



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA DE ARTESANÍAS DE LUFA EN LA CIUDAD DE OTAVALO CON COBERTURA DEL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORAS:

BANDA, P. Carmen P.

LLERENA, C. Marcia A.

DIRECTOR:

ING. CÉSAR PINTO

IBARRA, OCTUBRE DEL 2010

Declaración

Yo, Carmen Patricia Banda Paredes y Marcia Alejandra Llerena Calderón, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría. Que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Carmen Patricia Banda Paredes

Marcia Alejandra Llerena Calderón

Aceptación del Asesor

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las egresadas CARMEN PATRICIA BANDA PAREDES Y MARCIA ALEJANDRA LLERENA CALDERÓN, para optar por el título de Ingeniería Comercial con el tema: “Estudio de Factibilidad para la Creación de la Microempresa de Artesanías de Lufa en la Ciudad de Otavalo con Cobertura de Mercado Nacional e Internacional”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación y defensa oral, expuesta al tribunal examinador que se designe.

ING. CÉSAR PINTO

CC. 100152757-9

DIRECTOR

Agradecimiento

Mi agradecimiento especial a todos y cada una de las personas que colaboraron en la ejecución de este proyecto, especialmente a:

1.- A la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas (F.A.C.A.E.)

2.- Ingeniero Walter Jácome, por su colaboración en el asesoramiento técnico del proyecto.

3.- Ingeniero César Pinto, por su colaboración en la realización y desarrollo del mismo.

4.- A la Empresa Talleres Gran Valle por habernos facilitado la Información necesaria para realizar el presente trabajo.

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo en primer lugar a Dios, por haber permitido llegar hasta este punto, y por haberme dado salud para lograr mis objetivos y además de su infinita bondad y amor, a mis padres Martha y Bayardo, a mi esposo Germán y a mi hija Daniela por ser los seres que mas amo en este mundo, y por ser la fuente de mi inspiración y motivación para superarme cada día más

¡Gracias!

Marcia A. Llerena C.

Dedicatoria

Mi trabajo de grado la dedico con todo cariño a Dios por darme la oportunidad de vivir, a mis padres que me han guiado a la culminación de una etapa importante de mi vida, a mi esposo por haberme apoyado en todo momento.

A mis profesores, amigos y todos aquellos que hicieron posible la confección y elaboración de este trabajo.

Muchas Gracias...

Patricia Banda P.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad, estudiar la factibilidad para la creación de una microempresa de artesanías de lufa en la ciudad de Otavalo.

La comercialización de artesanías al ser una importante fuente generadora de empleo e ingresos desde hace décadas por parte de los artesanos de Otavalo, constituye un motor fundamental en la economía del cantón, y en especial de las familias dedicadas a este negocio.

En el proceso de investigación efectuado se encontraron importantes hallazgos, que se los ha analizado e interpretado adecuadamente, el proceso seguido para el diseño de proyectos de factibilidad ha dado como resultado la presentación de esta propuesta de inversión.

Al existir insuficiente información sobre el tema investigado, se optó por forjar información primaria, recogida mediante encuestas y entrevistas a la población involucrada, es importante resaltar que en la investigación de mercado se estableció una demanda potencial insatisfecha que la nueva microempresa se proyecta a cubrir.

La microempresa de artesanías de lufa funcionará de acuerdo a lo propuesto, con una correcta y eficiente administración, respondiendo a las necesidades de todos los integrantes y beneficiarios de la misma.

EXECUTIVE SUMMARY

This project aims to study the feasibility of creating a micro luffa crafts in the town of Otavalo.

The sale of handicrafts to be an important source of employment and income for decades by the artisans of Otavalo, is a key driver in the economy of the canton, and especially of the families involved in this business.

In the research process were important discoveries made, which has analyzed and interpreted properly, the process for the feasibility project design has resulted in the presentation of the proposed investment.

As there is insufficient information about a topic, it was decided to build primary information collected through surveys and interviews with people involved, it is important to note that in market research established a potential unmet demand that the new micro-projects to be covered.

The Loofah craft microenterprise work according to the proposal, with a proper and efficient administration, responding to the needs of all members and direct beneficiaries, as managers and employees, and indirect as artisans, community and society in general.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Declaración	I
Aceptación del Asesor	II
Agradecimiento	III
Dedicatorias	IV
Resumen Ejecutivo	VI

INDICE

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	1
1.1. Antecedentes.....	
1.2. Objetivos.....	4
1.2.1. Objetivo General.....	
1.2.2. Objetivos Específicos.....	
1.3. Variables Diagnósticas.....	
1.4. Indicadores que definen las variables.....	5
1.5. Matriz de relación diagnóstica.....	6
1.6. Identificación de la población.....	7
1.7. Cálculo de las muestras.....	8
1.8. Diseño de instrumentos de investigación.....	9
1.8.1. Información Primaria.....	
1.8.2. Información Secundaria.....	
1.9. Evaluación de la Información.....	10
1.9.1. Tabulación de encuestas dirigida a los artesanos de Otavalo.....	
1.9.2. Resultados de la entrevista a dirigente de UNAIMCO.....	22
1.9.3. Resultados de la entrevista a experto en artesanías de Lufa.....	25
1.10. Construcción de la Matriz FODA.....	30
1.10.1. Fortalezas.....	
1.10.2. Oportunidades.....	
1.10.3. Debilidades.....	31
1.10.4. Amenazas.....	
1.11. Cruce Estratégico de la Matriz FODA.....	32
1.12. Identificación del problema diagnóstico.....	35

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO	37
2.1. Factibilidad.....	

2.1.1.	Definición de Factibilidad.....	
2.1.2.	Importancia de la Factibilidad.....	
2.1.3.	Objetivos de la Factibilidad.....	38
2.1.4.	Etapas de la Factibilidad.....	
2.2.	La Microempresa.....	39
2.2.1.	Definición de la Microempresa.....	
2.2.2.	Importancia de la Microempresa.....	40
2.2.3.	Aspectos característicos de la Microempresa.....	
2.2.4.	Administración Microempresarial.....	41
2.2.5.	Proceso Administrativo.....	42
2.2.5.1.	Definición del Proceso Administrativo.....	
2.2.5.2.	Planificación.....	
2.2.5.3.	Organización.....	
2.2.5.4.	Dirección.....	
2.2.5.5.	Control.....	
2.2.6.	Aspectos legales para la Creación de una Microempresa.....	43
2.2.6.1.	Requisito Único de Contribuyentes.....	
2.2.6.2.	Patente Municipal.....	
2.2.6.3.	Permiso Sanitario.....	44
2.2.6.4.	Pago de Bomberos.....	
2.2.6.5.	Registro Artesanal.....	
2.3.	Artesanías de Lufa.....	45
2.3.1.	Origen.....	
2.3.2.	Características de la Lufa.....	46
2.3.3.	Clima y Suelos.....	47
2.3.4.	Ventajas de la utilización de la Fibra de Lufa.....	48
2.3.5.	Posibilidades de cobertura.....	50
2.3.6.	Elaboración de Productos.....	
2.4.	Mercado Nacional e Internacional.....	51
2.4.1.	Definición de Mercado.....	
2.4.2.	Tipos de Mercado.....	52
2.4.2.1.	Mercado del Consumidor.....	
2.4.2.2.	Mercado Industrial.....	
2.4.2.3.	Mercado Gubernamental.....	53
2.4.2.4.	Mercado de Revendedores.....	
2.4.2.5.	Mercado de Organizaciones no lucrativas.....	
2.4.3.	Segmento de Mercado.....	54
2.4.4.	Variables del Segmento de Mercado.....	
2.4.4.1.	Segmentación Geográfica.....	
2.4.4.2.	Segmentación Demográfica.....	
2.4.4.3.	Segmentación Psicográfica.....	
2.4.5.	Mercado Nacional.....	55
2.4.5.1.	Ciudad de Otavalo.....	
2.4.5.2.	Límites.....	
2.4.5.3.	Altitud y Clima.....	

2.4.5.4. Hidrografía.....	56
2.4.5.5. Turismo.....	
2.4.5.6. Producción Artesanal.....	
2.4.6. Mercado Internacional.....	57
2.4.7. Aspectos Legales para la Exportación de Artesanías.....	
2.4.7.1. Requisitos y Trámites para Exportar.....	
2.4.7.2. Procedimiento Aduanero.....	59

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Objetivos.....	60
3.1.1. Objetivo General.....	
3.1.2. Objetivos Específicos.....	
3.2. Mercado.....	61
3.2.1. Mercado Meta.....	
3.2.2. Segmento de Mercado.....	
3.3. Oferta.....	63
3.4. Demanda.....	71
3.5. Determinación del Producto y Precio.....	84
3.6. Comercialización del Producto.....	95

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Macrolocalización.....	100
4.2. Microlocalización.....	101
4.2.1. Datos del Cantón.....	102
4.2.2. Sitio.....	
4.2.3. Barrio.....	
4.2.4. Servicios Básicos.....	
4.2.5. Transporte.....	
4.2.6. Mano de Obra.....	
4.3. Ubicación de la planta.....	103
4.4. Tamaño del proyecto.....	104
4.5. Distribución de la planta.....	105
4.5.1. Infraestructura.....	
4.5.2. Diseño de Instalación.....	
4.6. Capacidad de la planta.....	105
4.7. Flujogramas.....	108
4.7.1. Proceso General.....	
4.7.1.1. Selección de la Materia Prima.....	
4.7.1.2. Cortado y Moldeado de la Fibra.....	
4.7.1.3. Aclarado o Tinturado de la Fibra.....	
4.7.1.4. Confección y Terminados de las Artesanías.....	

4.7.2. Flujograma Operativo.....	109
4.7.2.1. Productos Utilitarios.....	
4.7.2.2. Mini Artesanías.....	115
4.8. Inversiones.....	130
4.8.1. Inversión Infraestructura.....	
4.8.1.1. Construcción (Arriendo).....	
4.8.2.2. Adecuaciones.....	
4.8.2. Inversión de Maquinaria y Herramientas.....	131
4.8.3. Inversión de Equipo de Oficina.....	132
4.8.4. Inversión de Útiles de Oficina.....	133
4.8.5. Inversión en Mano de Obra y Salarios.....	134
4.8.6. Resumen de Inversiones Totales.....	135

CAPÍTULO V

5. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

5.1. Base Legal.....	136
5.1.1. Constitución Jurídica.....	
5.1.2. Requerimientos para la Formación de la Compañía de Responsabilidad Limitada....	137
5.2. Organización de la Microempresa.....	140
5.2.1. Nombre o Razón Social.....	140
5.2.2. Logotipo.....	141
5.2.3. Misión.....	
5.2.4. Visión.....	142
5.2.5. Políticas.....	
5.3. Estructura Organizativa.....	143
5.4. Niveles Administrativos.....	143
5.4.1. Nivel Ejecutivo.....	
5.4.2. Nivel de Apoyo.....	
5.4.3. Nivel Operativo.....	
5.5. Estructura del Puesto.....	144
5.5.1. Gerente.....	145
5.5.2. Secretaria Contadora.....	
5.5.3. Vendedor.....	146
5.5.4. Supervisor de Producción.....	
5.5.5. Operario.....	147
5.6. Estructura Funcional.....	149
5.6.1. Funciones del Gerente.....	
5.6.2. Funciones de la Secretaria Contadora.....	149
5.6.3. Funciones del Vendedor.....	
5.6.4. Funciones del Supervisor de Producción.....	150
5.6.5. Funciones del Operario.....	

CAPITULO VI

6. EVALUACIÓN ECONÓMICA

6.1. Presupuesto de la Inversión.....	152
6.2. Cálculo del Costo de Oportunidad.....	154
6.3. Proyecciones.....	156
6.3.1. Ventas.....	157
6.3.2. Costos.....	159
6.3.3. Gastos.....	160
6.4. Estados Financieros Proforma	
6.4.1. Estado de Situación Inicial.....	161
6.4.2. Proyección del Estado de Resultados.....	162
6.4.3. Flujo de Caja.....	163
6.5. Evaluación de la Inversión	
6.5.1. VAN.....	165
6.5.2. TIR.....	166
6.5.3. Punto de Equilibrio.....	167
6.5.4. Beneficio Costo.....	168
6.5.5. Tiempo de Recuperación de la Inversión.....	

CAPITULO VII

1. IMPACTOS

7.1. Indicadores de Impactos.....	171
7.2. Impacto Social - Económico.....	172
7.3. Impacto Cultural – Educativo.....	173
7.4. Impacto Empresarial.....	174
7.5. Impacto Ambiental.....	175

CONCLUSIONES.....	177
--------------------------	------------

RECOMENDACIONES.....	178
-----------------------------	------------

BIBLIOGRAFÍA.....	179
--------------------------	------------

ANEXOS.....	182
--------------------	------------

ÍNDICE DE CUADROS

CAPÍTULO III

1. CUADRO N. 1 Tamaño del mercado.....	61
2. CUADRO N. 2 Perfil potencial.....	62
3. CUADRO N. 3 Capacidad de Producción de los Talleres del GranValle.....	63
4. CUADRO N. 4Oferta histórica de los productos de fibra de lufa en unidades.....	64
5. CUADRO N. 5 Oferta Anual de Productos Utilitarios.....	65
6. CUADRO N. 6 Tasa de crecimiento de los productos utilitarios proyectada.....	67
7. CUADRO N. 7 Oferta Anual de las Mini artesanías.....	68
8. CUADRO N.8 Tasa de crecimiento de mini artesanías proyectada.....	70
9. CUADRO N. 9 Resumen de la Oferta proyectada de la cantidad de productos de lufa.....	70
10. CUADRO N.10 Demanda anual histórica de la corporación talleres del Gran Valle.....	72
11. CUADRO N.11 Resumen de la demanda histórica de los productos de lufa.....	72
12. CUADRO N.12 Demanda Potencial Insatisfecha.....	73
13. CUADRO N.13 Demanda Proyectada a cubrir por el proyecto de productos utilitarios.....	74
14. CUADRO N.14 Tasa de crecimiento de la demanda de productos utilitarios.....	76
15. CUADRO N.15 Demanda Proyectada a cubrir por el proyecto de mini artesanías.....	77
16. CUADRO N.16 Tasa de crecimiento de la demanda de mini artesanías.....	79
17. CUADRO N.17 Demanda Potencial Insatisfecha de los productos utilitarios.....	80
18. CUADRO N.18 Demanda Potencial Insatisfecha de las mini artesanías.....	81
19. CUADRO N.19 Demanda a cubrir por el proyecto en unidades.....	83
20. CUADRO N.20 Precio de los productos al consumidor.....	86
21. CUADRO N.21 Precio por unidad de las artesanías de lufa.....	87
22. CUADRO N.22 Precio histórico de los productos de fibra de lufa.....	88
23. CUADRO N.23 Proyección del precio para el Mercado Internacional.....	89
24. CUADRO N.24 Proyección del precio para el Mercado Nacional.....	90

CAPÍTULO IV

25. CUADRO N.25 Método cualitativo para la localización de la microempresa.....	104
26. CUADRO N.26 Capacidad de la planta de los productos utilitarios.....	106
27. CUADRO N.27 Capacidad de la planta de las mini artesanías.....	107
28. CUADRO N.28 Proceso de producción de los masajeadores y esponjas de baño.....	109
29. CUADRO N.29 Proceso de producción de los cepillos de baño.....	111
30. CUADRO N.30 Proceso de producción de las cajitas de baño.....	113
31. CUADRO N.31 Proceso de producción de las lámparas.....	115

32. CUADRO N.32	Proceso de producción de sandalias.....	117
33. CUADRO N.33	Proceso de producción de flores decorativas.....	119
34. CUADRO N.34	Proceso de producción de carteras.....	121
35. CUADRO N.35	Proceso de producción de monederos.....	123
36. CUADRO N.36	Proceso de producción de belenes.....	125
37. CUADRO N.37	Proceso de producción de tarjetas navideñas.....	127
38. CUADRO N.38	Resumen Técnico de la producción de productos.....	129
39. CUADRO N.39	Inversión en infraestructura (arriendo).....	130
40. CUADRO N.40	Adecuaciones.....	130
41. CUADRO N.41	Inversión de maquinaria y herramientas.....	131
42. CUADRO N.42	Inversión de equipo de oficina.....	132
43. CUADRO N.43	Inversión de útiles de oficina.....	133
44. CUADRO N.44	Nómina de trabajadores.....	134
45. CUADRO N.45	Nómina de ventas.....	134
46. CUADRO N.46	Nómina Administrativa.....	134
47. CUADRO N. 47	Resumen de Inversiones Totales.....	135

CAPITULO VI

48. CUADRO N.48	Presupuesto de Inversión Fija.....	152
49. CUADRO N.49	Presupuesto de Inversión Variable.....	153
50. CUADRO N.50	Presupuesto de Inversión de Capital de Trabajo.....	153
51. CUADRO N.51	Presupuesto de Implantación del Proyecto.....	154
52. CUADRO N.52	Inversión.....	155
53. CUADRO N.53	Presupuesto del volumen en ventas.....	156
54. CUADRO N.54	Presupuesto de ingresos.....	157
55. CUADRO N.55	Costos Proyectados.....	158
56. CUADRO N.56	Volumen de Costos Proyectados.....	159
57. CUADRO N.57	Gastos	160
58. CUADRO N.58	Proyección de Estado de Resultado.....	162
59. CUADRO N.59	Flujo de Caja.....	163
60. CUADRO N.60	Flujos de Caja Referenciales (VAN).....	164
61. CUADRO N.61	Flujos de Caja con Gastos Financieros.....	165
62. CUADRO N.62	Beneficio – Costo	166

CAPITULO VII

62.	CUADRO N.63	Impacto social-económico.....	171
63.	CUADRO N.64	Impacto cultural-educativo.....	172
64.	CUADRO N.65	Impacto empresarial.....	173
65.	CUADRO N.66	Impacto ambiental.....	174
66.	CUADRO N.67	Matriz general de impactos.....	175

INDICE DE DIAGRAMAS

CAPITULO IV

1. Diagrama N.1 Flujograma del proceso de producción de los masajeadores y esponjas de baño110
2. Diagrama N.2 Flujograma del proceso de producción de capillos baño.....112
3. Diagrama N.3 Flujograma del proceso de producción cajitas de baño..114
4. Diagrama N.4 Flujograma del proceso de producción de lámparas.....116
5. Diagrama N.5 Flujograma del proceso de producción de sandalias.....118
6. Diagrama N.6 Flujograma del proceso de producción de flores Decorativas.....120
7. Diagrama N.7 Flujograma del proceso de producción de carteras.....122
8. Diagrama N.8 Flujograma del proceso de producción de monederos...124
9. Diagrama N.9 Flujograma del proceso de producción de Belenes.....126
10. Diagrama N.10 Flujograma del proceso de producción de Tarjetas Navideñas.....128

INDICE DE GRÁFICOS

1. Gráfico N.1 Tiempo en Actividad.....	10
2. Gráfico N.2 Capital Invertido.....	11
3. Gráfico N.3 Tipo de Artesanía.....	12
4. Gráfico N.4 Nivel de Aceptación de Lufa	13
5. Gráfico N.5 Compras.....	14
6. Gráfico N.6 Frecuencia de Compra.....	15
7. Gráfico N.7 Compra de Materia Prima.....	16
8. Gráfico N.8 Mano de Obra Utilizada.....	17
9. Gráfico N.9 Nivel de Ingresos Promedio.....	18
10. Gráfico N.10 Costo de Producción.....	19
11. Gráfico N.11 Problema Actual	20
12. Gráfico N. 12 Competencia.....	21
13. Gráfico N. 13 Demanda Potencial Insatisfecha productos utilitarios.....	81
14. Gráfico N. 14 Demanda Potencial Insatisfecha Mini Artesanías.....	82
15. Gráfico N. 15 Precio Proyectado a Nivel Internacional de productos utilitarios.....	92
16. Gráfico N. 16 Precio Proyectado a Nivel Internacional de Mini Artesanías	93
17. Gráfico N. 17 Precio Proyectado a Nivel Internacional de Productos Utilitarios	93
18. Gráfico N. 18 Precio Proyectado a Nivel Nacional de Mini Artesanías.....	94
19. Gráfico N. 19 Organigrama Estructural.....	142

NDICE DE TABLAS

1. Tabla N.1 Matriz de Relación Dianóstica.....	6
2. Tabla N. 2 Estado de Situación Inicial.....	161

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

La ciudad de Otavalo al tener gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros, es conocida internacionalmente, en especial por sus ferias semanales en la Plaza de Ponchos. A pesar de la buena acogida que ha venido experimentando durante varios años las ferias realizadas en esta ciudad, en la actualidad su popularidad ha declinado debido a la falta de creatividad de los artesanos para ofrecer productos novedosos diferentes a los tradicionales.

En la zona de Intag se confeccionan artesanías utilizando la Lufa, que es una planta enredadera, que crece con precocidad no requiere de cuidados costosos. Al ser una especie monoica, presenta en forma separada la flores masculinas y femeninas las flores masculinas se producen en racimos axilares, presentan 5 estambres de color verdoso y una o dos de ellas abren diariamente muy temprano en la mañana, su vida es relativamente corta y cierran o caen a media mañana del mismo día. Por su parte las flores femeninas, usualmente solitarias, son cilíndricas y lisas, miden de 2 a 10 cm de largo muy cortas; ellas abren durante el día y pueden permanecer abiertas por espacio de dos días y medio, son de gran tamaño (10 cm de diámetro), con corolas amarillas de cinco pétalos y cáliz verdoso gran cantidad de ellas, alrededor de 70 % se caen o no logran abrirse.

Una adecuada polinización produce frutos cilíndricos, mientras que una mala polinización por la falta de polen en una de las "ramas" del estigma produce frutos deformes. Ellos en su estado tierno, son suaves y verdes, externamente marcados por líneas longitudinales oscuras. En su interior presentan una red cerrada de fibras, la mayoría son de tres cavidades pero existen de cuatro y cinco, por donde se desprenden y salen las semillas al madurar el fruto. El tamaño es variable, comprendido de entre 30 hasta 80 cm de longitud.

Al llegar al final de su desarrollo, el fruto se deshidrata rápidamente y termina de color pardo a negruzco, sin perder su forma, conteniendo una gran cantidad de fibra y las semillas en su interior.

Tomando en cuenta las características que brinda esta planta, un grupo de trabajadores han iniciado su transformación para obtener una materia prima que les permita producir artesanías con diseños exclusivos y novedosos que han tenido éxito en el mercado nacional y en especial en el internacional (Europa).

Ante esta oportunidad surge la necesidad de que en Otavalo se inicie un proceso de aprovechamiento óptimo de esta planta para fabricar artesanías diferentes a las existentes del mercado actual de la Plaza de Ponchos.

Sin lugar a duda las experiencias de los artesanos de la zona de Intag servirán de base para la constitución de la Microempresa sujeto de esta propuesta, que organizada técnicamente logrará un adecuado posicionamiento en el mercado mediante la aplicación de una Estrategia Competitiva y Plan de Negocio que le permita diferenciarse en el mercado.

Por la importancia que poseen los atractivos turísticos del cantón Otavalo y las artesanías elaboradas por los pobladores, éste se ha constituido en un centro de singulares características en escala nacional e internacional.

Valiéndose de las oportunidades turísticas que existen, se pretende incursionar con un producto novedoso que logre satisfacer las expectativas y exigencias del mercado.

Por ende este proyecto es significativo, ya que permitirá el desarrollo y expansión de la comercialización de artesanías de fibra de lufa, como un aporte para que la actividad artesanal sea más eficiente, de calidad superior, y más rentable.

En la producción de artesanías de fibra de lufa, se utilizará insumos y materiales elaborados y disponibles en el sector, lo cual garantizará la confección de una manera artesanal.

Además con la creación de la microempresa se generará puestos de trabajo ya que se requerirá mano de obra para el ciclo de producción y comercialización.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional del entorno del proyecto para establecer oportunidades y riesgos que permitan determinar los diferentes medios de producción y comercialización.

