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Costo unitario \$	Valor \$
Mesa de trabajo	2	125,00	250,00
Escritorio	3	135,00	405,00
Archivador 2 cajones	3	75,00	225,00
Sillas	5	20,00	100,00
Basureros	5	5,40	27,00
Moldeadores	2	15,00	30,00
Tazas	5	1,50	7,50
Botellón de agua	3	25,00	75,00
Botiquín	2	15,00	30,00
Extintores de incendios	4	145	580,00
Total			1.729,50

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Equipo de oficina

Descripción	Cantidad	Costo unitario \$	Valor \$
Calculadoras	5	15,00	75,00
Grapadora	5	12,50	62,50
Perforadora	5	10,50	52,50
Teléfonos	4	45,00	180,00
Fax	3	135,00	405,00
Total			775,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Equipo de computación

Descripción	Cantidad	Costo unitario \$	Valor \$
Computador completo	3	850,00	2.550,00
Total			2.550,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Depreciación parcial de la inversión fija

Activo fijo	Valor	Vida útil	Porcentaje	Cuota Depreciación	Depreciac. Acumulada	Valor en libros
Infraestructura	18.975,00	20	5%	948,75	4.743,75	14.231,25
Total	18.975,00			948,75	4.743,75	14.231,25

Fuente: L.R.T.I 2012

Elaborado por: La autora

Activo fijo	Valor	Vida útil	Porcentaje	Cuota Depreciación	Depreciac. Acumulada	Valor en libros
Equipo y herramientas	6.479,80	10	10%	647,98	3.239,90	3.239,90
Total	6.479,80			647,98	3.239,90	3.239,90

Fuente: L.R.T.I 2012

Elaborado por: La autora

Activo fijo	Valor	Vida útil	Porcentaje	Cuota Depreciación	Depreciac. Acumulada	Valor en libros
Muebles y enseres	1.729,50	10	10%	172,95	864,75	864,75
Total	1.729,50			172,95	864,75	864,75

Fuente: L.R.T.I 2012

Elaborado por: La autora

Activo fijo	Valor	Vida útil	Porcentaje	Cuota Depreciación	Depreciac. Acumulada	Valor en libros
Equipo de oficina	775,00	10	10%	77,5	387,50	387,50
Total	775,00			77,5	387,50	387,50

Fuente: L.R.T.I 2012

Elaborado por: La autora

Activo fijo	Valor	Vida útil	Porcentaje	Cuota Depreciación	Depreciac. Acumulada	Valor en libros
Equipo de cómputo	2.550,00	3	33%	850,00	2.550,00	0,00
Total	2.550,00			850,00	2.550,00	0,00

Fuente: L.R.T.I 2012

Elaborado por: La autora

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS

Detalle	Valor total \$	Cuota de amortización	2013	2014	2015	2016	2017
Ac. Diferidos	715,00	20%	143,00	143,00	143,00	143,00	143,00
Total	715,00		143,00	143,00	143,00	143,00	143,00

Fuente: L.R.T.I 2012

Elaborado por: La autora

Inflación del Ecuador

Enero 06 de 2014



Google™ Custom Search

Buscar

Ayudas

Acceso Directo

Contáctenos

El Banco Central	Estadística	Mercados Financieros	Servicios Bancarios	Publicaciones de Banca Central
Museo Numismático	Biblioteca	Comunicación y Medios	Certificación Electrónica	Comercio Exterior

INFLACION - Ultimos dos años



Máximo = 6.12%

Mínimo = 1.71%

Seleccione otro indicador

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %
Mayo-31-2012	4.85 %
Abril-30-2012	5.42 %
Marzo-31-2012	6.12 %
Febrero-29-2012	5.53 %
Enero-31-2012	5.29 %
Diciembre-31-2011	5.41 %

Datos

Comparables

Selección dato a comparar

Fecha Inicial: 1990 Enero 1

Fecha Inicial: 1990 Enero 1

Comparar

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una