1.2.2. ESPECÍFICOS

- 1.2.2.1.** Examinar los factores legales que amparan a las artesanías.
- 1.2.2.2.** Determinar el talento humano que labora en este sector.
- 1.2.2.3.** Analizar los sistemas de producción de las artesanías.
- 1.2.2.4.** Identificar los medios de comercialización
- 1.2.2.5.** Establecer niveles de rentabilidad de las artesanías.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Las variables a utilizar son:

- 1.3.1.** Factores Legales
- 1.3.2.** Talento Humano
- 1.3.3.** Producción
- 1.3.4.** Comercialización
- 1.3.5.** Niveles de Rentabilidad

1.4. INDICADORES QUE DEFINEN LAS VARIABLES

1.4.1. FACTORES LEGALES

- 1.4.1.1. R.U.C.
- 1.4.1.2. Patente Municipal
- 1.4.1.3. Registro Sanitario
- 1.4.1.4. Permiso Bomberos

1.4.2. TALENTO HUMANO

- 1.4.2.1. Capacitación
- 1.4.2.2. Competencias
- 1.4.2.3. Experiencia
- 1.4.2.4. Educación

1.4.3. PRODUCCIÓN

- 1.4.3.1. Materia Prima
- 1.4.3.2. Mano de Obra
- 1.4.3.3. Control de Calidad
- 1.4.3.4. Tecnología

1.4.4. COMERCIALIZACIÓN

- 1.4.4.1. Oferta y Demanda
- 1.4.4.2. Presentación del Producto
- 1.4.4.3. Precio
- 1.4.4.4. Ventas

1.4.5. RENTABILIDAD

- 1.4.5.1. Inversión
- 1.4.5.2. Costos
- 1.4.5.3. Utilidad
- 1.4.5.4. Financiamiento

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Examinar los factores legales que amparan a las artesanías	Factores Legales	R.U.C Patente Municipal Registro sanitario Permiso de Bomberos	Secundaria	Documentos	Leyes tributarias Registros oficiales Ordenanzas
Establecer el talento humano que labora en este sector	Talento Humano	Capacitación Competencia Experiencia Educación	Primaria	Encuesta Entrevista Encuesta Encuesta	Artesanos Directivos Artesanos Artesanos
Analizar los sistemas de Producción de las Artesanías.	Producción	Materia Prima Mano de Obra Control de Calidad Tecnología	Primaria Secundaria	Encuesta Encuesta Encuesta Entrevista	Artesanos Artesanos Artesanos Directivos
Identificar los diferentes medios de comercialización	Comercialización	Oferta y Demanda Presentación del Producto Precio Ventas	Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Artesanos Artesanos Artesanos Artesanos
Establecer niveles de rentabilidad de las Artesanías	Rentabilidad	Inversión Costo Utilidad Financiamiento	Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Artesanos Artesanos Artesanos Artesanos

1.6. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población motivo de investigación queda identificada de la siguiente manera:

1.6.1. Población de comerciantes artesanos ubicados en el Mercado Centenario, (Plaza de Ponchos), de la ciudad de Otavalo siendo 1.270 dedicados a esta actividad, según información proporcionada por el Ilustre Municipio de la Ciudad de Otavalo.

1.6.2. Para la realización de entrevistas se eligió al Sr. José Antonio Lema Presidente de UNAIMCO, debido a que conoce la situación actual por la que atraviesan los artesanos, y la Sra. Mayra Monta Coordinadora en la Producción y Comercialización de Artesanías de Lufa, en los Talleres del Gran Valle, por ser los expertos en la elaboración de estos productos, y además es la única empresa que se dedica a esta actividad en el país.

1.7. CÁLCULO DE LAS MUESTRAS

De acuerdo a la población de artesanos en la ciudad de Otavalo, se ha obtenido un total de 1.270 artesanos. Siendo la población mayor de 50 se aplicó un muestreo de población finita de la siguiente manera:

Fórmula Muestral

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

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error muestral

σ = Varianza 0,25

ε = \square Valor tipificado de z (1,96)

Datos:

D =0,5

Z=95% 1,96
$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(1270)}{(0,05)^2 (1270 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 2,5

n= 295,1215853

n= 295 encuestas.

1.8. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1.8.1. INFORMACIÓN PRIMARIA

Para la presente investigación, se utilizó la encuesta dirigida al sector artesanal de la ciudad de Otavalo y dos cuestionarios de entrevista que fueron diseñados para ser dirigidos a un Directivo de UNAIMCO y a un experto en la Producción y Comercialización de las Artesanías de Lufa.

1.8.2. INFORMACIÓN SECUNDARIA

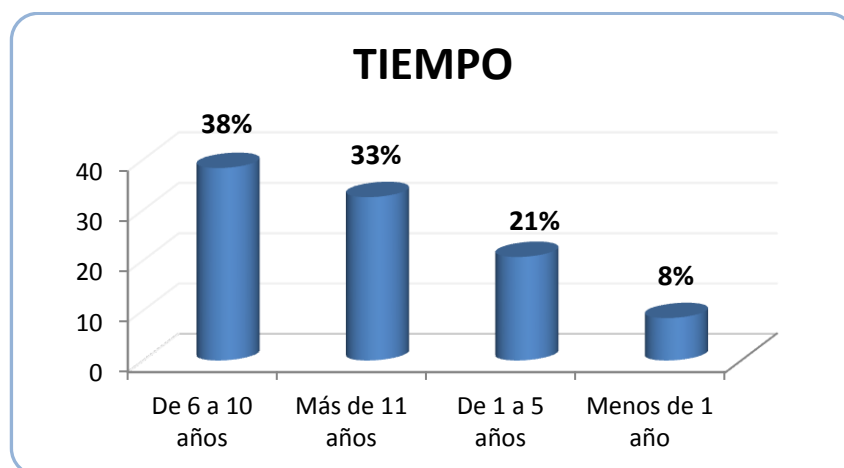
La información secundaria a utilizar es:

- 1.8.2.1.** Documentos e Informes
- 1.8.2.2.** Publicaciones
- 1.8.2.3.** Tesis y Proyectos
- 1.8.2.4.** Periódicos
- 1.8.2.5.** Internet
- 1.8.2.6.** Revistas

1.9. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

1.9.1. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS ARTESANOS DE LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

1. Qué tiempo lleva usted en su actividad?



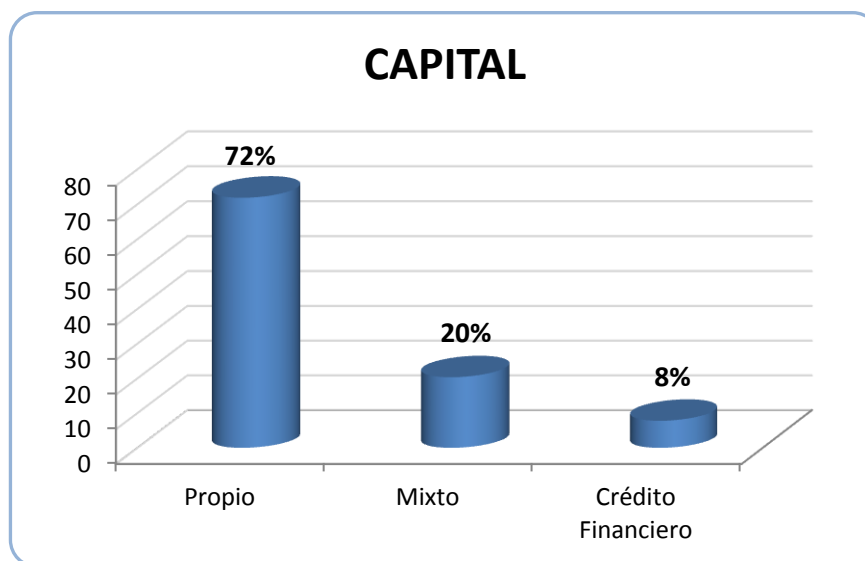
Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Las autoras

GRÁFICO No. 1

1.1 ANÁLISIS:

La actividad artesanal en Otavalo es una tradición propia de esta ciudad por lo que existe un 38% de artesanos que llevan de 6 a 10 años en esta labor, seguido por los que se encuentran más de 11 años dedicándose a esta actividad, con un 33%, seguido por un 21% que tiene de 1 a 5 años de experiencia, en la actividad artesanal.

2. El capital invertido para su actividad es



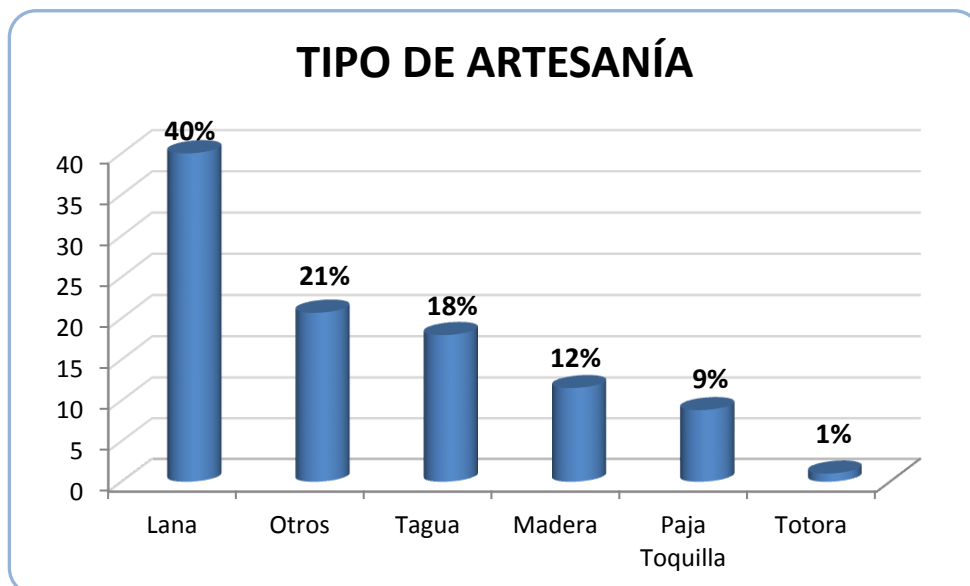
Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Las autoras

GRÁFICO No. 2

2.1 ANÁLISIS:

El capital que está invertido en la producción y comercialización de los productos en la mayoría de los artesanos es propio, con un porcentaje del 72%, ya que por lo general son negocios familiares, en los cuales todos aportan dinero, el 20% manifiesta que es una inversión mixta, es decir capital propio y otra parte financiado, finalmente un menor porcentaje 8% indica que el capital de trabajo lo obtienen a través de créditos financieros.

3. ¿A qué actividad de artesanías se dedica?



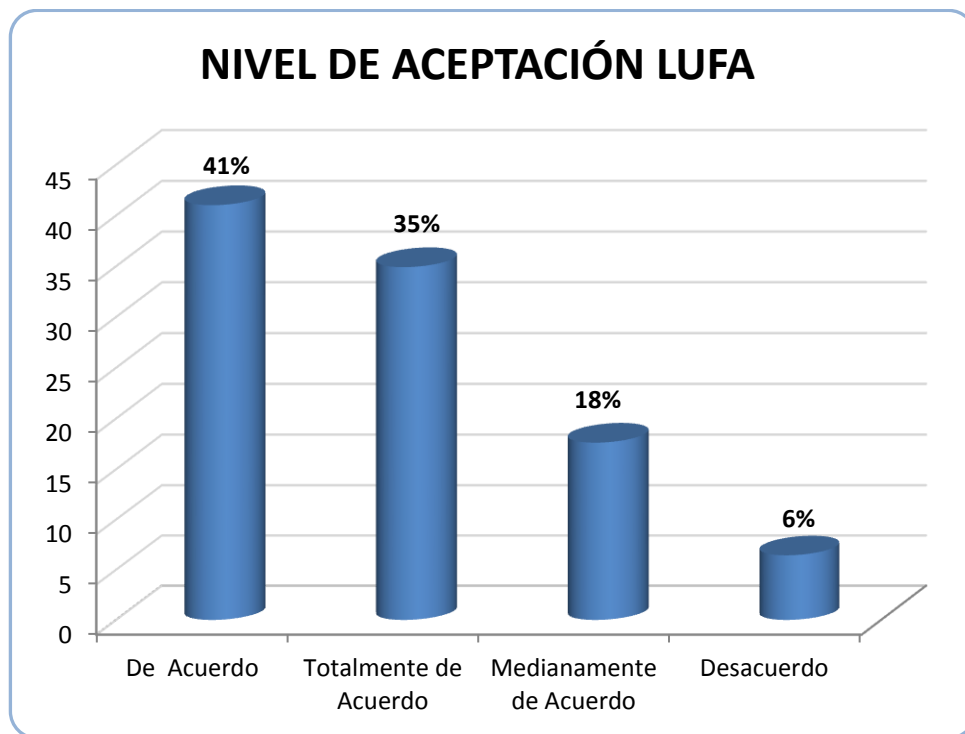
Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Las autoras

GRÁFICO No. 3

3.1 ANÁLISIS:

Al ser Otavalo una ciudad de clima frío se necesita ropa abrigada por lo que la mayoría de artesanos optaron por la comercialización de productos elaborados en lana con un 40%, seguido por un 21% de otros materiales, un 18% realiza artesanías de tagua, el 12% se dedica a las elaboradas en madera, un 9% a las confeccionadas en paja toquilla que por lo general son los sombreros, y apenas el 1% a las artesanías en totora.

4. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir productos de Lufa?



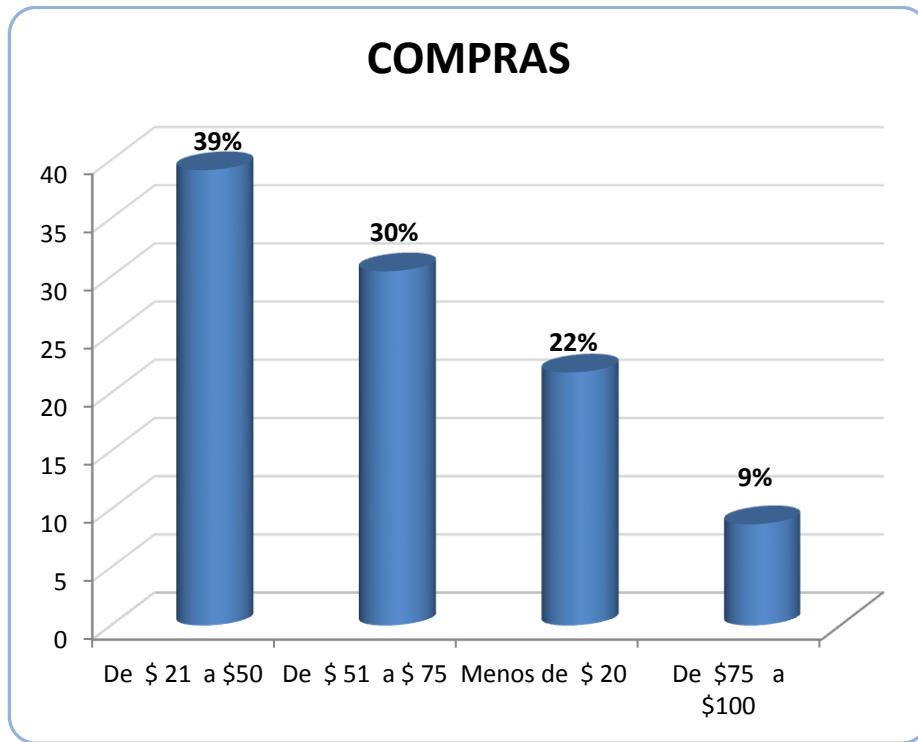
Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Las autoras

GRÁFICO No. 4

4.1 ANÁLISIS:

Las artesanías de Lufa poseen una aceptación considerable con un 41% que está de acuerdo en comprar el producto debido a que es nuevo y novedoso, se observa que el 35% está totalmente de acuerdo en adquirir las artesanías de lufa para ofrecer variedad de opciones al turista, el 18% está medianamente de acuerdo, y apenas el 6% está en desacuerdo.

5. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a comprar?



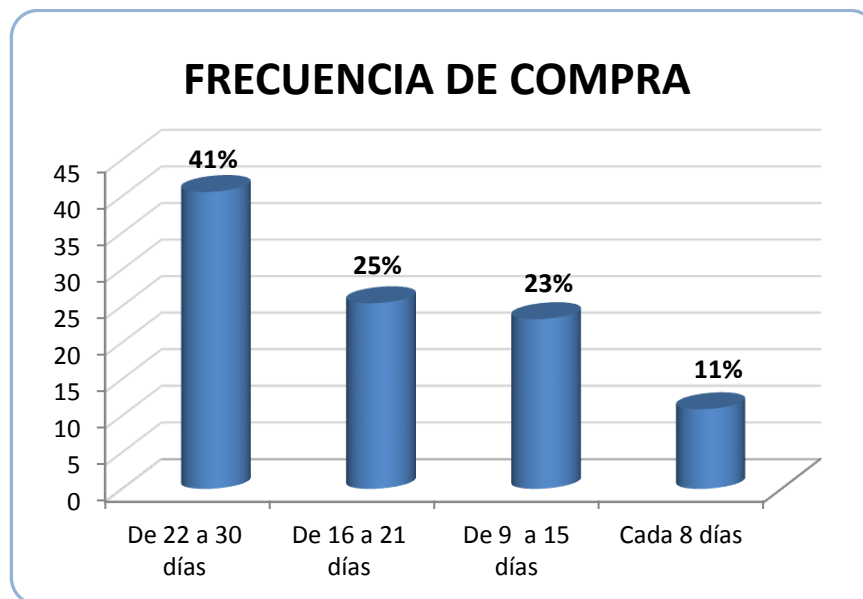
Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Las autoras

GRÁFICO No. 5

5.1 ANÁLISIS:

La mayor cantidad de inversión es de \$21 a \$50 seguido por una cantidad de \$51 a \$75, esto lo expresan los artesanos porque necesitan primeramente promocionar el producto ante el consumidor final y manifiestan que en lo posterior adquirirán un mayor volumen de artesanías.

6. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a comprar?



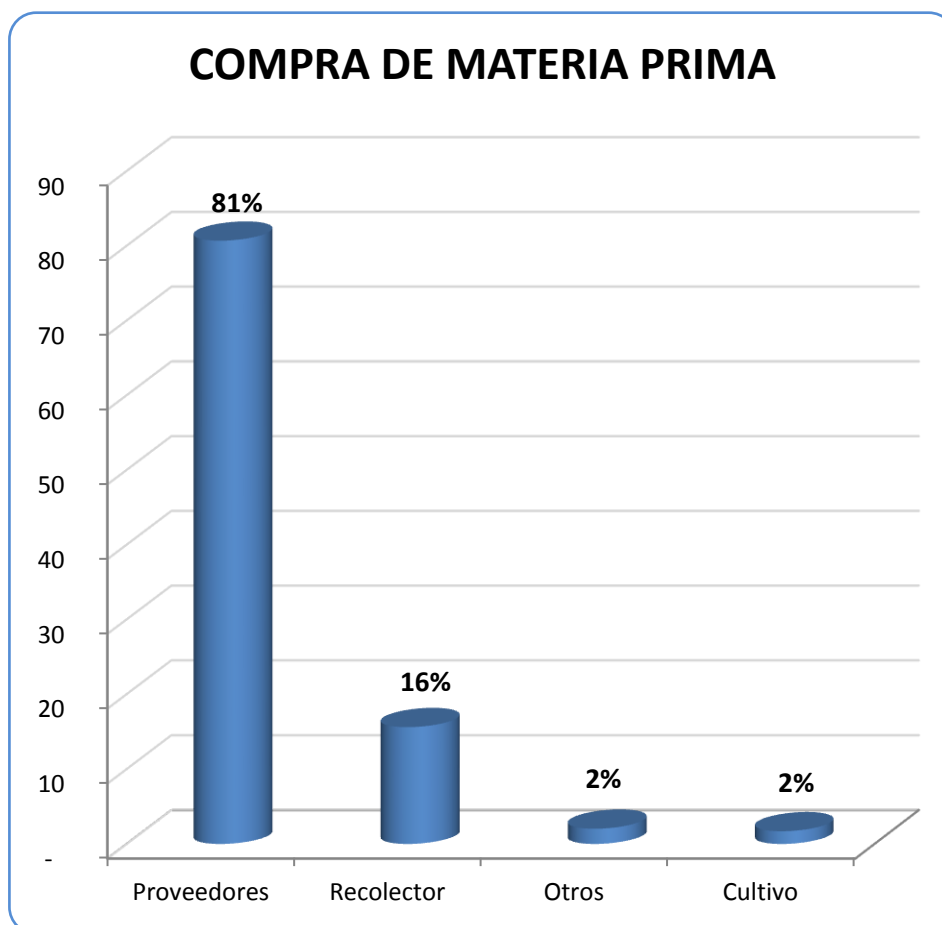
Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Las autoras

GRÁFICO No. 6

6.1 ANÁLISIS:

Los artesanos están dispuestos a comprar los productos de lufa con una frecuencia de 22 a 30 días con un porcentaje del 41%, y de 16 a 21 días el 25%, el 23% se manifiesta con una frecuencia de 9 a 15 días y el 11% cada 8 días, lo que demuestra una gran aceptación del producto por parte de los comerciantes artesanos.

7. ¿Cómo adquiere su materia prima?



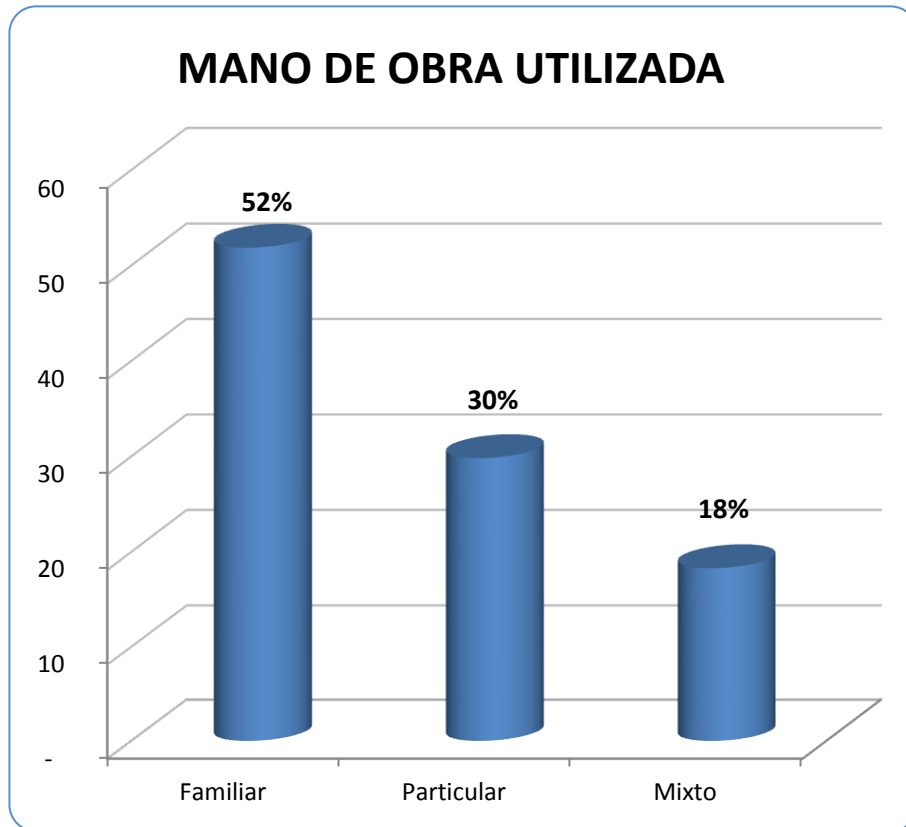
Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Las autoras

GRÁFICO No. 7

7.1 ANÁLISIS:

Se observa que el 81% de los artesanos obtiene su materia prima mediante proveedores debido a que ellos satisfacen sus necesidades de compra sin tener que trasladarse a otro lugar, el 16% lo hace mediante recolección, el 2% mediante cultivo ya que tienen la facilidad de sembrar y cultivar su materia prima, y finalmente el 2% utilizan otros medios de obtención de materia prima.

8. ¿La mano de obra utilizada en las artesanías es?



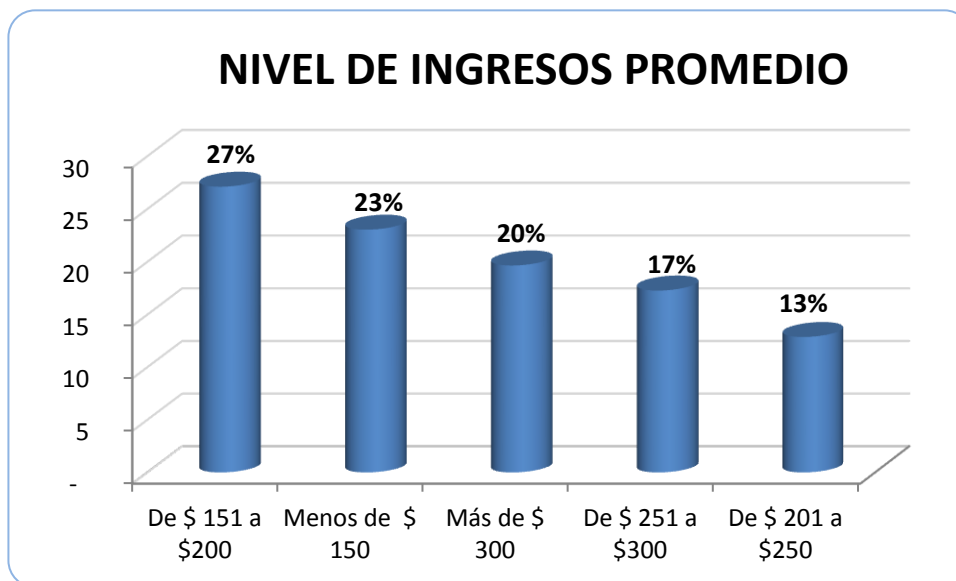
Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Las autoras

GRÁFICO No. 8

8.1 ANÁLISIS:

El 52% de los artesanos encuestados manifestó que la mano de obra utilizada es familiar por lo cual existe una colaboración de sus miembros, el 30% contrata mano de obra particular debido a que su producción es mayor y es necesario contar con un crecido número de obreros, el 18% dice que utiliza mano de obra mixta, es decir sus colaboradores son familiares y personas particulares que ayudan en la producción de sus artesanías.

9. ¿Cuál es su nivel de ingresos promedio mensual aproximado?



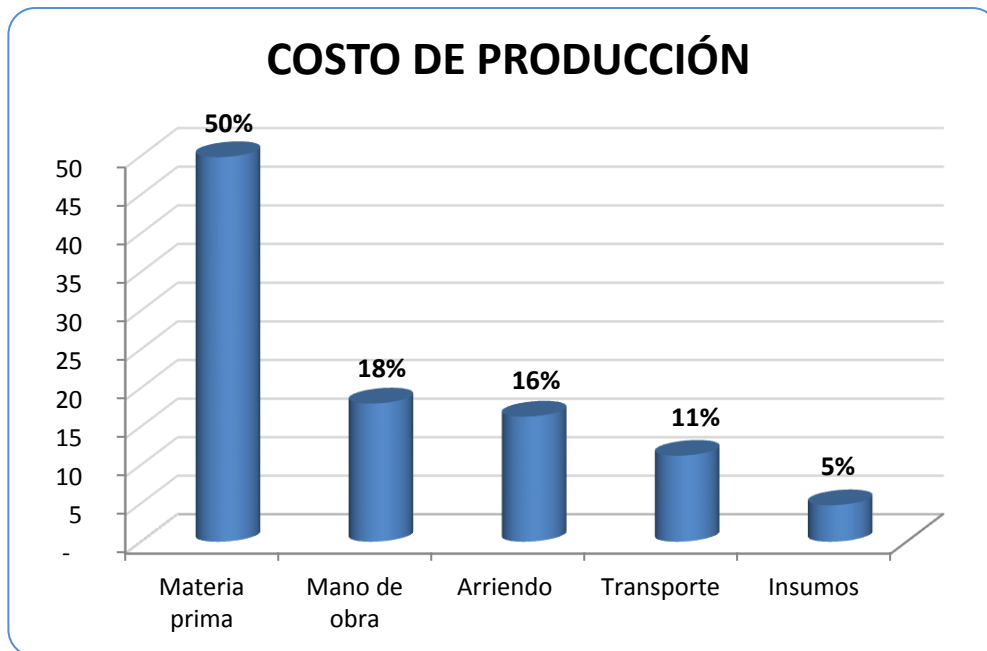
Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Las autoras

GRÁFICO No. 9

9.1 ANÁLISIS:

Se observa que el 27% de los encuestados tiene un ingreso de \$151 a \$200 lo que indica que percibe un sueldo básico, el 23% tiene un ingreso menor a \$150 por que acuden a la venta ocasionalmente, el 20% obtiene un mejor ingreso más de \$300 el cual les permite tener un mejor nivel de vida, el 17% tiene un ingreso entre \$251 a \$300, y un porcentaje del 13% manifiesta tener un ingreso entre \$201 a \$250 dependiendo de la temporada del año donde exista una mayor afluencia de turistas.

10. ¿Dónde existe un mayor costo en la elaboración de artesanías?



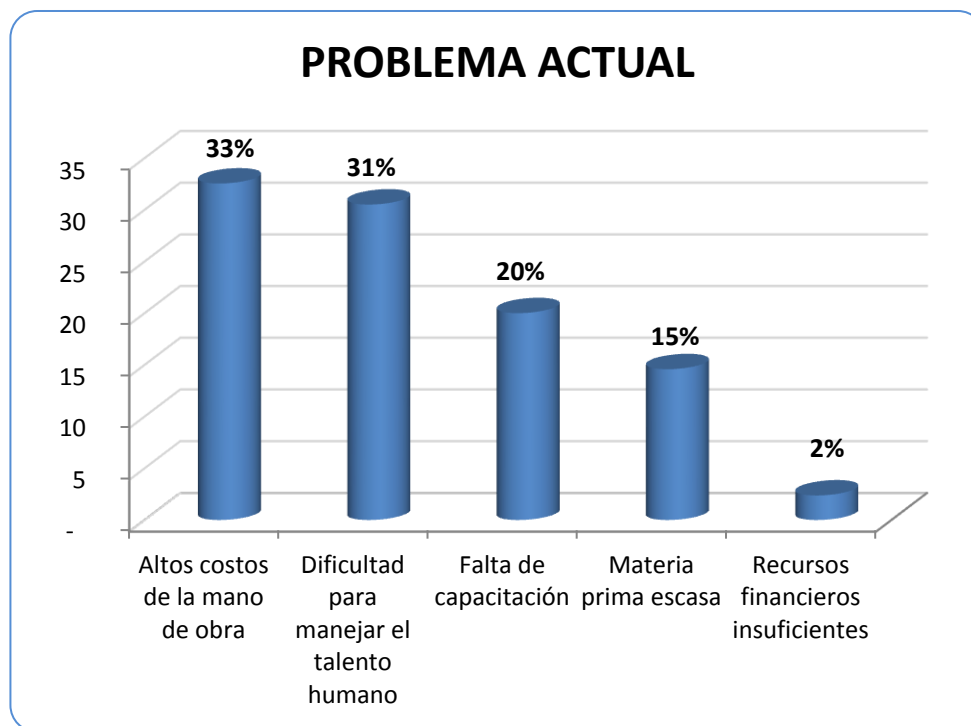
Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Las autoras

GRÁFICO No. 10

10.1 ANÁLISIS:

Se observa que el 50% de los encuestados indica un mayor costo en la materia prima debido al incremento de aranceles en las importaciones, el 18% opinan que su costo más representativo es la mano de obra por la experiencia y habilidad que poseen los obreros, el 16% manifiesta que el arriendo es lo más representativo en su producción debido a que están ubicados en la parte central de la plaza y por ende sus locales más costosos, el 11% dice que el transporte es su costo más representativo y el 5% expresa que los insumos, dependiendo de la clase artesanía que elabore.

11. ¿Indique el principal problema que actualmente tiene la producción y comercialización de artesanías?



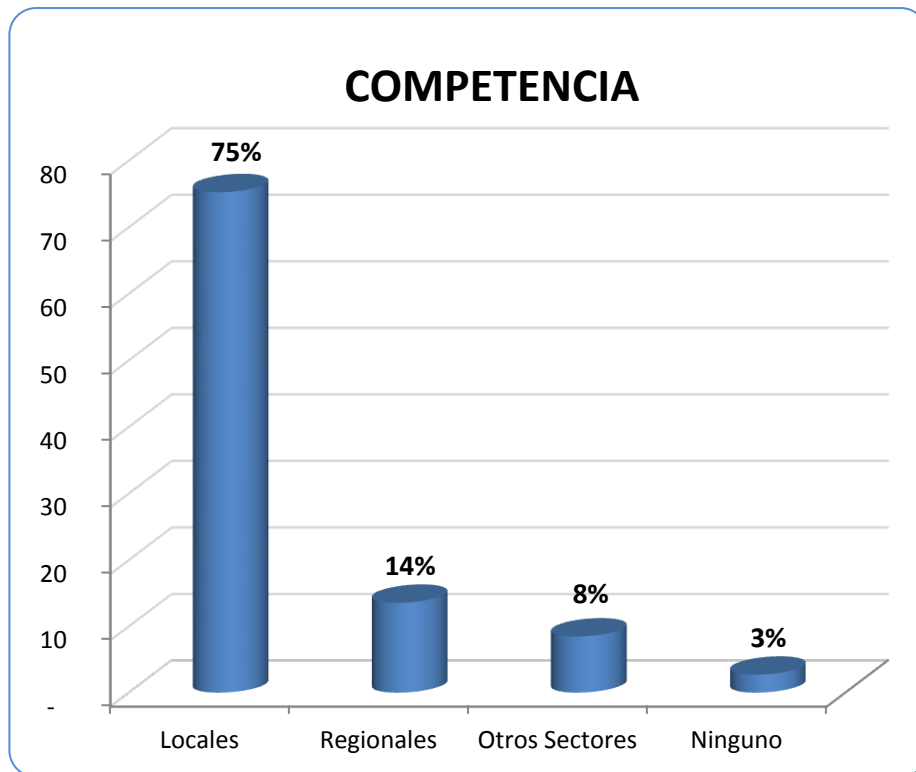
Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Las autoras

GRÁFICO No. 11

11.1 ANÁLISIS:

El 33% de los encuestados atraviesa por un principal problema que afecta la normalidad de producción es el alto costo de la mano de obra, seguido por la dificultad para manejar el talento humano con un porcentaje del 31% al no estar acostumbrados a operar mano de obra particular, el 20% es la falta de capacitación que los artesanos consideran necesarios para innovar sus productos, el 15% es de la materia prima escasa especialmente en las artesanías elaboradas en madera, el 2% es de recursos financieros insuficientes por los varios requisitos que solicitan las entidades crediticias.

12. ¿Cuáles son sus principales competidores?



Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Las autoras

GRÁFICO No. 12

12.1 ANÁLISIS:

El 75% de los encuestados se constituye una competencia local lo quiere decir que sus principales competidores están en la misma ciudad provocando una lucha constante para mantenerse en el mercado, el 14% son regionales lo cual no es muy representativo y les permite desenvolverse de mejor manera, el 8% vienen a ser otros sectores los mismos que son de temporada, y un 3% que no tiene contención.

1.9.2. RESULTADO DE LA ENTREVISTA APLICADA AL DIRIGENTE DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS UNAIMCO.

ENTREVISTADO: Sr. José Antonio Lema

CARGO: Presidente

CUESTIONARIO:

1. ¿Cuál es el significado de UNAIMCO?

Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo.

2. ¿Quiénes se afilian a UNAIMCO?

Todos los artesanos, no hay ninguna excepción.

3. ¿Qué beneficios existe al afiliarse a UNAIMCO?

Los beneficios que les ofrecemos son: cursos de capacitación permanente, en los cuales se les otorga un certificado de aprovechamiento, avales, certificados de honorabilidad, y una incondicional ayuda para cuando ellos nos necesiten.

4. ¿Cuáles son los requisitos para afiliarse a UNAIMCO?

- ✓ Copia de cédula de ciudadanía.
- ✓ Papeleta de votación.
- ✓ Fotografías
- ✓ Valor de \$12,00 por única vez al inscribirse.

5. ¿Cuál es la situación actual de la producción de artesanías en la ciudad de Otavalo?

En la actualidad la producción de las artesanías es buena porque de esta producción depende una parte de la ciudad de Otavalo, la misma que inclusive sigue creciendo debido al apoyo que existe de nuestra organización mediante una capacitación permanente.

6. ¿Cómo cree usted que se ha manejado la Asociación en beneficio de los artesanos?

Partiendo del punto de vista de la producción se ha logrado abrir mercados nuevos que han permitido la exportación de las artesanías, logrando beneficios para nuestros afiliados, además se les proporciona cursos de capacitación que mejoran la elaboración de sus productos.

7. ¿Usted cree que el turismo en Otavalo se ha visto afectado por la depresión económica mundial?

Esta situación que estamos atravesando ha afectado a todos los sectores repercutiendo en las ventas, producción, comercialización pero se ha tratado de tomar medidas que ayuden a mejorar esta situación. Hemos pasado por las fiestas y si han sido exitosas debido a la afluencia de turistas, lo cual quiere decir que nuestra ciudad sigue siendo un atractivo turístico y da la oportunidad para ofertar nuestras artesanías que son apreciadas tanto a nivel nacional como internacional.

1.9.2.1 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA APLICADA AL DIRIGENTE DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS UNAIMCO.

1. ¿Cuál es el significado de UNAIMCO?

UNAIMCO es una asociación la cual está integrada por artesanos, la misma que es un respaldo para obtener algunos beneficios como: abrir nuevos mercados para importar y exportar los productos que se elaboran, formar parte de este grupo ayudaría a que la microempresa se desarrolle de acuerdo a ley de artesanos.

2. ¿Quiénes se afilian a UNAIMCO?

Se afilian los artesanos que deseen acogerse a los beneficios conseguidos con esta asociación, por ende la microempresa podrá pertenecer a este grupo para tener respaldo y apoyo de la misma.

3. ¿Cuál es la situación actual de la producción de artesanías en la ciudad de Otavalo?

La producción de artesanías y el turismo es el motor de la economía en la ciudad de Otavalo, de la cual la microempresa se beneficiará debido a que es un mercado que se encuentra en un constante crecimiento.

4. ¿Cómo cree usted que se ha manejado la Asociación en beneficio de los artesanos?

La asociación UNAIMCO, fortalece los mecanismos de comercialización en el mercado nacional e internacional, consiguiendo así un crecimiento constante a sus integrantes, al formar parte de este grupo se logrará un mejor desarrollo de la microempresa.

5. ¿Usted cree que el turismo en Otavalo se ha visto afectado por la depresión económica mundial?

Como Ecuador no podía ser la excepción, se vio afectado por la depresión económica mundial, afectando a los sectores productivos del mismo, la microempresa tomará medidas que le permitan protegerse de las dificultades que se presenten en el mercado.

1.9.3 RESULTADO DE LA ENTREVISTA APLICADA AL EXPERTO EN PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE LUFA.

ENTREVISTADA: Sra. Mayra Monta

CARGO : Coordinadora Talleres del Gran Valle

CUESTIONARIO:

1. ¿Cómo está estructurada la empresa?

Como una empresa comunitaria, inscrita en el Ministerio de Industrias y Productividad, está considerada como Empresa sin fines de lucro, tiene sus propios estatutos y reglamentos. Tiene un Directorio, Presidente, un Gerente y también un representante de las comunidades involucradas.

2. ¿Qué se pretende lograr con la producción de artesanías de lufa?

Como los proyectos iniciados se busca lograr una mejor calidad de vida de mujeres, hombres y niños de las comunidades involucradas, y la lufa es un medio para este objetivo. También establecer una cadena entre productor, artesano, y mercado, bajo la modalidad de comercio justo.

3. ¿Existe el suficiente abastecimiento de la materia prima (lufa)?

Varía, por irregularidades del propio taller, debido a que los pedidos no son constantes, además existe una débil organización por los conflictos internos propios de una comunidad rural externos al taller. Otro problema son los cultivadores de lufa, ya que no tienen un calendario acorde a los pedidos y consideraciones del ciclo vegetativo de la planta.

4. ¿Qué tipo de maquinaria y equipo debe tener un taller artesanal de lufa?

Un taller de lufa debe tener:

- Buenos cuchillos para realizar los cortes.
- Tijeras y sacabocados.

- Un sistema de carros con bandejas para cada clase de lufa.
- Una planchadora eléctrica y de rodillo.
- Un mini taller de tinturadas, cocina, calderas, pesa de gramos, agua, y otros artefactos para evitar quemaduras del operador como: guantes y mascarillas.
- Máquinas de coser y una gran cantidad de moldes, cajas y materiales complementarios de acuerdo a la naturaleza de cada producto.
- Cajas y cinta de embalaje.

5. ¿Cómo fija el precio del producto?

Por los materiales a utilizar, especialmente los complementarios que se compran en el mercado general. Otro factor importante es el nivel de dificultad de cada artesanía, cuantas personas intervienen en la elaboración y que cantidad de productos se confeccionan en un día laborable de 8 horas.

6. ¿Cuál es el producto que más demandan los clientes?

Los productos de aseo, sandalias, paños para baño, masajeadores, esponjas, cepillos de baño, cajitas de baño. Los decorativos ocupan el segundo puesto: flores y adornos.

7. ¿Cuáles son los factores que considera usted para ser competitivo?

- Mejorar la organización en general.
- Evitar los desperdicios de todos los materiales.
- Mejorar la calidad del producto final.
- Entregar puntualmente los pedidos.
- Diseñar nuevos modelos.

8. ¿Quién financia este tipo de proyecto?

Al inicio fondos externos de ONG's, en la actualidad con los rendimientos del propio taller.

9. ¿En los países que crece la lufa, también existen personas que elaboran artesanías?

Sí, pero no en grandes cantidades, ni con la variedad que aquí se hace, en otros países se utiliza la lufa como fregador de vajilla.

10. ¿Cuánto tiempo tiene esta empresa ofreciendo este producto en el mercado?

Tiene 10 años funcionando.

11. ¿Qué medios utiliza para promocionarse?

Generalmente se utiliza el internet, y amigos relacionados con el comercio justo.

1.9.3.1 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA APLICADA A EXPERTO EN PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE LUFA.

CUESTIONARIO:

1. ¿Cómo está estructurada la empresa?

La estructura administrativa que posee los talleres del Gran Valle, servirá de guía para la iniciación de la microempresa de artesanías de lufa, ubicada en la ciudad de Otavalo.

2. ¿Qué se pretende lograr con la producción de artesanías de lufa?

Con la producción de artesanías de Lufa se logrará, la generación de fuentes de empleo dando como resultado una mejora en la calidad de vida de todas las personas involucradas..

3. ¿Existe el suficiente abastecimiento de la materia prima (lufa)?

Tomando en cuenta las experiencias de los Talleres del Gran Valle, se realizarán pedidos constantes a los cultivadores, incentivándoles a la siembra

de fibra de lufa, por medio de un pago a precio justo por unidad, de esta manera la materia prima no será escasa, y la producción de la microempresa no se detendrá por esta eventualidad.

4. ¿Qué tipo de maquinaria y equipo debe tener un taller artesanal de lufa?

La maquinaria y equipo para la Microempresa de Artesanías de Lufa en la ciudad de Otavalo, serán similares a la de los Talleres del Gran Valle debido a que son realmente necesarias y sus precios son asequibles, sin embargo se incrementará tecnología y una variedad de diseños y usos en las artesanías.

5. ¿Cómo fija el precio del producto?

Se fijará el precio del producto por el nivel de dificultad en la elaboración de la artesanía, además se tomará en cuenta los insumos utilizados, y los acabados que tendrá cada producto.

6. ¿Cuál es el producto que más demandan los clientes?

Con la experiencia de las ventas en los talleres del Gran Valle, se confeccionarán productos similares a los que ya son ampliamente aceptados por los clientes, teniendo así una acogida segura de los productos que serán ofertados.

7. ¿Cuáles son los factores que considera usted para ser competitivo?

Los Talleres del Gran Valle, consideran varios aspectos para ser competitivos los cuáles han servido para que esta empresa siga creciendo, sin embargo han olvidado explorar nuevos mercados como el local o nacional, lo cual se lo va a realizar con la microempresa de artesanías de lufa ubicada en Otavalo.

8. ¿Quién financia este tipo de proyecto?

Las ONG'S, son de gran ayuda para la mayoría de las pequeñas empresas, especialmente al inicio donde existe poco capital.

9. ¿En los países que crece la lufa, también existen personas que elaboran artesanías?

Al no existir una producción masiva de productos en fibra de lufa, ni variedad de diseños en el mercado internacional, se posee una gran ventaja para lograr un posicionamiento como proveedores de artesanías de lufa.

10. ¿Cuánto tiempo tiene esta empresa ofreciendo este producto en el mercado?

Al estar 10 años en el mercado internacional, las experiencias de esta empresa, servirá de guía para lograr la captación de nuevos clientes en el extranjero.

11. ¿Qué medios utiliza para promocionarse?

La promoción de las artesanías al igual que en los Talleres del Gran valle se lo hará mediante una página de internet, en la cual se podrá realizar también pedidos, y en el mercado local el producto se dará a conocer mediante promociones y publicidad.

1.10 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ FODA

1.10.2 FORTALEZAS

- 1.10.2.1** Disponibilidad de talento humano para la elaboración de artesanías.
- 1.10.2.2** Actividad realizada por personas de edad madura.
- 1.10.2.3** Variedad de diseños.
- 1.10.2.4** El producto no requiere de procesos complejos.
- 1.10.2.5** Unidad productiva que cohesiona a la familia.
- 1.10.2.6** Existe una demanda de productos elaborados con Lufa.

1.10.3 OPORTUNIDADES

- 1.10.3.1** Existen organizaciones dispuestas a brindar apoyo a la actividad artesanal.
- 1.10.3.2** Generación de fuentes de empleo a nuevos artesanos que aspiren formar parte de la microempresa.
- 1.10.3.3** Los artesanos, poseen creatividad para el diseño de las piezas artesanales.
- 1.10.3.4** Existencia de mercados internacionales, especialmente el Europeo quienes gustan de artículos naturales.

1.10.3.5 Producto Ecológico.

1.10.4 DEBILIDADES

1.10.4.1 Falta de organización

1.10.4.2 Carencia de Tecnología

1.10.4.3 Manejo no técnico de la materia prima.

1.10.4.4 Los ingresos solo cubren las necesidades básicas.

1.10.4.5 Ausencia de capacitación.

1.10.4.6 Poca Publicidad.

1.10.4.7 Los trabajadores no se sienten comprometidos por lo que existe poca participación de los artesanos con la empresa.

1.10.5 AMENAZAS

1.10.5.1 La mano de obra existente pueden dedicarse a otra actividad diferente a la artesanal.

1.10.5.2 Los proveedores de la materia prima (Lufa), no dan un adecuado cultivo a la planta.

1.10.5.3 En el mercado artesanal existen otras fibras naturales con las cuales también elaboran artesanías.

1.11 CRUCE ESTRATÉGICO DE LA MATRIZ FODA

1.11.2 FORTALEZAS Vrs. OPORTUNIDADES (FO)

- 1.11.2.1** Perfeccionar la producción de artesanías de lufa, para lograr incursionar en nuevos mercados.
- 1.11.2.2** Estimular la producción de artesanías ya que establece una relación de unión familiar.
- 1.11.2.3** Aprovechar la creatividad de los artesanos, ofreciéndoles la oportunidad de capacitarse para desarrollar su potencial.
- 1.11.2.4** Lograr la generación de nuevas fuentes de empleo en las cuales se podrán incluir personas de edad madura.
- 1.11.2.5** Cubrir la demanda de los mercados nacionales e internacionales, que son atraídos por la fibra natural de lufa.

1.11.3 FORTALEZAS Vrs. AMENAZAS (FA)

- 1.11.3.1** Implantar un manejo técnico en la producción de la materia prima (Lufa), para lograr una mejor calidad, en el producto terminado.
- 1.11.3.2** Mejorar continuamente los procesos de control de calidad en las artesanías, para que estas no se vean afectadas por la competencia que provocan otras fibras naturales.

1.11.3.3 Posicionar en los artesanos la importancia de la actividad artesanal, como fuente principal para la obtención de recursos económicos.

1.11.3.4 Ofreciendo una variedad de diseños se logrará, una posición del producto en el mercado.

1.11.4 DEBILIDADES Vrs. OPORTUNIDADES (DO)

1.11.4.1 Conseguir que los artesanos participen activamente en la empresa, informándoles que al incorporarse en nuevos mercados la fuente de empleo sería constante.

1.11.4.2 Promover estrategias publicitarias para dar a conocer el producto, tanto en el mercado nacional como internacional.

1.11.4.3 Promocionar las artesanías por medio de catálogos o muestras, para que el cliente conozca de cerca el producto.

1.11.4.4 Capacitar al personal, para mejorar las capacidades innatas que poseen.

1.11.5 DEBILIDADES Vrs. AMENAZAS (DA)

1.11.5.1 A través de una integración organizacional se puede mitigar los actuales problemas de los involucrados, mejorando así las condiciones de vida del sector.

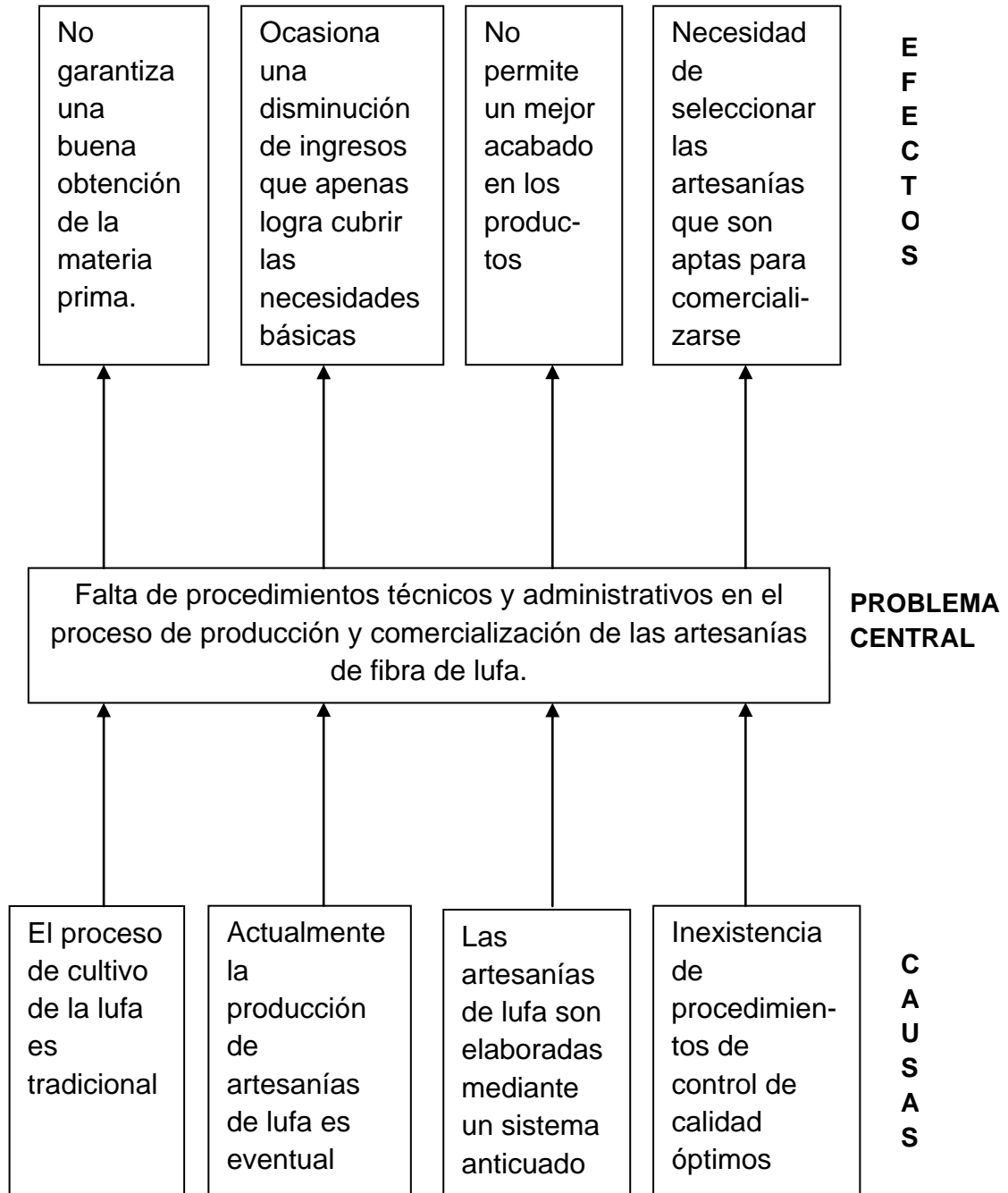
1.11.5.2 Impulsar nuevos planes de capacitación para los artesanos, enfrentando de esta manera la competencia al ofrecer productos de calidad, a precios razonables.

1.11.5.3 Incentivar una participación activa de los artesanos con la empresa, evitando así que se dediquen a otras actividades

1.11.5.4 Adquirir materia prima de calidad, la cual permita una mejor transformación en el proceso de producción.

1.12 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

1.12.2 DISEÑO DEL ÁRBOL DE PROBLEMAS: CAUSAS Y EFECTOS



El problema diagnóstico queda identificado de la siguiente manera:

- 1.12.2.1** El cultivo de la fibra es hecho con sistemas habituales lo cual no garantiza una buena producción.
- 1.12.2.2** La falta de tecnología en la producción no permite un buen acabado en el proceso final.
- 1.12.2.3** La lufa como materia prima no es tratada adecuadamente.
- 1.12.2.4** Necesidad de seleccionar con criterios técnicos, la calidad de las artesanías
- 1.12.2.5** La producción de artesanías de lufa es muy reducida, debido a que aún no se ha dado a conocer el producto en diferentes mercados, especialmente en el nacional.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 LA MICROEMPRESA

2.1.1 DEFINICIÓN DE LA MICROEMPRESA

MONTEROS, Edgar (2005) dice: “Una microempresa puede ser definida como 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 sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”.

Se entiende como microempresa a la organización de personas emprendedoras, que generalmente se forman por decisión familiar, con el objetivo de obtener una rentabilidad económica, sin que exista la necesidad de invertir un gran capital para lograrlo.

2.1.2 IMPORTANCIA DE LA MICROEMPRESA

En las primeras fases del crecimiento económico las Microempresas cumplen un rol fundamental; pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y/o servicios, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo.

Además se considera a la microempresa como un canal importante de acceso masivo al empleo, sobre todo de la mano de obra no calificada, al tener un costo por puesto de trabajo significativamente menor al de otros sectores

productivos y constituirse en un sector dinámico de la inversión y el crecimiento de la economía nacional.

2.1.3 ASPECTOS CARACTERÍSTICOS DE LA MICROEMPRESA

Generalmente se resaltan los siguientes elementos característicos:

2.1.3.1 Administración independiente, (usualmente dirigida y operada por el propio dueño).

2.1.3.2 Incidencia no significativa en el mercado. El área de operaciones es relativamente pequeña y principalmente local.

2.1.3.3 Escasa especialización en el trabajo: tanto en el aspecto productivo como en el administrativo; en este último el empresario atiende todos los campos: ventas, producción, finanzas, compras, y personal.

2.1.3.4 Actividad no intensiva en capital; denominado también con predominio de mano de obra.

2.1.3.5 Limitados recursos financieros (El capital de la empresa es suministrado por el propio dueño).

2.1.3.6 Tecnología: existen dos opiniones con relación a este punto:

a. Aquellos que consideran que la microempresa utiliza tecnología en la relación al mercado que abastece, esto es adopción de tecnología de acuerdo al medio.

b. Aquellos que resaltan la escasa información tecnológica que caracterizan algunas actividades de pequeña escala.

2.1.4 ADMINISTRACIÓN MICROEMPRESARIAL

2.1.4.1 DEFINICIÓN

Para KOONTZ, Harold (2008), define como:
“Administración es el proceso de diseñar y mantener un ambiente donde individuos, que trabajan juntos en grupos, cumplen metas específicas de manera eficiente”

Según DAFT, Richard (2006), dice:
“Administración es el logro de las metas de una organización de una manera eficaz y eficiente a través de la planeación, organización, dirección y control de los recursos organizacionales”.

La Administración es el proceso de definir aquellos recursos y personas, con los que cuenta la empresa para lograr cumplir todos los objetivos que hayan sido planteados.

2.1.5 PROCESO ADMINISTRATIVO

2.1.5.1 DEFINICIÓN

Para CHIAVENATO, Idalberto (2005), manifiesta:
“Es la conjunción dinámica de funciones y elementos que permiten al responsable de una unidad administrativa, desarrollar adecuadamente sus tareas”

El proceso administrativo se refiere a alcanzar mediante la eficiencia y eficacia, todos los fines que se han planteado en la empresa, en toda organización la administración es de suma importancia porque sin ella se trabajaría sin objetivos a cumplir.

2.1.5.2 PLANIFICACIÓN

Es la función administrativa que implica tomar decisiones en forma sistemática acerca de las metas y actividades que un individuo, un grupo, una unidad de trabajo o toda la organización perseguirán en lo futuro

2.1.5.3 ORGANIZACIÓN

Es la función administrativa que implica ensamblar y coordinar los recursos humanos, físicos, de información y otros que se necesitan para alcanzar las metas.

2.1.5.4 DIRECCIÓN

Es la función administrativa que comprende los esfuerzos de los administradores para estimular un desempeño elevado por parte de los empleados.

2.1.5.5 CONTROL

La planeación, la organización y la dirección no son garantía de éxito, la cuarta función el control, supervisa el progreso y ejecuta los cambios necesarios. El monitoreo es un aspecto esencial del control.

2.1.6 ASPECTOS LEGALES PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Para el normal funcionamiento de una microempresa se requiere los siguientes requisitos:

2.1.6.1 Requisito Único de Contribuyentes (RUC)

Para obtener el RUC se requiere:

- a)** Cédula de Ciudadanía o Identidad
- b)** Recibo de agua, luz o teléfono
- c)** Llenar el Formulario Único

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros, que inicien o realicen cualquier actividad económica en forma permanente u ocasional o sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

El plazo para inscribirse es de TREINTA DIAS contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas.

2.1.6.2 Patente Municipal

Según lo establece la Ley Orgánica de Régimen Municipal, la obtención de este documento es obligatorio, para realizar cualquier actividad económica. Los requisitos son:

- a)** R.U.C.
- b)** Cédula de Ciudadanía o Identidad
- c)** Formularios de declaración de patentes.

Según la categoría (tipo del local y lugar dónde esta ubicado) le cobrarán la patente anual para la inscripción, y de patente mensual para el ejercicio.

2.1.6.3 Permiso Sanitario

Los requisitos son:

- a)** R.U.C.
- b)** Cédula de Ciudadanía o Identidad
- c)** Papeleta de Votación
- d)** Patente y Permiso (no necesario)
- e)** Certificación de Salud
- f)** Calificación Artesanal

Para los artesanos y empresarios de la microempresa hay un tratamiento especial mediante el cual no requiere Registro Sanitario. La Dirección Provincial exigirá exclusivamente el cumplimiento de las normas de buenas prácticas de manufactura.

2.1.6.4 Pago de Bomberos

Con el pago de la Patente (10%) se cubre el servicio que da el Cuerpo de Bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas, mediante el cual recomiendan la instalación de equipos contra incendio o las seguridades que deben tener para evitar los mismos.

2.1.6.5 Registro Artesanal

Los requisitos para el registro son:

- a)** Copia de Cédula de Ciudadanía o Identidad
- b)** Papeleta de Votación
- c)** 2 Fotografías
- d)** Valor (\$12,00 USD) por primera vez.

Este registro lo realizan las personas que quieren emprender una actividad económica para obtener un respaldo mediante la Unión Artesanal Indígena del Mercado Centenario (UNAIMCO).

2.2 ARTESANÍAS DE LUFA

2.2.1 ORIGEN

El cultivo de la lufa es muy antiguo, pues se tiene información que afirma su introducción en China en el año 600 A.C. y en Egipto en la Edad Media.

Se pensaba que era originario de África, aunque recientemente algunos expertos afirman que es originario de Asia Tropical y con mayor exactitud de la India, lugar en donde todavía se encuentra en forma silvestre, y de donde se diseminó a todas las zonas tropicales.

El cultivo se encuentra más esparcido precisamente en Asia y América Central, Costa Rica, hasta México, donde se ubican las principales zonas productivas.

La poca difusión en occidente, y el aún escaso desarrollo comercial del cultivo hace que esta no sea una labor de real importancia internacional. Existen algunas variedades de lufa cuyo cultivo tiene una categoría económica creciente, ellas son: La Lufa Acutángula, la Lufa Aegyptica (Cylíndrica) y una variedad de esta última que es la Lufa Cylíndrica.

Los usos de las fibras naturales son legendarias y de alta aplicabilidad dentro de la agricultura, ambiente, farmacéutica, empaques, decoración, artesanías, industria automotriz, confección de papel, aseo entre otros.

Para nuestro país y el mundo en general es importante la utilización de esta planta, debido a que proporciona un mejor balance agrícola en esta región y ayuda a cubrir las expectativas de la población frente al consumo y demanda de fibra natural. Aún cuando no se puede predecir el futuro con exactitud, lo que se vive actualmente es suficientemente alarmante como para exigirnos

buscar recursos alternativos, en especial fibras que no dañen el ambiente y proporcionen salud y confort.

Estamos convencidos que alternativas como la presente son válidas y están de acuerdo con las necesidades del sector agropecuario, industrial y artesanal ya que respetan el ambiente y ayudan a lograr un desarrollo sustentable.

2.2.2 CARACTERÍSTICAS DE LA LUFA

La lufa es una especie de calabacín enorme, de la familia de las Curcubitaceae, su nombre científico es *Luffa Cylindrica*, su nombre común es estropajo o pepinillo de esponja en Colombia, paste en Costa Rica, quimgombo en Venezuela, buchados paulistas en Brasil, Loofah en Estados Unidos.

Además botánicamente ha sido descrita con muchos nombres, entre ellos *Luffa Aegyptiaca*, *Momordica Cylíndrica*, *Momordica Operculata* y algunos otros. Es la *Luffa Cylíndrica*, de un tamaño comprendido entre los 25 y los 35 cm de longitud, la que tiene mayor aceptación.

Taxonomía y Descripción Botánica:

Reino : Plantae

Phylum : Magnoliophyta

Clase : Magnoliopsida

Orden : Viólales

Familia : Curcubitaceae

Genero : *Luffa*

Especie : *Cilíndrica*.

Pertenece a una familia que cuenta con 90 géneros y 750 especies. El género Lufa cuenta con 7 especies, pero solo la Lufa Cylíndrica y la Lufa Acutángula son las más conocidas y comúnmente cultivadas.

2.2.3 CLIMA Y SUELOS

A pesar de ser una planta que requiere suelos con buen drenaje, no es exactamente resistente a la sequedad, le es necesaria una atmósfera fresca para un adecuado desarrollo, se recomienda riego por lo menos dos veces por semana en estación seca. En general, debe proporcionársele al suelo la humedad suficiente para que las plantas puedan crecer lo más rápida y vigorosamente posible.

Ya que es una planta originaria de zonas tropicales, se adapta muy bien a las zonas costeras donde las temperaturas y la humedad relativa son elevadas, factores que repercuten en la calidad del producto, como elasticidad, resistencia y compactividad de la fibra. También se ha encontrado una marcada diferencia cuando son producidos a diferentes altitudes; en altitudes de 0 a 300 msnm la fibra es más delgada y desarrolla un tramado más compacto, en alturas sobre 500 msnm las fibras son gruesas y el tramado más abierto. En otros países se ha reportado una buena adaptación a climas con temperaturas entre 18 a 25 C con buena luminosidad y buena distribución de lluvias.

Se conoce una buena respuesta de la planta en suelos ricos en materia orgánica con buena fertilidad. Niveles altos de nitrógeno y fósforo son idóneos, debido a las exigencias nutricionales de esta planta. Una textura areno - arcillosa para proveer un buen drenaje, es preferible a aquellos muy arcillosos que retienen más humedad de la requerida por el cultivo.

Es una planta sensible a la salinidad por lo que no es conveniente sembrarla en terrenos muy cercanos al mar; crece mejor en condiciones de suelo neutro, con valores de pH entre 6 y 7. El viento es otro factor climático muy importante que incide sobre el desarrollo del cultivo.

El lugar donde se siembre la planta debe estar dispuesto para permitir que la enredadera crezca sin tropiezos. Sus tallos son trepadores y pueden alcanzar más de 15 metros de longitud. Lo ideal es tener lo que en agronomía se denomina tutores y soportes horizontales de alambre fuertes para que los frutos cuelguen.

2.2.4 VENTAJAS DE LA UTILIZACION DE LA FIBRA LUF

El producto estrella que se obtiene de la lufa es la conocida esponja para bañarse, la cual está formada por un conjunto de fibras finas, resistentes, elásticas y suaves. De la planta se extraen productos para la medicina homeopática.

Los tallos y hojas tienen propiedades medicinales, especialmente para enfermedades de la piel. En algunos países las hojas molidas han sido aplicadas para; alivio de las hemorroides, para atacar parásitos y aliviar conjuntivitis. También la savia del tallo es usada, en la elaboración de cremas de tocador. Sus frutos se pueden comer cuando son verdes y pequeños.

Por sus características, la fibra también es usada en la industria. Se somete a un proceso de prensado para obtener láminas delgadas que pueden ser troqueladas. En la industria automotriz se la utiliza para relleno de asientos, y en la mobiliaria, para el relleno de muebles.

Estas son algunas de las ventajas identificadas de la lufa, cuando se usa como exfoliador:

2.2.4.1 Remueve las células muertas, brindando una limpieza profunda.

2.2.4.2 Controla el acné y exceso de grasa.

2.2.4.3 Ayuda a evitar la celulitis.

2.2.4.4 Es relajante muscular.

2.2.4.5 Estimula la circulación sanguínea.

2.2.4.6 No deja residuos nocivos para el organismo.

2.2.4.7 Es recomendado por Dermatólogos, Cosmetólogos para incentivar la circulación sanguínea y tonificar los músculos.

2.2.4.8 Abre los poros, dejándolos limpios, y libres de impurezas como el sudor, el polvo y otras partículas extrañas que se encuentran en el medio ambiente.

El uso diario de implementos de estropajo en el baño, proporciona una limpieza profunda de la piel, tonifica el organismo y estimula la circulación periférica. Utilizado como esponja de baño, el estropajo presenta varias ventajas con respecto a sus competidoras hechas de fibras sintéticas.

2.2.5 POSIBILIDADES DE COBERTURA

Las artesanías de lufa serán distribuidas en la ciudad de Otavalo, (Plaza de Ponchos) ya que no existe competencia y posteriormente se comercializaran en las demás provincias.

La venta directa se realizará en otras ciudades como: Ibarra, Atuntaqui y Cotacachi, todo dependerá de la demanda que exista. Además se deberá tomar en cuenta la capacidad de producción que se tendrá para poder cubrir con las necesidades de los demandantes.

2.2.6 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS

Los tallos y hojas de la planta de lufa tienen propiedades medicinales, especialmente para enfermedades de la piel. En algunos países las hojas molidas han sido aplicadas para alivio de las hemorroides, para atacar parásitos y aliviar conjuntivitis. También la savia del tallo es usada en la elaboración de cremas de tocador.

De las semillas se extrae un aceite fino, el cual se compara con el aceite de oliva y podría ser sustituto del mismo; en ellas también se ha encontrado dos proteínas que tienen un potencial efecto terapéutico sobre cáncer y SIDA; no obstante, hace falta investigación, ya que las semillas de algunas lufas (las muy amargas), han mostrado cierta toxicidad.

La lufa en cualquiera de sus presentaciones es también utilizada como esponja de limpieza de varios utensilios como la vajilla, elementos de cocina, sanitarios, etc. En artesanías se usa para elaborar productos como;

- 2.2.6.1 Sandalias
- 2.2.6.2 Esponjas para baño
- 2.2.6.3 Lámparas
- 2.2.6.4 Tarjetas
- 2.2.6.5 Carteras
- 2.2.6.6 Monederos
- 2.2.6.7 Cajitas para el baño u oficina
- 2.2.6.8 Artículos Decorativos

2.4. MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL

2.4.1 DEFINICIÓN DE MERCADO

PHILIPKOTLER, Gary (1998) dice: **“Mercado es un lugar donde se reúnen los compradores vendedores para intercambiar bienes y servicios”.**

ROGER, Kerin (2004) dice: **“Todos los mercados se componen de personas con deseo y con capacidad de comprar”.**

STANTON, William (2004) dice: **“Mercado es personas u organizaciones con necesidades de satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo”**.

En un sentido económico general, mercado es un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entre cualquiera de los dos, sin que afecte las condiciones de compra o de venta de los demás.

2.4.2 TIPOS DE MERCADO

2.4.2.1 MERCADO DEL CONSUMIDOR

En este tipo de mercado los bienes y servicios son rentados o comprados por individuos para su uso personal, no para ser comercializados, el mercado del consumidor es el más amplio que existe en un país.

El mercado consumidor es segmentado por límite de edad, sexo, nivel de renta entre otros factores, esas características contribuyen a la existencia de mercados potenciales que los consumidores podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

Se pueden identificar y definir los Mercados de Consumidor en función de los segmentos que los conforman esto es, los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas, el mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero.

2.4.2.2 MERCADO INDUSTRIAL

Está formado por individuos y organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios: dichas adquisiciones están orientadas hacia un fin posterior.

En este mercado industrial se razona más la compra, utilizando métodos más sofisticados (requerimientos a través de computadoras) o sencillos (a través de cotizaciones de pocos proveedores) pero siempre se hacen evaluaciones de quienes están ofreciendo mejores precios, mejor tiempo de entrega más créditos, se compra más volúmenes y se planea la compra; en este tipo de mercado existen pocos compradores en comparación con el mercado del consumidor, la compra se hace con fines de lucro.

2.4.2.3 MERCADO GUBERNAMENTAL

Este mercado esta formado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren los bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones. Estas funciones son principalmente de tipo social: por ejemplo, drenaje, pavimentación, limpieza, dado que el gobierno actualmente maneja una diversidad de actividades, se ha convertido en un gran mercado para revendedores y productores.

El gobierno compra muebles, equipo de oficina, combustible, papelería, ropa. El mercado del gobierno no persigue un consumo personal ni tampoco el lucro; compra una mezcla de productos que considera necesarios para lograr el mantenimiento de la sociedad.

2.4.2.4 MERCADO DE REVENDEDORES

Está formado por individuos y organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios a otros; a este mercado se le llama también de distribuidores o comercial y está conformado por mayoristas, minoristas, agentes, corredores.

Los revendedores también compran muchos bienes y servicios para operar su negocio suministros y equipos de oficina, bodegas, equipo para manejar materiales, servicios legales, servicios eléctricos y suministros para el mantenimiento. En esta actividad de compra los revendedores no difieren en lo esencial de los fabricantes, las instituciones financieras y cualquier otro segmento del mercado empresarial.

2.4.2.5 MERCADO DE ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS

Son aquellas instituciones tan diversas como iglesias, universidades, museos, hospitales y otras instituciones de atención médica, partidos políticos, sindicatos e instituciones de caridad. En realidad, todas ellas son organizaciones de negocios. Sin embargo, en el pasado nuestra sociedad y junto con ella las instituciones no consideraban que un museo o un hospital fueran una empresa.

2.4.3 SEGMENTO DE MERCADO

El segmento de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia del segmento es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

El segmento es también un esfuerzo por mejorar la precisión del marketing de una empresa. Es un proceso de agregación en donde se estudia un segmento de mercado a personas con necesidades semejantes.

2.4.4 VARIABLES DEL SEGMENTO DE MERCADO

2.4.4.1 SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

Se caracteriza por dividir el mercado en unidades geográficas diferentes, tales como: naciones, estados, regiones, municipios,

ciudades o barrios. La empresa puede operar en una o en varias áreas, pero prestar especial atención a las variaciones locales.

2.4.4.2 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

Consiste en dividir el mercado en distintos grupos según variables como: la edad, el tamaño del núcleo familiar, el sexo los ingresos, la educación, la nacionalidad, raza, la generación y la clase social. Las variables demográficas son más fáciles de medir, porque permite identificar los diferentes grupos de consumidores.

2.4.4.3 SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA

Es la ciencia de utilizar factores psicológicos y demográficos conjuntamente para entender mejor a los consumidores.

2.4.5 MERCADO NACIONAL

El mercado nacional está orientado a satisfacer las necesidades de los consumidores locales. Tiene una cobertura del área limitada dentro de lo cual los vendedores y compradores mantienen una estrecha relación dentro de un mercado específico.

2.4.5.1 CIUDAD DE OTAVALO

El Cantón Otavalo es un punto de encuentro en los Andes, Ubicada al norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura a 110 Km. de la capital Quito y a 2.530 mts. sobre el nivel del mar. En el corazón de la provincia de Imbabura, Otavalo es cuna de hermosos tejidos y del mundialmente famoso mercado indígena.

Posee una Superficie de: 528Km², el número de Habitantes es de: 89.562, el Idioma Oficial es el: Español y Kichwa, su Moneda es el: Dólar Norteamericano USD, en cuanto a Religión existe libertad de cultos, pero la Católica es la predominante.

2.4.5.2 LIMITES

Al Norte: limita con los cantones de Cotacachi, Ibarra y Antonio Ante. Al Este: Cantón Ibarra y Cantón Cayambe (Provincia de Pichincha). Al Sur: Cantón Quito (Provincia de Pichincha). Al Oeste: Cantón Quito y Cantón Cotacachi.

2.4.5.3 ALTITUD Y CLIMA

Existe diferencias altitudinales representativas que oscilan desde los 1.100m.s.n.m.en la zona de Selva Alegre hasta los 4.700 m.s.n.m. en el Cerro Imbabura.

Temperatura promedio 14° C., cuatro estaciones en el día, mañanas frescas, días soleados, tardes otoñales y noches frías.

2.4.5.4 HIDROGRAFÍA

Se halla regado por un sin número de ríos en todo el territorio y de lagos que adornan el bello paisaje Otavaleño, destacando el Lago San Pablo y las Lagunas de Mojanda, que constituyen factor fundamental que caracterizan el potencial turístico de la región.

2.4.5.5 TURISMO

Otavaló es actualmente uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador. Es visitado tanto por turistas nacionales como extranjeros, atraídos por su enorme riqueza cultural en la que pueblos como los Kichwa Otavaló y los Blanco Mestizos mantienen su identidad que es fortalecida por sus mitos, leyendas, costumbres y tradiciones milenarias recibidos en herencia de sus ancestros. Esta diversidad cultural se conjuga igualmente con una variedad de ecosistemas que encierran una diversidad biológica muy importante y representativa de la región tropandina,

repartida entre las montañas, lagunas, ríos, quebradas y vertientes, que vistos desde la cosmovisión local, tienen vida y energía.

2.4.5.6 PRODUCCIÓN ARTESANAL

La feria Artesanal de Otavalo, por su diversidad de tejidos y bordados expresa el carácter y riqueza intercultural de sus habitantes indígenas y mestizos. Ferias existen en todas partes "PERO NINGUNA IGUAL O SIMILAR A LA DE OTAVALO".

La feria mayor se realiza todos los sábados, pero continúa todos los días. En realidad el Mercado actual es un espacio donde se conjugan las culturas.

Durante el desarrollo de la feria artesanal se puede encontrar productos como: tapices decorativos., ponchos, fajas, los sacos tejidos, bisutería, antigüedades, artesanías de madera, entre otros.

2.4.6 MERCADO INTERNACIONAL

Todos los seres humanos poseen deseos y necesidades por satisfacer al mínimo costo; esto provoca que las organizaciones de un país deseen ampliar sus fronteras, es decir estudien la posibilidad de colocar sus productos en otros países. Existen muchos factores para que una organización tenga éxito al vender sus productos internacionalmente: los recursos con que cuentan, sus necesidades internas, su capacidad de venta, así como los factores políticos.

2.4.7 ASPECTOS LEGALES PARA LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS

2.4.7.1. REQUISITOS Y TRÁMITES PARA EXPORTAR

➤ REGISTRO COMO EXPORTADOR

Se lo realiza directamente en el sitio Web de la CAE (www.cae.gov.ec): llenando el formulario electrónico previsto para el caso; la CAE le asigna clave y nombre de usuario.

➤ PROCESO PARA EXPORTAR:

La Ley de Comercio Exterior, establece lo siguiente:

a) Obtención del visto bueno del formulario único de exportación en la banca privada autorizada por el Banco Central del Ecuador.

b) Presentar la declaración de exportación, en el Formulario Único de Exportación FUE (original y cinco copias).

c) Adjuntar la factura comercial (original y cinco copias), en donde debe constar la descripción comercial de la mercadería a exportarse.

d) No como un requisito obligatorio, sino como un complemento, puede ser necesario una "lista de bultos" (packing list), especialmente cuando se embarca cierto número de unidades del mismo producto, o si varían las dimensiones, el peso o contenido de cada unidad.

e) Para el visto bueno los documentos deben ser presentados ante los bancos corresponsales del Banco Central.

f) El FUE en general, tiene un plazo de validez indefinido y será válido para un solo embarque; excepto cuando se trate de los siguientes casos especiales, en donde tendrán un plazo de validez de 15 días:

Cuando los productos a exportarse, estén sujetos a precios mínimos referenciales, cuotas, restricciones o autorizaciones previas.

Cuando los productos a exportarse sean perecibles en estado natural, negociados bajo la modalidad de venta en consignación.

En estos casos, si se permite que se hagan embarques parciales, dentro del plazo de los 15 días.

2.4.7.2. PROCEDIMIENTO ADUANERO

Después de obtener el visto bueno del FUE, se efectúa en la Aduana los trámites para el aforo, mediante la correspondiente declaración y el embarque de los productos.

El interesado, entrega la mercadería a la Aduana para su custodia hasta que la autoridad naval, aérea o terrestre, autorice la salida del medio de transporte.

Las mercancías se embarcan directamente, una vez cumplidas las formalidades aduaneras y el pago de gravámenes o tasas correspondientes.

No se permite la salida de la mercancía si el FUE no está respectivamente legalizado.

La Declaración de las mercaderías a exportarse se presenta en la Aduana por parte del interesado, en un plazo, desde siete días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera, con los siguientes documentos:

- a)** Declaración Aduanera (Formulario Único de Exportación)
- b)** Factura comercial, en original y cuatro copias
- c)** Original o copia negociable de la documentación de transporte (conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte, según corresponda).

Los exportadores están obligados a vender en el país las divisas provenientes de sus exportaciones, por el valor FOB, a los bancos y sociedades financieras privadas autorizadas por la Superintendencia de Bancos a operar en el mercado libre de cambios, sean o no corresponsales del Banco Central.

CAPITULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 OBJETIVOS

3.1.1 OBJETIVO GENERAL

3.1.1.1 Conocer el grado de aceptación de los productos que van a fabricarse en la microempresa.

3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

3.1.2.1 Analizar la demanda cautiva y potencial que tienen las artesanías de fibra de lufa, en el mercado nacional e internacional.

3.1.2.2 Identificar la competencia actual que tiene el producto.

3.1.2.3 Establecer los precios que deben tener los productos en el mercado local, e internacional.

3.1.2.4 Determinar el medio de promoción y publicidad para este tipo de artesanías.

3.2 MERCADO

3.2.1 MERCADO META

Es el mercado al cual se pretende introducir con la creación de la microempresa de artesanías de lufa, que será a nivel local, nacional e internacional (Europa).

3.2.2 SEGMENTO DE MERCADO

El mercado se subdividirá en los siguientes segmentos de acuerdo a su: nivel local, nacional, internacional y turismo receptivo:

TAMAÑO DEL MERCADO

1ra Segmentación	2da Segmentación	3ra. Segmentación
1. Consumidores a nivel local del Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura.	-Mercado de Ponchos -Almacenes aledaños a la Plaza	-Casa de Turismo Otavalo -Organismos Indígenas UNAIMCO
2. Empresas Comercializadoras a nivel nacional	- Varias Empresas	-Ilustre Municipio de Otavalo
3. Turismo Receptivo	- Turismo nacional -Turismo extranjero	- Cámara de Turismo de Imbabura

Cuadro N. 1

PÉRFIL POTENCIAL

VARIABLES PARA SEGMENTAR EL MERCADO	
VARIABLE	DESCOMPOSICIÓN TÍPICA
GEOGRÁFICA	
Regiones	Otavaló: Artesanos de la Plaza de Ponchos
Tamaño del Departamento 1	Otavaló:
Tamaño de la ciudad	Población: 89.562 habitantes
Clima	Temperatura: 14° C
Tamaño del Departamento 2	Organismos internacionales de exportación
Tamaño del Departamento 3	Turismo receptivo Población: Turismo Nacional (Quito, Guayaquil, Cuenca, Ibarra) Turismo Internacional (Europa, Asia, E.E.U.U.)
DEMOGRÁFICA	
Edad	18- 25, 26-35, 36-45, 46-55, y 55 o más
Sexo	Masculino y Femenino
Ingresos	Menos de : \$ 150 USD, \$ 150USD, más de \$ 150 USD
Ocupación	Artesano, agricultor, comerciante, profesional, estudiante
Educación	Primaria, Secundaria, Superior
Religión	90% Católicos y el resto protestantes.
Raza	Indígena, Mestiza y negra
Nacionalidad	Ecuatoriana (latinos)
PSICOGRÁFICA	
Clase social	Media alta, media y baja
Estilo de vida	Creyentes y luchadores
Personalidad	Compulsiva y ambiciosa
Ocasión de compra	Ocasiones normales
Grado de conocimiento	Informado e interesado
Actitud frente al producto	Entusiasta y positivo

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro N. 2

3.3 OFERTA

La Oferta muestra la relación existente entre el precio y la cantidad ofrecida, para estudiar la oferta se hace necesario establecer quienes son los competidores.

3.3.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA

La principal competencia está dada por la Empresa Talleres del Gran Valle.

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE LOS TALLERES DEL GRAN VALLE

PROVINCIA	EMPRESA	CAPACIDAD OFERTADA EN UNIDADES	
		Productos Utilitarios	Mini Artesanías
Imbabura- Cotacachi- Zona Intag	1	4.000	7.000
TOTAL	1	4.000	7.000

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 3

En lo referente a la producción de artesanías de fibra de lufa, se puede resumir que existe una sola competencia, la cual es la empresa Talleres del Gran Valle ubicada en la zona de Intag.

3.3.1.1 OFERTA HISTÓRICA

OFERTA HISTÓRICA DE LOS PRODUCTOS DE FIBRA DE LUFA EN UNIDADES

AÑOS	PRODUCTOS UTILITARIOS	MINI ARTESANÍAS	TOTAL
2004	2.723	4.764	7.487
2005	2.941	5.145	8.086
2006	3.176	5.557	8.733
2007	3.430	6.001	9.431
2008	3.704	6.481	10.185
2009	4.000	7.000	11.000

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 4

Con la oferta histórica se proyecta dar a conocer, la acogida de los últimos años de los productos de lufa de los Talleres del Gran Valle, los cuales únicamente se dedican a cubrir la demanda internacional.

3.3.1.2 OFERTA FUTURA

La Oferta Futura ofrecerá un conjunto de bienes o mercancías, que se presentarán en el mercado con un precio definido.

Cálculo de la Oferta Proyectada

Método de Regresión Lineal

Fórmula:

$$y = a + bx$$

Ecuaciones Normales:

1. $\sum y = an + b\sum x$
2. $\sum xy = a\sum x + b\sum x^2$

Las fórmulas anteriores representan el método de regresión lineal, la misma que será aplicada para el cálculo de la oferta proyectada en el presente proyecto.

PRODUCTOS UTILITARIOS

AÑOS	n(x)	y(oferta)	Xy	x2
2004	1	2.723	2.723	1
2005	2	2.941	5.882	4
2006	3	3.176	9.528	9
2007	4	3.430	13.720	16
2008	5	3.704	18.520	25
2009	6	4.000	24.000	36
TOTAL	21	19.974	74.373	91

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 5

En el cuadro anterior se encuentra la Producción Total de los Productos Utilitarios, elaborados en los últimos años, en base de lo cual se va a realizar una proyección de la oferta mediante el Método de Igualación. En donde podemos observar que el cuadro anterior n es la variable que representa los años y x2 es la variable n(años) elevada al cuadrado.

Método de Igualación:

a. $\sum y = an + b\sum x$

b. $\sum xy = a\sum x + b\sum x^2$

$19.974 = 6a + 21b$

$74.373 = 21a + 91b$

a. $19.974 = 6a + 21b \quad (-21)$

Reemplazando valor de b en a

b. $74.373 = 21a + 91b \quad (6)$

a. $19.974 = 6a + 21b$

a. $-419.454 = -126a - 441b$

$19.974 = 6a + 21(255,09)$

b. $446.238 = 126a + 546b$

$19.974 = 6a + 5.356,89$

$26.784 = 0 + 105b$

$19.974 - 5.356,89 = a$

6

$26.784 = b$

a = 2.436,19

105

b = 255,09

y = a + bx

Ecuación de Proyección

$Y = 2.436,19 + 255,09 X$

$Y = 2.436,19 + 255,09 (7) = 4.222 \quad (2010)$

$Y = 2.436,19 + 255,09 (8) = 4.477 \quad (2011)$

$Y = 2.436,19 + 255,09 (9) = 4.732 \quad (2012)$

$Y = 2.436,19 + 255,09 (10) = 4.987 \quad (2013)$

$Y = 2.436,19 + 255,09 (11) = 5.242 \quad (2014)$

Tasa de Crecimiento Proyectada

$$M = c(1 + r)^{n-1}$$

$$5.242 = 4.222(1 + r)^{5-1}$$

$$\sqrt[4]{\frac{5.242}{4.222}} - 1 = r$$

$$r = 5,56 \%$$

De donde:

M = Año proyectado final

C = Año proyectado Inicial

r = Tasa de crecimiento proyectada

n-1 = Número de periodos proyectados

Tasa de Crecimiento de los Productos Utilitarios Proyectada

AÑOS	Productos Utilit. Unidades	Tasa de Crecimiento Acumulada	Tasa de Crecimiento Individual
2010	4.222	-	-
2011	4.477	5.56%	6.04%
2012	4.732	5.56%	5.70%
2013	4.987	5.56%	5.38%
2014	5.242	5.56%	5.12%

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 6

En el cuadro anterior se encuentra el resumen de la Proyección de los Productos Utilitarios, para los próximos cinco años, con su respectiva tasa de crecimiento individual y tasa de crecimiento acumulada, la cual es el promedio de la tasa individual.

MINI ARTESANÍAS

AÑOS	n(x)	y(oferta)	xy	x2
2004	1	4.764	4.764	1
2005	2	5.145	10.290	4
2006	3	5.557	16.671	9
2007	4	6.001	24.004	16
2008	5	6.481	32.405	25
2009	6	7.000	42.000	36
TOTAL	21	34.948	130.134	91

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 7

En el cuadro anterior se encuentra la Producción Total de las Mini Artesanías, elaboradas en los últimos años, en base de lo cual se va a realizar una proyección de la oferta mediante el Método de Igualación.

Método de Igualación:

a. $\sum y = an + b\sum x$

b. $\sum xy = a\sum x + b\sum x^2$

$34.948 = 6a + 21b$

$130.134 = 21a + 91b$

a. $34.948 = 6a + 21b \quad (-21)$

Reemplazando valor de b en a

b. $130.134 = 21a + 91b \quad (6)$

a. $34.948 = 6a + 21b$

a. $-733.908 = -126a - 441b$

$34.948 = 6a + 21(446,63)$

b. $780.804 = 126a + 546b$

$34.948 = 6a + 9.379,23$

$46.896 = 0 + 105b$

$34.948 - 9.379,23 = a$

$$\frac{46.896}{105} = b$$

$$a = 4.261,46$$

$$105$$

$$b = 446,63$$

$$y = a + bx$$

Ecuación de Proyección

$$Y = 4.261,46 + 446,63 X$$

$$Y = 4.261,46 + 446,63 (7) = 7.388 \quad (2010)$$

$$Y = 4.261,46 + 446,63 (8) = 7.835 \quad (2011)$$

$$Y = 4.261,46 + 446,63 (9) = 8.281 \quad (2012)$$

$$Y = 4.261,46 + 446,63 (10) = 8.728 \quad (2013)$$

$$Y = 4.261,46 + 446,63 (11) = 9.174 \quad (2014)$$

Tasa de Crecimiento Proyectada

$$M = c(1+r)^{n-1}$$

$$9.174 = 7.388(1+r)^{5-1}$$

$$\sqrt[4]{\frac{9.174}{7.388}} - 1 = r$$

$$r = 5,56\%$$

Tasa de Crecimiento de Mini Artesanías Proyectada

AÑOS	Unidades Mini Artesanías	Tasa de Crecimiento Acumulada	Tasa de Crecimiento Individual
2010	7.388	-	-
2011	7.835	5.56%	6,05%
2012	8.281	5.56%	5,69%
2013	8.728	5.56%	5,40%
2014	9.174	5.56%	5,11%

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 8

En el cuadro anterior se encuentra el resumen de la Proyección de las Mini Artesanías, para los próximos cinco años, con su respectiva tasa de crecimiento individual y tasa de crecimiento acumulada, la cual es el promedio de la tasa individual.

RESUMEN DE LA OFERTA PROYECTADA DE LA CANTIDAD DE PRODUCTOS DE LUFA

AÑOS	PRODUCTOS UTILITARIOS	MINI ARTESANÍAS	TOTAL GENERAL
2010	4.222	7.388	11.610
2011	4.477	7.835	12.312
2012	4.732	8.281	13.013
2013	4.987	8.728	13.715
2014	5.242	9.174	14.416

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 9

En este cuadro resumen se encuentra la oferta en unidades de las artesanías de fibra de lufa, proyectada para los próximos cinco años.

3.4 DEMANDA

La Demanda representa la cantidad de bienes o servicios, que las personas podrán comprar a diversos precios posibles, durante un periodo determinado.

3.4.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.4.1.1 MERCADO NACIONAL

La comercialización de los diferentes productos elaborados en fibra de lufa, tienen una gran demanda cautiva en la ciudad de Otavalo, especialmente en los artesanos que laboran en la Plaza de Ponchos.

3.4.1.2 MERCADO INTERNACIONAL

Existen varios organismos internacionales no gubernamentales, interesados en adquirir artesanías en fibra de lufa, con la principal finalidad de impulsar el trabajo a nivel comunitario, mejorando así el nivel de vida de todos los involucrados.

3.4.1.3 DEMANDA HISTÓRICA

La Demanda Histórica permitirá conocer la necesidad o el deseo que tienen los consumidores.

**Demanda Anual Histórica de
La Corporación Talleres del Gran Valle**

Años	Productos Utilitarios Unidades	Mini Artesanías Unidades
2004	2.000	5.000
2005	2.400	6.000
2006	3.048	7.620
2007	3.962	8.200
2008	4.850	8.700
2009	5.600	9.800

Fuente: Corporación Talleres del Gran Valle

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 10

**RESUMEN DE LA DEMANDA HISTORICA DE LA CANTIDAD DE
PRODUCTOS DE FIBRA DE LUFA EN UNIDADES**

Años	Productos Utilitarios	Mini Artesanías	Total
2004	2.000	5.000	7.000
2005	2.400	6.000	8.400
2006	3.048	7.620	10.668
2007	3.962	8.200	12.162
2008	4.850	8.700	13.550
2009	5.600	9.800	15.400

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 11

Al ser la principal competencia los Talleres del Gran Valle, se hizo necesaria la investigación de la demanda de los últimos años, en unidades de los diferentes productos que son solicitados por los clientes.

3.4.2 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

La demanda potencial insatisfecha, es la diferencia que existe entre la oferta y la demanda proyectada en unidades de los productos utilitarios y de las mini artesanías, dando como resultado el déficit por cubrir en los próximos cinco años, tanto en número de unidades como en porcentaje por producto y por año.

Balanceo Oferta – Demanda en unidades de Producto

Años	Oferta proyectada por unidades		Demanda proyectada por unidades		Déficit por cubrir		Total Demanda	Total Déficit	%
	Productos Utilitarios	Mini Artesanías	Productos Utilitarios	Mini Artesanías	Productos Utilitarios	Mini Artesanías			
2009	4.000	7000	5.600	9.950	-1.600	-2.950	15.550	4.550	29,26%
2010	4.222	7.388	6.270	11.147	-2.048	-3.759	17.417	5.807	33,34%
2011	4.477	7.835	7.020	12.350	-2.543	-4.515	19.370	7.058	36,44%
2012	4.732	8.281	7.771	13.552	-3.039	-5.271	21.323	8.310	38,97%
2013	4.987	8.728	8.521	14.755	-3.534	-6.027	23.276	9.561	41,07%
2014	5.242	9.174	9.271	15.958	-4.029	-6.784	25.229	10.813	42,85%

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 12

3.4.3 DEMANDA PROYECTADA A CUBRIR POR EL PROYECTO

Para el cálculo de la demanda proyectada, se aplicó el Método de los Mínimos Cuadrados, cuya función de proyección fue el Análisis de Regresión Lineal, aplicando los datos históricos y el año base del proyecto (2009), la proyección se lo hará para 5 años.

Cálculo de la Demanda Proyectada

Método de Regresión Lineal

Fórmula:

$$y = a + bx$$

Ecuaciones Normales:

1. $\sum y = an + b\sum x$
2. $\sum xy = a\sum x + b\sum x^2$

PRODUCTOS UTILITARIOS

AÑOS	n(x)	y(demanda)	Xy	x2
2004	1	2.000	2.000	1
2005	2	2.400	4.800	4
2006	3	3.048	9.144	9
2007	4	3.962	15.848	16
2008	5	4.850	24.250	25
2009	6	5.600	33.600	36
TOTAL	21	21.860	89.642	91

Elaborado por: Las autoras **Cuadro N. 13**

a. $\sum y = an + b\sum x$

$$21.860 = 6a + 21b$$

a. $21.860 = 6a + 21b \quad (-21)$

b. $89.642 = 21a + 91b \quad (6)$

$$\underline{a. -459.060 = -126a - 441b}$$

b. $537.852 = 126a + 546b$

$$78.792 = 0 + 105b$$

$$\underline{78.792 = b}$$

105

b = 750,40

b. $\sum xy = a\sum x + b\sum x^2$

$$89.642 = 21a + 91b$$

Reemplazando valor de b en a

a. $21.860 = 6a + 21b$

$$21.860 = 6a + 21(750,40)$$

$$21.860 = 6a + 15.758,40$$

$$\underline{21.860 - 15.758,40 = a}$$

6

a = 1.016,93

y = a + bx

Ecuación de Proyección

$$Y = 1.016,93 + 750,40 X$$

$Y = 1.016,93 + 750,40 (7) = 6.270 (2010)$

$Y = 1.016,93 + 750,40 (8) = 7.020 (2011)$

$Y = 1.016,93 + 750,40 (9) = 7.771 (2012)$

$Y = 1.016,93 + 750,40 (10) = 8.521 (2013)$

$Y = 1.016,93 + 750,40 (11) = 9.271 (2014)$

Tasa de Crecimiento Proyectada

$$M = c(1 + r)^{n-1}$$

$$9.271 = 6.270(1 + r)^{5-1}$$

$$\sqrt[4]{\frac{9.271}{6.270}} - 1 = r$$

$r = 10,27\%$

De donde:

M = Año proyectado final

C = Año proyectado Inicial

r = Tasa de crecimiento proyectada

n -1 = Número de periodos proyectados

Tasa de Crecimiento de Productos Utilitarios Proyectada

Años	Productos Utilit. Unidades	Tasa de Crecimiento Acumulada	Tasa de Crecimiento Individual
2010	6.270	-	-
2011	7.020	10,27%	11,96%
2012	7.771	10,27%	10,70%
2013	8.521	10,27%	9,65%
2014	9.271	10,27%	8,80%

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 14

Este cuadro muestra el crecimiento de la demanda, en los próximos cinco años, en dónde la tasa de crecimiento acumulada es un promedio de la tasa individual.

MINI ARTESANÍAS

AÑOS	n(x)	y(demanda)	Xy	x2
2004	1	4.020	4.020	1
2005	2	5.200	10.400	4
2006	3	6.100	18.300	9
2007	4	7.450	29.800	16
2008	5	8.900	44.500	25
2009	6	9.950	59.700	36
TOTAL	21	41.620	166.720	91

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 15

Método de Igualación:

a. $\sum y = an + b\sum x$

b. $\sum xy = a\sum x + b\sum x^2$

$41.620 = 6a + 21b$

$166.720 = 21a + 91b$

a. $41.620 = 6a + 21b \quad (-21)$

Reemplazando valor de b en a

b. $166.720 = 21a + 91b \quad (6)$

a. $41.620 = 6a + 21b$

a.- $874.020 = -126a - 441b$

$41.620 = 6a + 21(1.202,86)$

b. $1.000.320 = 126a + 546b$

$41.620 = 6a + 25.260,06$

$126.300 = 0 + 105b$

$41.620 - 25.260,06 = a$

6

$\frac{126.300}{105} = b$

$a = 2.726,66$

105

$b = 1.202,86$

$$y = a + bx$$

Ecuación de Proyección $Y = 2.726,66 + 1.202,86$

$$Y = 2.726,66 + 1.202,86 (7) = 11.147 (2010)$$

$$Y = 2.726,66 + 1.202,86 (8) = 12.350 (2011)$$

$$Y = 2.726,66 + 1.202,86 (9) = 13.552 (2012)$$

$$Y = 2.726,66 + 1.202,86 (10) = 14.755 (2013)$$

$$Y = 2.726,66 + 1.202,86 (11) = 15.958 (2014)$$

Tasa de Crecimiento Proyectada

$$M = c(1 + r)^{n-1}$$

$$15.958 = 11.147(1 + r)^{5-1}$$

$$\sqrt[4]{\frac{15.958}{11.147}} - 1 = r$$

$$r = 9,38\%$$

Tasa de Crecimiento de Mini Artesanías Proyectada

AÑOS	Mini Artesanías Unidades	Tasa de Crecimiento Acumulada	Tasa de Crecimiento Individual
2010	11.147	-	-
2011	12.350	9,38%	10,79%
2012	13.552	9,38%	9,73%
2013	14.755	9,38%	8,88%
2014	15.958	9,38%	8,15%

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 16

El cuadro indica el crecimiento proyectado de las mini artesanías en los próximos cinco años, con una tasa de crecimiento acumulada del 9,38%, obtenida mediante la fórmula que se encuentra desarrollada anteriormente y que además se la puede obtener mediante un promedio de las tasas de crecimiento individual que se encuentran ubicadas anteriormente.

3.4.3.1 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA POR PRODUCTO

En los siguientes cuadros se muestra la demanda potencial insatisfecha, que existe diferenciando por productos utilitarios y mini artesanías.

Demanda Potencial Insatisfecha de los Productos Utilitarios

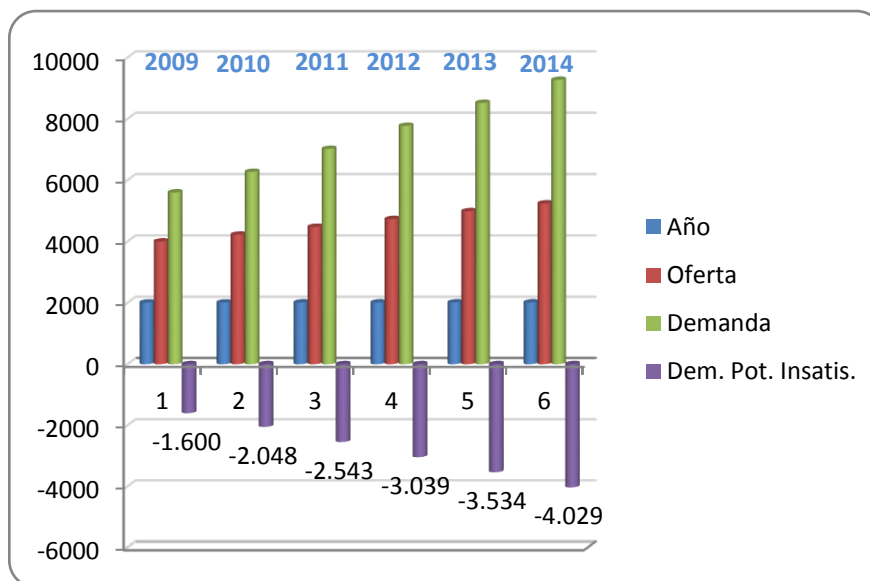
Año	Oferta	Demanda	Dem. Pot. Insatis.
2009	4.000	5.600	-1.600
2010	4.222	6.270	-2.048
2011	4.477	7.020	-2.543
2012	4.732	7.771	-3.039
2013	4.987	8.521	-3.534
2014	5.242	9.271	-4.029

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 17

El cuadro indica el total de la demanda insatisfecha de productos utilitarios que existe, y a la cual está enfocada a cubrir el proyecto.

Además en el presente cuadro se puede observar la demanda potencial insatisfecha que existirá en los próximos años, llegando al año 2014 con una oferta de 5.242 y una demanda de 9.271 dando como resultado una demanda potencial insatisfecha de Productos Utilitarios de 4.029, es decir que este número de unidades se deberá de cubrir para ese año.



Elaborado por: Las autoras
GRÁFICO No. 13

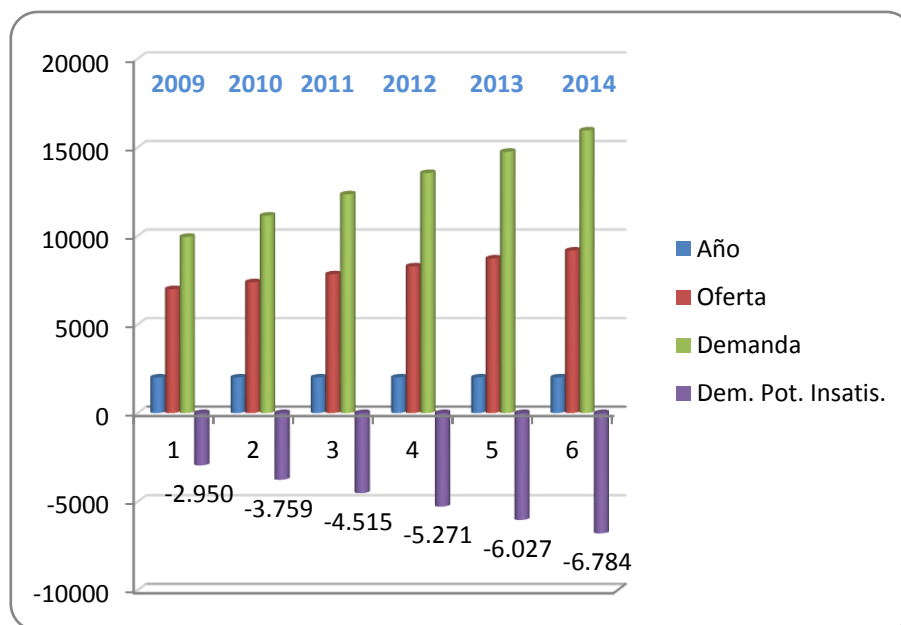
El anterior gráfico muestra la oferta, la demanda, así como también la demanda potencial insatisfecha, individualmente por año de los productos utilitarios.

Demanda Potencial Insatisfecha de las Mini Artesanías

Año	Oferta	Demanda	Dem. Pot. Insatis.
2009	7.000	9.950	-2.950
2010	7.388	11.147	-3.759
2011	7.835	12.350	-4.515
2012	8.281	13.552	-5.271
2013	8.728	14.755	-6.027
2014	9.174	15.958	-6.784

Elaborado por: Las autoras
Cuadro N. 18

El cuadro indica el total de la demanda insatisfecha de mini artesanías que posiblemente existirá, y a la cual está enfocada a cubrir el proyecto en los próximos cinco años.



Elaborado por: Las autoras

GRÁFICO No. 14

El anterior gráfico muestra la oferta, la demanda, así como también la demanda potencial insatisfecha, individualmente por año de las mini artesanías.

3.4.4 DEMANDA PROYECTADA A CUBRIR POR EL PROYECTO

Cálculo previo a la Demanda a cubrir por el Proyecto en Unidades

Años	Demanda insatisfecha en Unidades				Total Demanda en Unidades	Demanda a cubrir por el Proyecto	Porcentaje de Producción a captar
	Productos Utilitarios	ACUMULADA	Mini Artesanías	ACUMULADA			
2009	-1.600		-2.950		-4.550		
	40%		40%				
Cantidad Demanda a Cubrir	640		1.180			1.820	40,00%
	5,44%	5,44%	5,44%	5,44%			
2010	-2.048		-3.759		-5.807		
	50%		50%				
Cantidad Demanda a Cubrir	1.024		1.880			2.904	50,00%
	8,70%	14,14%	8,66%	14,10%			
2011	-2.543		-4.515		-7.058		
	60%		60%				
Cantidad Demanda a Cubrir	1.526		2.709			4.235	60,00%
	12,97%	27,11%	12,48%	26,58%			
2012	-3.039		-5.271		-8.310		
	70%		70%				
Cantidad Demanda a Cubrir	2.127		5.007			7.134	70,00%
	18,07%	45,18%	23,07%	49,65%			
2013	-3.534		-6.027		-9.561		
	80%		80%				
Cantidad Demanda a Cubrir	2.827		4.822			7.649	80,00%
	24,01%	69,19%	22,22%	71,87%			
2014	-4.029		-6.784		-10.813		
	90%		90%				
Cantidad Demanda a Cubrir	3.626		6.106			9.732	90,00%
	30,81%	100,00%	28,13%	100,00%			
Demanda Potencial Insatisfecha	-16.793		-29.306		-46.099		
TOTAL A CUBRIR	11.770	100%	21.704	100%		33.474	

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 19

El cuadro anterior muestra el total de la demanda insatisfecha por año, y la demanda a cubrir por el proyecto, la cual se empieza con una cobertura del 40% para el primer año, y periódicamente sube un 10% para cada año, llegando a una cobertura del 90% en los cinco años proyectados.

La demanda potencial insatisfecha obtenida de acuerdo a la Investigación de Mercado, para el primer año será de 4.550 unidades de productos elaborados en fibra de lufa, (1.600 Productos Utilitarios y 2.950 Mini Artesanías), de los cuales 1.820 unidades logrará cubrir el proyecto para el primer año.

3.5 DETERMINACIÓN DEL PRODUCTO Y PRECIO

3.5.1 IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS ARTESANALES

La principal materia prima a utilizar será la fibra de lufa obtenida de la *Luffa Cylindrica*, perteneciente a la familia de las *Curcubitaceae*, cuyos productos artesanales en base a la demanda serán, los Productos Utilitarios y las Mini Artesanías.

3.5.1.1 PRODUCTOS UTILITARIOS

Los productos utilitarios son aquellos que se usan para el aseo y relajación del cuerpo, como lo son; masajeadores, esponjas, cepillos de baño, cajitas de baño.

Estos productos poseen una gran aceptación por ser fabricados en fibra natural de lufa, especialmente es apreciada por los turistas extranjeros.

3.5.1.2 MINI ARTESANÍAS

En lo referente a las mini artesanías, existe una gran variedad como; lámparas, sandalias, flores decorativas, carteras, monederos, belenes y tarjetas de navidad.

Estos productos tienen una gran demanda, debido a los varios diseños y a las diferentes gamas de colores que se ofrecen en el producto terminado.

3.5.2 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DEL PRODUCTO

Los productos elaborados en fibra de lufa, habitualmente se venden en países relacionados con el comercio justo especialmente en España, Francia e Italia, siendo toda la producción dirigida únicamente al extranjero, cuyos precios de los productos constan en el siguiente cuadro:

Precio de los Productos al Consumidor

PRODUCTO	PRECIO POR UNIDAD		PRECIO PROMEDIO
	MINIMO	MAXIMO	
PRODUCTOS UTILITARIOS			
Masajeadores	3,75	4,55	4,15
Esponjas	4,00	6,00	5,00
Cepillos de baño	4,00	5,50	4,75
Cajitas de baño	1,20	1,70	1,45
MINI ARTESANÍAS			
Lámparas	17,00	19,00	18,00
Sandalias	10,00	14,00	12,00
Flores Decorativas	7,00	9,00	8,00
Carteras	10,00	12,50	11,25
Monedero	4,50	5,50	5,00
Belén Tipo Volcán	7,30	9,50	8,40
Belén Tipo Choza	8,50	11,00	9,75
Tarjeta Navidad	3,20	4,00	3,60

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 20

3.5.2.1 PRECIO PARA EL PROYECTO

El precio es el valor monetario asignado a un bien o servicio, es la expresión en dinero que se le asigna a un producto o servicio.

De acuerdo al análisis y las diferentes variaciones de precios de la competencia sean estas por calidad y grado de dificultad del producto, o por

volúmenes de compra, se calcularán dos precios diferentes dirigidos al mercado nacional e internacional

**Precio del Proyecto por Unidad
De las Artesanías de Lufa**

PRODUCTO	PRECIO PROMEDIO
PRODUCTOS UTILITARIOS	
Masajeadores	4,15
Esponjas	5,00
Cepillos de baño	4,75
Cajitas de baño	1,45
MINI ARTESANÍAS	
Lámparas	18,00
Sandalias	12,00
Flores Decorativas	8,00
Carteras	11,25
Monedero	5,00
Belén Tipo Volcán	8,40
Belén Tipo Choza	9,75
Tarjeta Navidad	3,60

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 21

La microempresa de artesanías de lufa, fijará los precios con un estándar que no exceda ni al mínimo, ni al máximo en relación con los precios de la competencia, sin bajar el valor de la calidad del producto terminado.

PRECIO HISTÓRICO

PRODUCTO	AÑOS					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
PRODUCTOS UTILITARIOS						
Masajeadores	2,70	2,94	3,21	3,50	3,81	4,15
Esponjas	3,25	3,54	3,86	4,21	4,59	5,00
Cepillos de baño	3,09	3,37	3,67	4,00	4,36	4,75
Cajitas de baño	0,94	1,02	1,12	1,22	1,33	1,45
MINI ARTESANÍAS						
Lámparas	11,70	12,75	13,90	15,15	16,52	18,00
Sandalias	7,80	8,50	9,27	10,10	11,01	12,00
Flores Decorativas	5,20	5,67	6,18	6,73	7,34	8,00
Carteras	7,31	7,97	8,69	9,47	10,32	11,25
Monedero	3,25	3,54	3,86	4,21	4,59	5,00
Belén Tipo Volcán	5,46	5,95	6,49	7,07	7,71	8,40
Belén Tipo Choza	6,34	6,91	7,53	8,21	8,95	9,75
Tarjeta Navidad	2,34	2,55	2,78	3,03	3,30	3,60

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 22

El precio histórico es aquel con el cual se ha comercializado en los años anteriores el producto. En el cuadro se muestra el precio individual de cada producto.

3.5.2.2 PRECIO PROYECTADO PARA EL MERCADO INTERNACIONAL

El precio se proyectó basándose en el método técnico denominado I.C.P. (Índice de Crecimiento del Precio), o Precio del Índice Estacional el mismo que fue estimado para cinco años:

Proyección del Precio para el Mercado Internacional por Unidad Producida y Vendida

PRODUCTO	ACTUAL	PRECIO PROYECTADO					ICP	ICP %
	2009	2010	2011	2012	2013	2014		
PRODUCTOS UTILITARIOS								
Masajeadores	4,15	4,52	4,93	5,37	5,86	6,39	1,09	9,00%
Esponjas	5,00	5,45	5,94	6,48	7,06	7,69	1,09	9,00%
Cepillos de baño	4,75	5,18	5,64	6,15	6,71	7,31	1,09	9,00%
Cajitas de baño	1,45	1,58	1,72	1,88	2,05	2,23	1,09	9,00%
MINI ARTESANÍAS								
Lámparas	18,00	19,62	21,39	23,31	25,41	27,70	1,09	9,00%
Sandalias	12,00	13,08	14,26	15,54	16,94	18,46	1,09	9,00%
Flores Decorativas	8,00	8,72	9,50	10,36	11,29	12,31	1,09	9,00%
Carteras	11,25	12,26	13,37	14,57	15,88	17,31	1,09	9,00%
Monedero	5,00	5,45	5,94	6,48	7,06	7,69	1,09	9,00%
Belén Tipo Volcán	8,40	9,16	9,98	10,88	11,86	12,92	1,09	9,00%
Belén Tipo Choza	9,75	10,63	11,58	12,63	13,76	15,00	1,09	9,00%
Tarjeta Navidad	3,60	3,92	4,28	4,66	5,08	5,54	1,09	9,00%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 23

El precio para el mercado internacional será mayor que el nacional, por cuanto se debe cubrir los costos de exportación, siendo el índice de crecimiento proyectado del precio del 9%.

3.5.2.3 PRECIO PROYECTADO PARA EL MERCADO NACIONAL

Proyección del Precio para el Mercado Nacional por Unidad Producida y Vendida

PRODUCTO	ACTUAL	PRECIO PROYECTADO					ICP	ICP %
	2009	2010	2011	2012	2013	2014		
PRODUCTOS UTILITARIOS								
Masajeadores	4,15	4,32	4,49	4,67	4,85	5,05	1,04	4,00%
Esponjas	5,00	5,20	5,41	5,62	5,85	6,08	1,04	4,00%
Cepillos de baño	4,75	4,94	5,14	5,34	5,56	5,78	1,04	4,00%
Cajitas de baño	1,45	1,51	1,57	1,63	1,70	1,76	1,04	4,00%
MINI ARTESANÍAS								
Lámparas	18,00	18,72	19,47	20,25	21,06	21,90	1,04	4,00%
Sandalias	12,00	12,48	12,98	13,50	14,04	14,60	1,04	4,00%
Flores Decorativas	8,00	8,32	8,65	9,00	9,36	9,73	1,04	4,00%
Carteras	11,25	11,70	12,17	12,65	13,16	13,69	1,04	4,00%
Monedero	5,00	5,20	5,41	5,62	5,85	6,08	1,04	4,00%
Belén Tipo Volcán	8,40	8,74	9,09	9,45	9,83	10,22	1,04	4,00%
Belén Tipo Choza	9,75	10,14	10,55	10,97	11,41	11,86	1,04	4,00%
Tarjeta Navidad	3,60	3,74	3,89	4,05	4,21	4,38	1,04	4,00%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 24

Este cuadro muestra el índice de crecimiento del precio para el mercado nacional, detallando el precio para cada producto que se va a producir en la microempresa de artesanías de lufa, siendo el crecimiento proyectado del precio del 4%.

3.5.2.4 CÁLCULO DEL INDICE DE CRECIMIENTO PROYECTADO DEL PRECIO

Para el cálculo del índice de crecimiento proyectado del precio se utilizó la siguiente fórmula:

$$I.C.P. = \frac{\sum \frac{V_{n1}}{V_{n0}} + \frac{V_{n2}}{V_{n1}} + \frac{V_{n3}}{V_{n2}}}{n-1}$$

PRODUCTOS UTILITARIOS

$$I.C.P. = \frac{\sum \frac{2.94}{2.70} + \frac{3.21}{2.94} + \frac{3.50}{3.21} + \frac{3.81}{3.50} + \frac{4.15}{3.81}}{6-1}$$

$$I.C.P. = 1.09\%$$

Lo cual indica que el crecimiento del precio de todos los productos utilitarios será del 9%, para el mercado internacional en virtud de la revalorización que a tenido Europa, y para mercado nacional será del 4% en base a un promedio de la inflación que ha atravesado el Ecuador en los últimos años.

MINI ARTESANÍAS

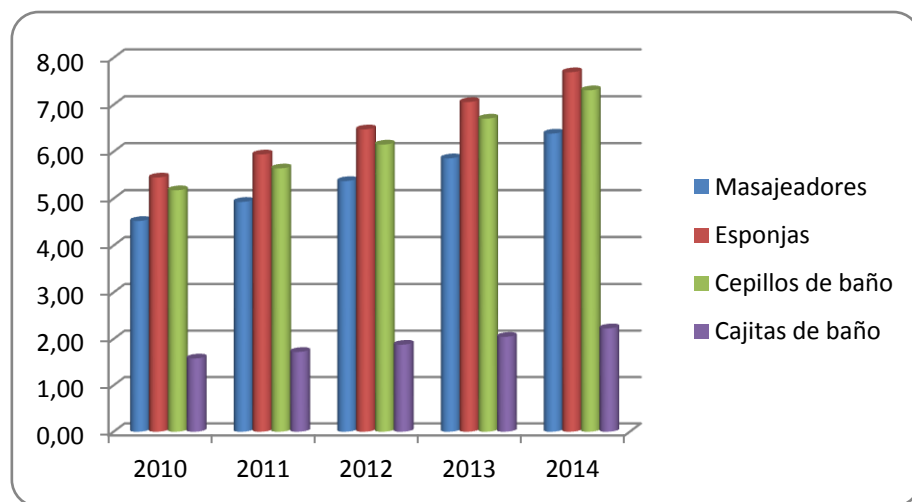
$$I.C.P. = \frac{\sum \frac{12.75}{11.70} + \frac{13.90}{12.75} + \frac{15.15}{13.90} + \frac{16.52}{15.15} + \frac{18.00}{16.52}}{6-1}$$

$$I.C.P. = 1.09\%$$

Aplicando el I.C.P, la proyección del precio estará dado en una tasa del 9% lo cual representa que todas las mini artesanías alcanzarán un precio admisible a nivel internacional y para el mercado nacional existirá un crecimiento del 4%.

En el siguiente gráfico se puede ver el crecimiento del precio a nivel internacional, de los productos utilitarios:

PRECIO PROYECTADO A NIVEL INTERNACIONAL DE LOS PRODUCTOS UTILITARIOS

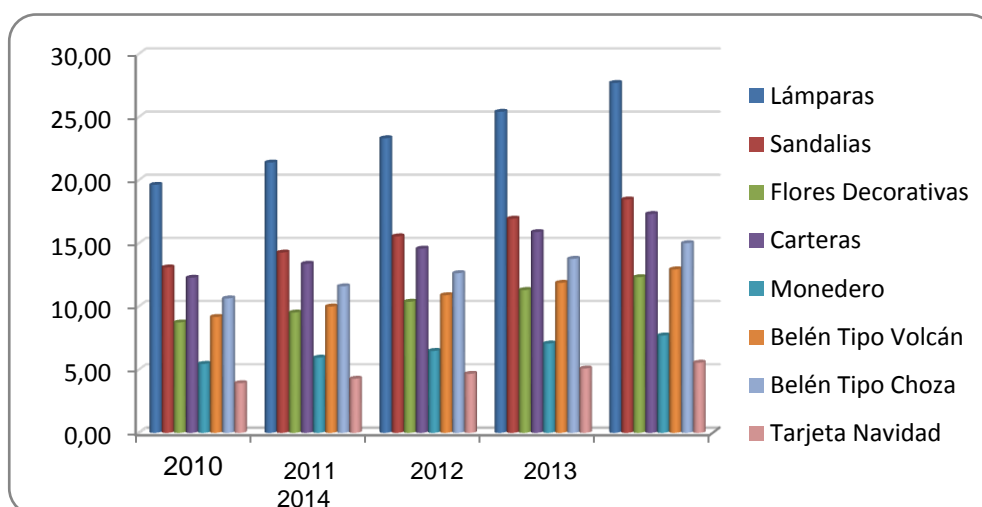


Elaborado por: Las autoras

Gráfico N. 15

En el siguiente gráfico se puede ver el crecimiento del precio a nivel internacional, de las mini artesanías:

PRECIO PROYECTADO A NIVEL INTERNACIONAL DE LAS MINI ARTESANÍAS

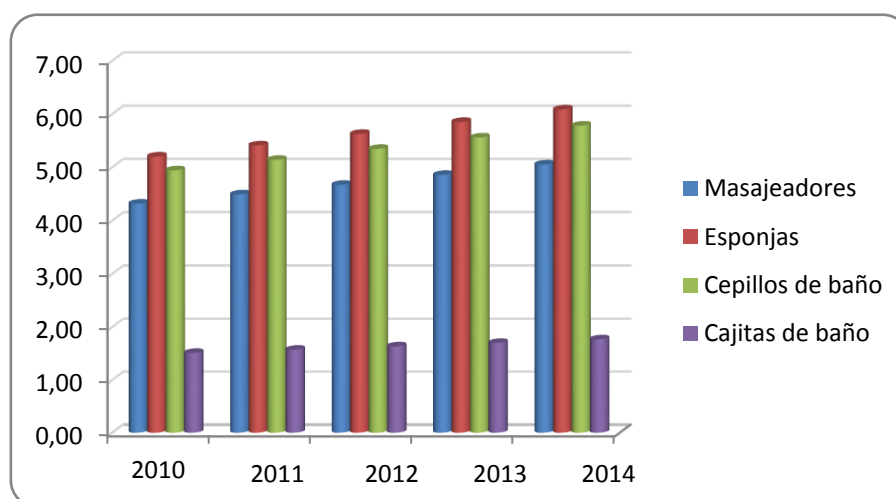


Elaborado por: Las autoras

Gráfico N.16

En el siguiente gráfico se puede ver el crecimiento del precio a nivel nacional, de los productos utilitarios:

PRECIO PROYECTADO A NIVEL NACIONAL DE LOS PRODUCTOS UTILITARIOS

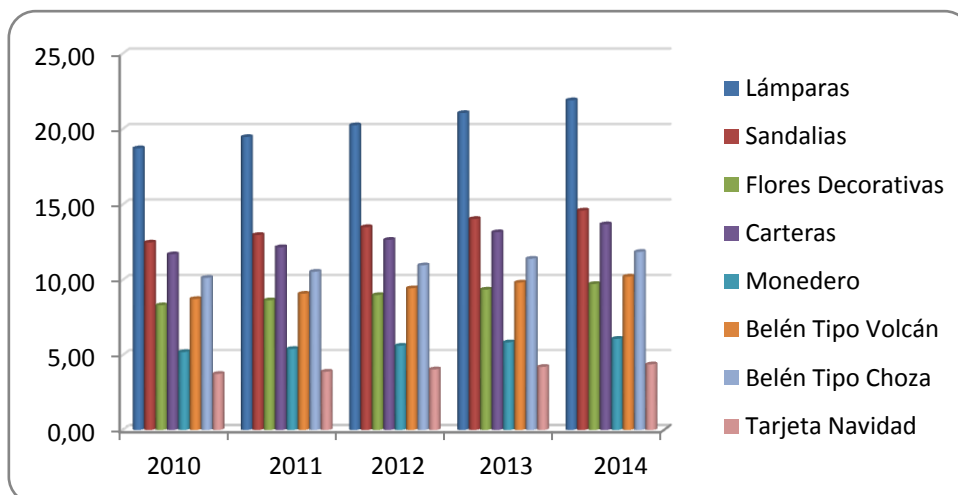


Elaborado por: Las autoras

Gráfico N.17

En el siguiente gráfico se puede ver el crecimiento del precio a nivel nacional, de las mini artesanías:

PRECIO PROYECTADO A NIVEL NACIONAL DE LAS MINI ARTESANÍAS



Elaborado por: Las autoras

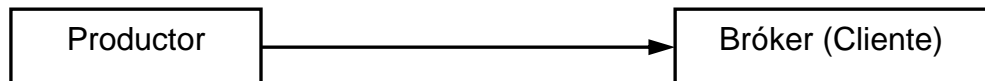
Gráfico N.18

3.6 COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

3.6.1 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

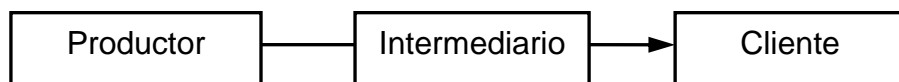
3.6.1.1 CANAL DIRECTO

Los productos elaborados en fibra de lufa serán comercializados en forma directa, debido a que se trabajará bajo pedidos con el mercado internacional.



3.6.1.2 CANAL INDIRECTO

Debido a que existe un mercado cautivo, serán clientes los comerciantes artesanos de la ciudad de Otavalo, especialmente los ubicados en el Mercado Centenario, (Plaza de Ponchos).



3.6.2 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Las estrategias de comercialización que la microempresa lograría son las siguientes:

3.6.2.1 ESTRATEGIAS DE PRECIO

- a) Establecer precios preferenciales por introducción.

b) Ofrecer a los consumidores precios competitivos, ya que la microempresa no tiene intermediarios.

c) Revisar con frecuencia los precios, para mantenerse en el mercado.

d) Analizar el sistema productivo adecuado que le permita determinar costos, y establecer un precio accesible para seguir en el mercado.

3.6.2.2 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

a) Sistemas impresos, como: calendarios, afiches, trípticos, diarios, hojas volantes.

b) Colocar en mostrador la variedad del producto artesanal.

c) Se utilizará motivos publicitarios tales como los referentes a la calidad, técnicas de elaboración, la calidad de la materia prima.

d) Sistema publicitario de radio en el que se dará a conocer las artesanías de lufa, obtenidas mediante una fibra natural.

3.6.2.3 ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN

a) Incentivar a los clientes sobre el beneficio que obtendrán al adquirir el producto, dando a conocer las cualidades genuinas que tienen las artesanías.

b) Clasificar los productos sean estos: mini artesanías y productos utilitarios conservando la

calidad, para cumplir con las exigencias del mercado.

3.6.2.4 ESTRATEGIAS DE PLAZA

- a) La comercialización del producto será en la ciudad de Otavalo, a los clientes finales de una forma directa.
- b) Para la entrega de los pedidos utilizará una Buseta, Modelo 2007, Marca Toyota con el fin de garantizar que las artesanías no sean maltratadas en el camino.

3.6.2.5 DETERMINACIÓN DE MÁRGENES DE PRECIO

Para establecer el precio de este tipo de productos artesanales se tomará en cuenta el costo de producción, incluyendo un margen de utilidad considerable, que permita a la microempresa seguir produciendo y cumpliendo con las exigencias del cliente tanto en el ámbito social como económico.

3.6.3 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

3.6.3.1 ESTRATEGIAS DE INTEGRACIÓN

- a) Satisfacer las necesidades de los consumidores con bienes o servicios de calidad en las mejores condiciones de venta, ofreciendo productos de calidad a precios accesibles.
- b) Incrementar el bienestar socioeconómico de la ciudad de Otavalo al consumir mano de obra

local, logrando así la creación de fuentes de trabajo.

- c) Contribuir al sostenimiento de los servicios públicos, mediante el pago de las obligaciones tributarias y tasas municipales.

3.6.3.2 ESTRATEGIAS DEFENSIVAS

- a) Mejorar y conservar la ecología de la región donde operarán, evitando la contaminación ambiental, utilizando pinturas naturales.
- b) Producir productos y bienes que no sean nocivos al bienestar de la comunidad.
- c) Utilizar los conocimientos más recientes y las aplicaciones tecnológicas más modernas en las diversas áreas de la microempresa.
- d) Investigar las necesidades del mercado para crear productos y servicios competitivos.
- e) Evitar el desarrollo de tiempo ocioso, mediante la tecnificación de los procesos de producción.
- f) Desarrollo de habilidades innatas.
- g) Trabajo en equipo y concienciación del ahorro.
- h) Contratar al personal suficiente para evitar la sobre producción.

3.6.4 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

3.6.4.1 Generación de nuevas plazas de empleo.

3.6.4.2 Desarrollo artesanal cultural.

3.6.4.3 Incremento del turismo en la ciudad de Otavalo.

3.6.4.4 Oferta de productos artesanales de calidad y
variedad.

3.6.4.5 Margen de utilidad razonable.

3.6.4.6 Desarrollo social, económico.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. MACROLOCALIZACIÓN

El proyecto estará ubicado en el Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura, mismo cantón que se encuentra constituido por las siguientes parroquias: El Jordán, Eugenio Espejo (Calpaquí), San José de Ilumán, San Luis, San Rafael, Miguel Egas Cabezas (Peguiche), González Suárez, San José de Quinchinche.

El cantón Otavalo, se caracteriza por el turismo, y por la producción y venta de artesanías, además aquí se encuentra una gran empresa como es Lafarge, dedicada a la comercialización de cemento y materiales para la construcción, por lo cual cuenta con vías que permiten el acceso directo al cantón.



ILUSTRACIÓN No. 1

4.2. MICROLOCALIZACIÓN

Aquí se establece con precisión el lugar donde se va a desarrollar dicho proyecto para lo cual tomamos como referencia la siguiente información.



ILUSTRACIÓN No.2

4.2.1. DATOS DEL CANTÓN OTAVALO (pág. web del Ilustre Municipio de Otavalo)

Superficie: 528 km².

Habitantes: 89.562 según censo del año 2001

Altitud: 1.100 m.s.n.m.

Temperatura: 14° C

Idioma Oficial: Castellano y Kichwa

4.2.2. SITIO

El sitio en el que se va llevar a cabo el proyecto es la Parroquia San Luis, en el barrio denominado Punyaro.

4.2.3. BARRIO

El proyecto estará ubicado en el barrio Punyaro, importante sector visitado por turistas nacionales y extranjeros que son atraídos por sus novedosas artesanías conocidas en todo el mundo.

4.2.4. SERVICIOS BÁSICOS

El lugar donde va a estar ubicado el proyecto cuenta con los servicios básicos de: agua potable, energía eléctrica, teléfono y alcantarillado.

4.2.5. TRANSPORTE

En lo que se refiere a movilización, la Parroquia cuenta con varias cooperativas de transporte las cuales prestan sus servicios dentro del cantón o la provincia.

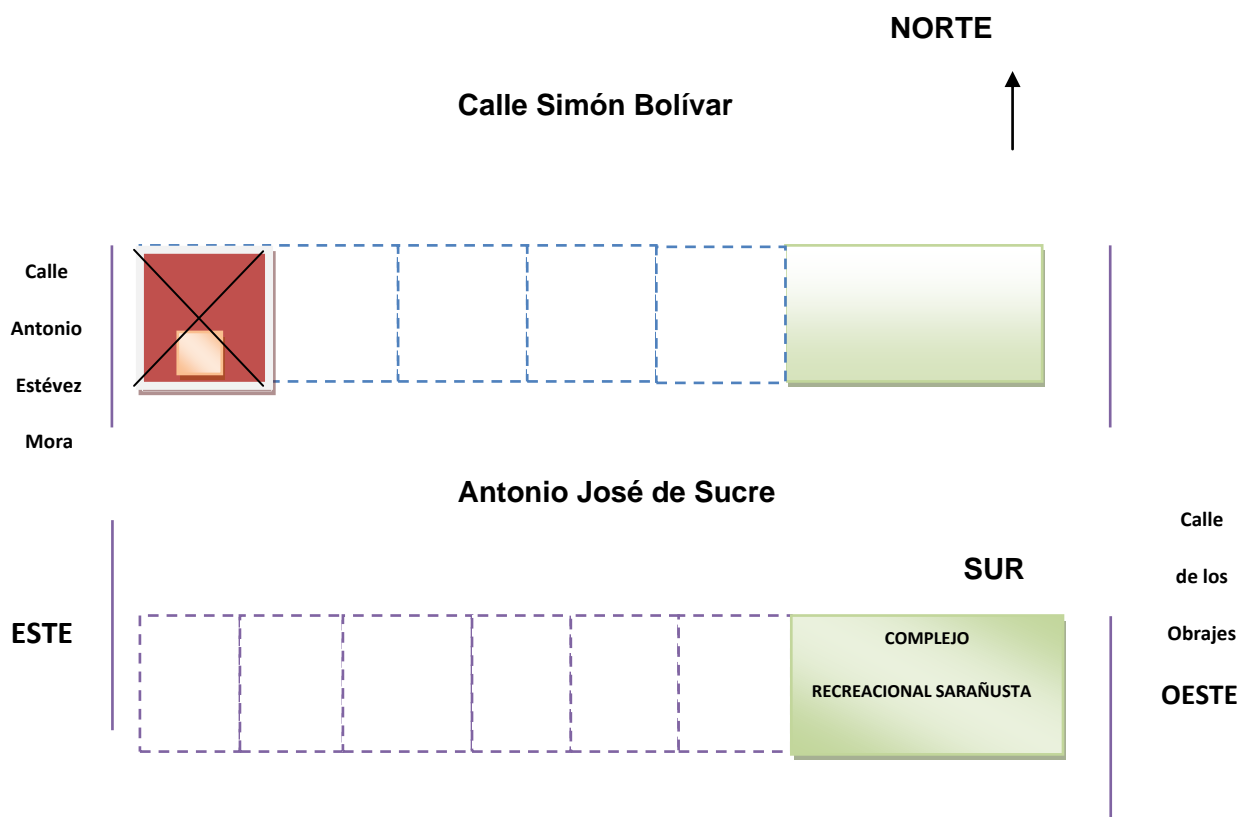
4.2.6. MANO DE OBRA

El Cantón Otavalo, cuenta con mano de obra de larga experiencia en la elaboración de artesanías.

4.3. UBICACIÓN DE LA PLANTA

La elaboración de las artesanías de lufa se lo realizará en la ciudad de Otavalo, en la parroquia San Luis, en el Barrio Punyaro. La extensión del local es de: 8mts. de frente por 11mts. de fondo, y su costo de arriendo es de \$220 dólares americanos, cuenta con todos los servicios básicos: alcantarillado, agua, energía eléctrica, teléfono.

CROQUIS DE LA UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA



MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS PARA LA LOCALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	PESO	Ciudadela. Imbaya		Peguche.		Barrio Punyaro	
		Calif	Pond	Calif	Pond	Calif	Pond
AFLUENCIA DE TURISTAS	0,20	50	10	60	12	80	16
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	0,18	40	7	50	9	60	11
MATERIA PRIMA	0,20	60	12	60	12	70	14
MANO DE OBRA	0,10	70	7	60	6	65	7
SERVICIO DE TRANSPORTE	0,12	50	6	80	10	80	10
TEGNOLOGÍA	0,10	50	5	40	4	75	8
SERVICIOS BÁSICOS	0,10	50	5	50	5	60	6
TOTAL	1		52		58		70

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 25

De acuerdo a este método, el sector escogido para el proyecto fue el sector Punyaro, obteniendo un puntaje de 70, siendo el más alto en relación a los dos sectores antes mencionados.

4.4. TAMAÑO DEL PROYECTO

El proyecto se iniciará en una superficie de 135 mts², 9mts. de frente por 15mts. de fondo, distribuida de la siguiente manera:

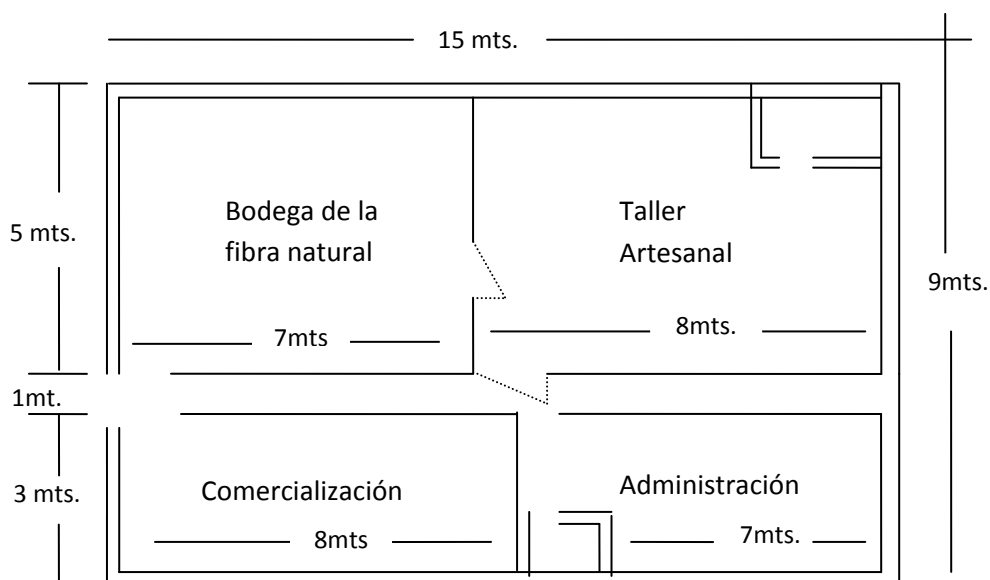
4.8.1 Administración	21m ²
4.8.2 Comercialización	24 m ²
4.8.2. Producción	40 m ²
4.8.3. Bodega	35 m ²
4.8.4. Circulación	15 m ²
Total	135 m²

4.5. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

4.5.1. INFRAESTRUCTRA

El proyecto se iniciará en una superficie de 135 mts², conformada por un área administrativa, de producción y de ventas.

4.5.2. DISEÑO DE INSTALACIONES



4.6. CAPACIDAD DE LA PLANTA

La capacidad de producción de la planta artesanal, en la elaboración de los productos utilitarios y las mini artesanías, de acuerdo a la extensión en el área de producción de 40m², tiene una capacidad instalada y distribuida por años y productos:

4.6.1. PRODUCTOS UTILITARIOS

Año	Cantidad en Unidades	Capacidad Utilizada a Cubrir	% Acumulado
2009	640	5,44%	5,44%
2010	1.024	8,70%	14,14%
2011	1.526	12,97%	27,11%
2012	2.127	18,07%	45,18%
2013	2.827	24,01%	69,19%
2014	3.626	30,81%	100,00%
Total Capacidad Instalada a Cubrir	11.770	100,00%	
Demanda Potencial Insatisfecha	16.793		

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 26

En el cuadro anterior se puede observar la capacidad de producción de la planta artesanal en cuanto a productos utilitarios, es decir aquí se encuentra el porcentaje de producción que va a tener la microempresa por año, en base a la demanda potencial insatisfecha que es de 16.793 unidades.

4.6.2. MINI ARTESANÍAS

Año	Cantidad en Unidades	Capacidad Utilizada a Cubrir	% Acumulado
2009	1.180	5,44%	5,44%
2010	1.880	8,66%	14,10%
2011	2.709	12,48%	26,58%
2012	5.007	23,07%	49,65%
2013	4.822	22,22%	71,87%
2014	6.106	28,13%	100,00%
Total Capacidad Instalada a Cubrir	21.704	100,00%	
Demanda Potencial Insatisfecha	29.306		

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 27

En este cuadro se encuentra la capacidad de producción de la planta artesanal de las mini artesanías, es decir aquí se encuentra el porcentaje de producción que va a tener la microempresa por año, en base a la demanda potencial insatisfecha que es de 29.306 unidades.

La capacidad de la planta está diseñada para obtener en productos utilitarios, 11.770 unidades, y 21.704 en mini artesanías, capacidades que se van a cumplir en los 5 años del proyecto.

4.7. FLUJOGRAMAS

4.7.1. PROCESO GENERAL

4.7.1.1. Selección De La Materia Prima

Una vez que la lufa haya sido cosechada, se madura al ambiente, para luego ser seleccionada de acuerdo a su tamaño y calidad, posteriormente es guardada en las bodegas.

4.7.1.2. Cortado y Moldeado De La Fibra

Para iniciar con la elaboración de las artesanías, se corta la lufa en dos partes iguales y se saca todas las semillas que se encuentran en el centro de la fibra, luego pasa por la planchadora, y aquí se define el diseño que se va hacer con cada una de ellas dependiendo de la textura y tamaño que tenga.

4.7.1.3. Aclarado o Tinturado De La Fibra







Para el proceso de aclaración de la lufa se la sumerge en agua con cloro, y cuando la lufa va a ser tinturada se añade la tintura del color deseado, en agua hervida con sal, luego de que la fibra absorba el color se seca al ambiente.

4.7.1.4. Confección y Terminados De Las Artesanías

Una vez que la lufa haya sido planchada y tinturada se realizan los cortes con los moldes dependiendo el diseño que se va a formar, luego se cose, pasa por un control de calidad y finalmente se los empaca.

4.7.2. FLUJOGRAMA OPERATIVO

Simbología de Producción

	→	Almacenamiento
	→	Inspección
	→	Operación Simple
	→	Demora
	→	Transporte
	→	Operación doble

4.7.2.1. PRODUCTOS UTILITARIOS

a) Masajeadores y Esponjas de baño

N.	Actividad	Tiempo Previsto (minutos)
1	Selección de la Materia Prima	30
2	Cortado y Moldeado de la fibra	4
3	Aclaración de la fibra	120
4	Diseño	10
5	Confección	30
6	Revisión	2
7	Empacado	2
8	Almacenaje	2
	TOTAL	200

Fuente: Corporación Talleres del Gran Valle
Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 28

El tiempo previsto se encuentra calculado en base al grado de dificultad, para elaborar cada producto en minutos.

Flujograma del Proceso de Producción de los Masajeadores y Esponjas de baño

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Selección de la materia prima (Lufa).	30
	Cortado y Moldeado de la fibra	4
	Aclaración de la fibra	120 (2 horas)
	Diseño	10
	Confección	30
	Revisión	2
	Empacado	2
	Almacenaje	2

Diagrama N.1

Resumen Operativo:

Operaciones Simples 4

Operaciones Dobles 2

Transporte 1

Inspección 1

Demora 0

Almacenamiento 1

Tiempo previsto: 200 minutos (3,33 horas en la elaboración de 1 masajeador o 1 esponja de baño)

b) Cepillos de baño

N.	Actividad	Tiempo Previsto (minutos)
1	Selección de la Materia Prima	30
2	Cortado y Moldeado de la fibra	4
3	Aclaración de la fibra	120
4	Diseño	10
5	Confección	20
6	Revisión	2
7	Empacado	2
8	Almacenaje	2
	TOTAL	120

Fuente: Corporación Talleres del Gran Valle

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 29

El tiempo previsto se encuentra calculado en base al grado de dificultad, para elaborar cada producto en minutos.

Flujograma del Proceso de Producción de los Cepillos de baño

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Selección de la materia prima (Lufa).	30
	Cortado y Moldeado de la fibra	4
	Aclaración de la fibra	120 (2 horas)
	Diseño	10
	Confección	20
	Revisión	2
	Empacado	2
	Almacenaje	2

Diagrama N.2

Resumen Operativo:

Operaciones Simples 4

Operaciones Dobles 2

Transporte 1

Inspección 1

Demora 0

Almacenamiento 1

Tiempo previsto: 190 minutos (3,16 horas en la elaboración de 1cepillo de baño)

c) Cajitas de baño

N.	Actividad	Tiempo Previsto (minutos)
1	Selección de la Materia Prima	30
2	Cortado y Moldeado de la fibra	4
3	Aclaración de la fibra	120
4	Diseño	5
5	Confección	10
6	Revisión	2
7	Empacado	2
8	Almacenaje	2
	TOTAL	175

Fuente: Corporación Talleres del Gran Valle

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 30

El tiempo previsto se encuentra calculado en base al grado de dificultad, para elaborar cada producto en minutos.

**Flujograma del Proceso de Producción de las Cajitas de
baño**

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Selección de la materia prima (Lufa).	30
	Cortado y Moldeado de la fibra	4
	Aclaración de la fibra	120 (2 horas)
	Diseño	5
	Confección	10
	Revisión	2
	Empacado	2
	Almacenaje	2

Diagrama N.3

Resumen Operativo:

Operaciones Simples 4

Operaciones Dobles 2

Transporte 1

Inspección 1

Demora 0

Almacenamiento 1

Tiempo previsto: 175 minutos (2,91 horas en la elaboración de 1cajita de baño)

4.7.2.2. MINI ARTESANÍAS

a) Lámparas

N.	Actividad	Tiempo Previsto (minutos)
1	Selección de la Materia Prima	30
2	Cortado y Moldeado de la fibra	4
3	Aclaración de la fibra	120
4	Diseño	20
5	Confección	90
6	Revisión	2
7	Empacado	2
8	Almacenaje	2
	TOTAL	270

Fuente: Corporación Talleres del Gran Valle

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 31

El tiempo previsto se encuentra calculado en base al grado de dificultad, para elaborar cada producto en minutos.

Flujograma del Proceso de Producción de Lámparas de fibra de Lufa

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Selección de la materia prima (Lufa).	30
	Cortado y Moldeado de la fibra	4
	Aclaración de la fibra	120 (2 horas)
	Diseño	20
	Confección	90
	Revisión	2
	Empacado	2
	Almacenaje	2

Diagrama N.4

Resumen Operativo:

Operaciones Simples 4

Operaciones Dobles 2

Transporte 1

Inspección 1

Demora 0

Almacenamiento 1

Tiempo previsto: 270 minutos (4,50 horas en la elaboración de 1 Lámpara)

b) Sandalias

N.	Actividad	Tiempo Previsto (minutos)
1	Selección de la Materia Prima	30
2	Cortado y Moldeado de la fibra	4
3	Aclaración de la fibra	120
4	Diseño	20
5	Confección	50
6	Revisión	2
7	Empacado	2
8	Almacenaje	2
	TOTAL	230

Fuente: Corporación Talleres del Gran Valle
Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 32

El tiempo previsto se encuentra calculado en base al grado de dificultad, para elaborar cada producto en minutos.

Flujograma del Proceso de Producción de Sandalias de fibra de Lufa

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Selección de la materia prima (Lufa).	30
	Cortado y Moldeado de la fibra	4
	Aclaración de la fibra	120 (2 horas)
	Diseño	20
	Confección	50
	Revisión	2
	Empacado	2
	Almacenaje	2

Diagrama N.5

Resumen Operativo:

Operaciones Simples 4

Operaciones Dobles 2

Transporte 1

Inspección 1

Demora 0

Almacenamiento 1

Tiempo previsto: 230 minutos (3,83 horas en la elaboración de 1 par de sandalias de baño)

c) Flores Decorativas

N.	Actividad	Tiempo Previsto (minutos)
1	Selección de la Materia Prima	30
2	Cortado y Moldeado de la fibra	4
3	Tinturado de la fibra	480
4	Diseño	20
5	Confección	40
6	Revisión	2
7	Empacado	2
8	Almacenaje	2
	TOTAL	580

Fuente: Corporación Talleres del Gran Valle

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 33

El tiempo previsto se encuentra calculado en base al grado de dificultad, para elaborar cada producto en minutos, en este caso es alto debido al tiempo de demora en el tinturado de la fibra.

Flujograma del Proceso de Producción de Flores Decorativas

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Selección de la materia prima (Lufa).	30
	Cortado y Moldeado de la fibra	4
	Tinturado de la fibra	480 (8 horas)
	Diseño	20
	Confección	40
	Revisión	2
	Empacado	2
	Almacenaje	2

Diagrama N.6

Resumen Operativo:

Operaciones Simples 3

Operaciones Dobles 2

Transporte 1

Inspección 1

Demora 1

Almacenamiento 1

Tiempo previsto: 580 minutos (9,67 horas en la elaboración de 1 flor decorativa).

Nota: El tiempo más alto se encuentra en el proceso de trituración de la fibra de lufa (8 horas).

d) Carteras

N.	Actividad	Tiempo Previsto (minutos)
1	Selección de la Materia Prima	30
2	Cortado y Moldeado de la fibra	4
3	Tinturado de la fibra	480
4	Diseño	15
5	Confección	30
6	Revisión	2
7	Empacado	2
8	Almacenaje	2
	TOTAL	565

Fuente: Corporación Talleres del Gran Valle
Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 34

El tiempo previsto se encuentra calculado en base al grado de dificultad, para elaborar cada producto en minutos, en este caso es alto debido al tiempo de demora en el tinturado de la fibra.

Flujograma del Proceso de Producción de Carteras

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Selección de la materia prima (Lufa).	30
	Cortado y Moldeado de la fibra	4
	Tinturado de la fibra	480 (8 horas)
	Diseño	15
	Confección	30
	Revisión	2
	Empacado	2
	Almacenaje	2

Diagrama N.7

Resumen Operativo:

Operaciones Simples 3

Operaciones Dobles 2

Transporte 1

Inspección 1

Demora 1

Almacenamiento 1

Tiempo previsto: 565 minutos (9,41 horas en la elaboración de 1 cartera de fibra de lufa)

Nota: El tiempo más alto se encuentra en el proceso de trituración de la fibra de lufa (8 horas).

e) Monederos

N.	Actividad	Tiempo Previsto (minutos)
1	Selección de la Materia Prima	30
2	Cortado y Moldeado de la fibra	4
3	Tinturado de la fibra	480
4	Diseño	5
5	Confección	15
6	Revisión	2
7	Empacado	2
8	Almacenaje	2
	TOTAL	540

Fuente: Corporación Talleres del Gran Valle

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 35

El tiempo previsto se encuentra calculado en base al grado de dificultad, para elaborar cada producto en minutos, en este caso es alto debido al tiempo de demora en el tinturado de la fibra.

Flujograma del Proceso de Producción de Monederos

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Selección de la materia prima (Lufa).	30
	Cortado y Moldeado de la fibra	4
	Tinturado de la fibra	480 (8 horas)
	Diseño	5
	Confección	15
	Revisión	2
	Empacado	2
	Almacenaje	2

Diagrama N.8

Resumen Operativo:

Operaciones Simples 3

Operaciones Dobles 2

Transporte 1

Inspección 1

Demora 1

Almacenamiento 1

Tiempo previsto: 540 minutos (9 horas en la elaboración de 1 monedero de fibra de lufa)

Nota: El tiempo más alto se encuentra en el proceso de trituración de la fibra de lufa (8 horas).

f) Belenes

N.	Actividad	Tiempo Previsto (minutos)
1	Selección de la Materia Prima	30
2	Cortado y Moldeado de la fibra	4
3	Tinturado de la fibra	480
4	Diseño	20
5	Confección	40
6	Revisión	2
7	Empacado	2
8	Almacenaje	2
	TOTAL	580

Fuente: Corporación Talleres del Gran Valle

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 36

El tiempo previsto se encuentra calculado en base al grado de dificultad, para elaborar cada producto en minutos, en este caso es alto debido al tiempo de demora en el tinturado de la fibra.

Flujograma del Proceso de Producción de Belenes

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Selección de la materia prima (Lufa).	30
	Cortado y Moldeado de la fibra	4
	Tinturado de la fibra	480 (8 horas)
	Diseño	20
	Confección	40
	Revisión	2
	Empacado	2
	Almacenaje	2

Diagrama N.9

Resumen Operativo:

Operaciones Simples 3

Operaciones Dobles 2

Transporte 1

Inspección 1

Demora 1

Almacenamiento 1

Tiempo previsto: 580 minutos (9,67 horas en la elaboración de 1 belén)

Nota: El tiempo más alto se encuentra en el proceso de trituración de la fibra de lufa (8 horas).

g) Tarjetas Navideñas

N.	Actividad	Tiempo Previsto (minutos)
1	Selección de la Materia Prima	30
2	Cortado y Moldeado de la fibra	4
3	Tinturado de la fibra	480
4	Diseño	10
5	Confección	25
6	Revisión	2
7	Empacado	2
8	Almacenaje	2
	TOTAL	555

Fuente: Corporación Talleres del Gran Valle

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 37

El tiempo previsto se encuentra calculado en base al grado de dificultad, para elaborar cada producto en minutos, en este caso es alto debido al tiempo de demora en el tinturado de la fibra.

Flujograma del Proceso de Producción de Tarjetas Navideñas

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Selección de la materia prima (Lufa).	30
	Cortado y Moldeado de la fibra	4
	Tinturado de la fibra	480 (8 horas)
	Diseño	10
	Confección	25
	Revisión	2
	Empacado	2
	Almacenaje	2

Diagrama N.10

Resumen Operativo:

Operaciones Simples 3

Operaciones Dobles 2

Transporte 1

Inspección 1

Demora 1

Almacenamiento 1

Tiempo previsto: 555 minutos (9,25 horas en la elaboración de 1 tarjeta navideña).

Nota: El tiempo más alto se encuentra en el proceso de trituración de la fibra de lufa (8 horas).

RESUMEN TÉCNICO

Tipo de Producto	Tiempo Previsto
Masajeadores	3,33 horas
Esponjas de baño	3,33 horas
Cepillos de baño	3,16 horas
Cajitas de baño	2,91 horas
Lámparas	4,50 horas
Sandalias	3,83 horas
Flores Decorativas	9,67 horas
Carteras	9,41 horas
Monederos	9 horas
Belenes	9,67 horas
Tarjetas Navideñas	9,25 horas

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 38

El Resumen Técnico contiene el total de las horas que son necesarias para elaborar cada Artesanía.

4.8. INVERSIONES

4.8.1. INVERSIÓN DE INFRAESTRUCTURA

4.8.1.1. CONSTRUCCIÓN (ARRIENDO)

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Arriendo	220,00	2.640,00
Total Arriendo	220,00	2.640,00

Cuadro N. 39

Se iniciará arrendando una oficina de m2 para la implantación de la microempresa.

4.8.1.2. ADECUACIONES

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Vinil	6m2	6,00	72,00
Lámparas	10	60,00	600,00
Valdosa	32m2	5,00	160,00
Modulares	12m2	32,00	384,00
Persianas	20m2	8,00	120,00
TOTAL			1.216,00

Cuadro N. 40

Las adecuaciones que se realizarán están depreciadas para 5 años que es lo que se estima el proyecto.

4.8.2. INVERSIÓN DE MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Departamento de Producción			
Máquinas de coser industrial (marca SIRUBA) Oberlok	3	650,00	1.950,00
Planchadora eléctrica	1	750,00	750,00
Rodillo Eléctrico	1	420,00	420,00
Bandejas	5	6,00	30,00
Coches metálicos	3	15,00	45,00
Tanques plásticos de 100lts	5	45,00	225,00
Mesa con ruedas	1	35,00	35,00
Mesas de madera	2	45,00	90,00
Sillas plásticas	4	7,00	28,00
Cocina Industrial con válvula	1	150,00	150,00
Tanque de gas	2	49,00	98,00
Balanza de gramos	1	25,00	25,00
Cuchillos	5	1,50	7,50
Tijeras	4	4,00	16,00
Sacabocados	5	1,50	7,50
Cartulinas	10	0,60	6,00
Cajas de cartón (20x30)	100	0,35	35,00
Cinta de embalaje	10	1,25	12,50
Kit de ropa de trabajo	3	40,00	120,00
Extintores de 10"	2	15,00	30,00
Subtotal			4.080,50
Imprevistos 10%			408,05
TOTAL			4.488,55

Cuadro N. 41

La maquinaria que se utilizará en producción tiene un costo de 4.488,55 la misma que será depreciada para 10 años.

4.8.3. INVERSIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Computadora/impresora	3	1.155,33	3.465,99
Sumadora	2	80,00	160,00
Calculadora	2	12,00	24,00
Teléfonos	2	60,00	120,00
Fax	1	186,75	186,75
Subtotal			3.956,74
Imprevistos 10%			395,67
TOTAL			4.352,41

Cuadro N. 42

El equipo de oficina tendrá una inversión de \$ 4.352,41 la misma que será depreciada para 5 años debido al desgaste acelerado que tiene los equipos electrónicos de oficina.

4.8.4. INVERSIÓN DE ÚTILES DE OFICINA

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Resma de papel	12	3,50	42,00
Bolígrafos	50	0,25	12,50
Lápices	12	0,25	3,00
Archivador grande	5	2,50	12,50
Archivador pequeño	5	2,00	10,00
Carpeta/ papel	100	0,15	15,00
Carpeta / plástica	50	0,60	30,00
Rollo de fax	5	3,00	15,00
Rollo papel sumadora	5	1,85	9,25
Gomero en barra	5	1,00	5,00
Corrector	2	2,00	4,00
Grapadora	2	8,00	16,00
Perforadora	2	6,00	12,00
Resaltador	5	0,60	3,00
Botiquín	1	30,00	30,00
Basurero	4	5,50	22,00
Subtotal			219,25
Imprevistos 10%			21,93
TOTAL			241,18

Cuadro N. 43

La inversión que se realizará en útiles de oficina es para iniciar, la misma que tendrá una duración aproximada de 3 meses.

4.8.5. MANO DE OBRA Y SUELDOS SALARIOS

NÓMINA DE TRABAJADORES							
Nómina de Trabajo	No.	Sueldo Básico	IESS x pagar 12,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	TOTAL
Operario – Aprendiz	1	192,00	23,33	-	-	-	215,33
Operario – Aprendiz	1	192,00	23,33	-	-	-	215,33
Operario	1	240,00	29,16	-	-	-	269,16
Supervisión de producción	1	240,00	29,16	-	-	-	269,16
TOTAL		864,00	104,98	-	-	-	968,98

Cuadro N. 44

NÓMINA VENTAS							
Nómina de Trabajo	No.	Sueldo Básico	IESS x pagar 12,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	TOTAL
Vendedor		240,00	23,33	-	-	-	263,33
TOTAL		240,00	23,33	-	-	-	263,33

Cuadro N. 45

NÓMINA ADMINISTRACIÓN							
Nómina de Trabajo	No.	Sueldo Básico	IESS x pagar 12,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	TOTAL
Gerente	1	300,00	36,45	-	-	-	336,45
Secretaria – Contadora	1	240,00	29,16				269,16
TOTAL		540,00	65,61	-	-	-	605,61

Cuadro N. 46

En lo que respecta al cálculo del costo de la Mano de Obra y Sueldos y Salarios, se lo realizará según lo establece el Código de Trabajo.

4.8.6. RESUMEN DE INVERSIONES TOTALES

DETALLE	VALOR
Inversión Infraestructura	3.856,00
Inversión Maquinaria y Herramientas	4.888,55
Inversión de Equipo de Oficina	4.352,41
Inversión de Útiles de Oficina	241,18
Inversión en Mano de Obra y Sueldos y Salarios	1.837,92
TOTAL	15.176,06

CUADRO N. 47

CAPITULO V

5. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

5.1. BASE LEGAL

5.1.1. Constitución Jurídica

La Constitución Jurídica de la Microempresa de Artesanías de Lufa, se regirá a los artículos estipulados en la Ley de Compañías, la cual define como contrato de compañía aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las de Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Según el Art. 2 de la Ley de Compañías._ Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber: La compañía en nombre colectivo; La compañía en comandita simple y dividida por acciones; La compañía de responsabilidad limitada; La compañía anónima, y, La compañía de economía mixta. Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Luego de revisar la clasificación de Compañías del Ecuador, se estipuló cual es la forma apropiada de constitución de **ARTELUFA**, como una Compañía de Responsabilidad Limitada, decisión basada al observar las disposiciones generales para este tipo de compañías.

5.1.2. Requerimientos para la Formación de la Compañía de Responsabilidad Limitada

Según el Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las Compañías de Responsabilidad Limitada se regirán a los siguientes artículos:

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía se constituirá de conformidad a las disposiciones de la presente Sección;

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Art. 96.- El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

Art. 97.- Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

Art. 98.- Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

Art. 99.- No obstante las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.

En lo referente al Capital que va ser invertido expresa:

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha -de constitución de la compañía.

Art. 109.- La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social.

Art. 110.- Si se acordare el aumento del capital social, los socios tendrán derecho de preferencia para suscribirlo en proporción a sus aportes sociales, a no ser que conste lo contrario del contrato social o de las resoluciones adoptadas para aumentar el capital.

Art. 111.- En esta compañía no se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicara la devolución a los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas, excepto en el caso de exclusión del socio previa la liquidación de su aporte.

De los Derechos, Obligaciones Y Responsabilidades De Los Socios manifiesta en sus artículos:

Art. 114.- El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones legales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;

b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;

c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;

d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe; pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;

Art. 115.- Son obligaciones de los socios:

a) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas.

- b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;
- c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración.
- d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social. Las aportaciones suplementarias no afectan a la responsabilidad de los socios ante terceros, sino desde el momento en que la compañía, por resolución inscrita y publicada, haya decidido su pago. No cumplidos estos requisitos, ella no es exigible, ni aún en el caso de liquidación o quiebra de la compañía.

5.2. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

5.2.1. Nombre o Razón Social

Después de analizar algunas alternativas se determinó el nombre más adecuado para la microempresa, denominado **ARTELUFA**, estas artesanías serán realizadas con hábiles manos artesanas netamente Imbabureñas, provenientes de una tierra amable, cálida, acogedora, que refleja una ciudad maravillosa, pluricultural, llena de paisajes, lo cual será plasmado en los diseños de los productos.

5.2.2. Logotipo



Este logotipo difundirá las raíces ecuatorianas, sobre todo otavaleñas, a todo el país y el mundo a través de la elaboración y exportación de artesanías de lufa, con diseños novedosos que serán atraídos por los turistas.

5.2.3. Misión

“ARTELUFA es una Microempresa Otavaleña, que comercializará artesanías de lufa en la ciudad de Otavalo, identificada como una empresa que ofrecerá un producto nuevo y de calidad, a los mercados nacionales y posteriormente internacionales”.

5.2.4. Visión

“Alcanzar un nivel de reconocimiento nacional e internacional, mediante la búsqueda y satisfacción de los clientes, con profesionales de alta formación tanto técnica como ética, y además brindar un servicio de excelencia a los clientes, que permita obtener un desarrollo sostenible y sustentable”.

5.2.5. Políticas

5.2.5.1. Producir y Comercializar productos de fibra natural, conservando de esta manera el medio ambiente.

5.2.5.2. Trabajar con personal capacitado, que cumpla con los niveles adecuados de servicio al cliente, para brindar una atención de calidad.

5.2.5.3. Ofrecer productos originales y ecológicos, particularidades que les permitan ser identificadas en el mercado.

5.2.5.4. Una vez realizada la venta de las artesanías, solamente se aceptarán devoluciones por fallas de fábrica, que presente el producto.

5.2.5.5. El tiempo máximo de cobro de créditos concedidos, será de treinta días, a partir de la fecha en que se entrega el producto.

5.3. ESTRUCTURA ORGÁNICA

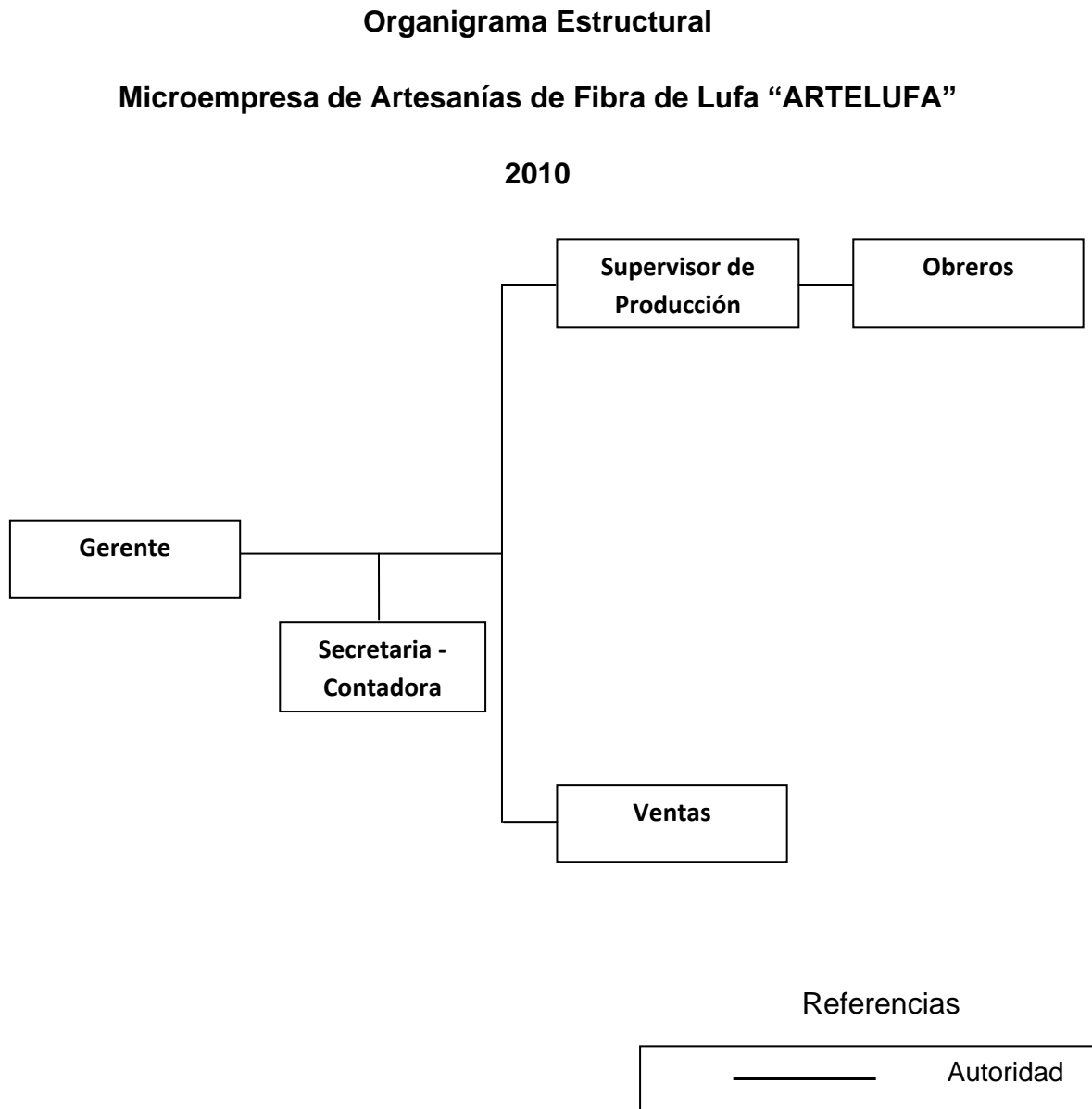


Gráfico N. 19

5.4. NIVELES ADMINISTRATIVOS

Son aquellos niveles por los cuales están estructuradas las organizaciones, y están representados por funcionarios que realizan actividades acorde a cada nivel.

5.4.1. Nivel Ejecutivo

Es el de mayor grado de autoridad, es el encargado de tomar decisiones y políticas generales, además de planificar, orientar, y dirigir las actividades de la misma, aquí se encuentra el Gerente de la empresa.

5.4.2. Nivel de Apoyo

El nivel de apoyo se encargará de realizar las siguientes actividades: contestar teléfonos y tomar mensajes, llevar un registro contable, realizar documentos de compras, ingresos y egresos, aquí se encuentra la: Secretaria-Contadora.

5.4.3. Nivel Operativo

El nivel operativo es el encargado de ejecutar las actividades básicas de la organización, como son: atención al cliente, poseer al arte de vender, supervisar, controlar, producir, aquí se encuentra: la Supervisión de Producción, Obreros y Ventas.

5.5. ESTRUCTURA DEL PUESTO

5.5.1. GERENTE

5.5.1.1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

- a) Ejecutivo
- b) Supervisa a todos
- c) 001

5.5.1.2. PERFIL DEL PUESTO

- a) Tener buen juicio para la toma de decisiones.
- b) Buenas Relaciones Humanas
- c) Responsabilidad
- d) Iniciativa
- e) Dinámico

5.5.1.3. COMPETENCIAS

- a) Facilidad para la toma de decisiones
- b) Capacidad para crear nuevas ofertas de producto
- c) Creatividad para la solución de Problemas
- d) Habilidad para negociar
- e) Conducción de equipos de trabajo
- f) Liderazgo
- g) Comunicación eficaz

5.5.1.4. REQUISITOS

- a) Título Universitario, Ing. Comercial.
- b) Experiencia 2 años.
- c) Conocimientos en Administración y manejo de personal

5.5.2. SECRETARIA-CONTADORA

5.5.2.1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

- a) Apoyo
- b) Depende del Gerente
- c) 002

5.5.2.2. PERFIL DEL PUESTO

- a) Habilidad
- b) Eficiencia
- c) Responsabilidad
- d) Puntualidad

5.5.2.3. COMPETENCIAS

- a) Hablado
- b) Escritura
- c) Escucha Activa
- d) Planificación
- e) Manejo de Recursos Financieros

5.5.2.4. REQUISITOS

- a) Título Secretaria Ejecutiva - Bilingüe.
- b) Experiencia 1 año.
- c) Conocimientos y manejo de programas computacionales y contables.

5.5.3. VENDEDOR

5.5.3.1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

- a) Operativo
- b) Depende del Gerente
- c) 003

5.5.3.2. PERFIL DEL PUESTO

- a) Iniciativa
- b) Manejo de técnicas de ventas y gestión empresarial
- c) Imaginación
- d) Buenas Relaciones

5.5.3.3. COMPETENCIAS

- a) Hablado
- b) Orientación de Servicio
- c) Generación de Ideas

- d) Evaluación de Ideas
- e) Confianza en sí mismo
- f) Integridad
- g) Catalizador del cambio
- h) Trabajo en equipo
- i) Influencia

5.5.3.4. REQUISITOS

- a) Título Universitario, Ing. Marketing.
- b) Experiencia 1 año.
- c) Conocimientos y manejo de programas computacionales.

5.5.4. SUPERVISOR DE PRODUCCIÓN

5.5.4.1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

- a) Operativo
- b) Depende de Ventas
- c) 004

5.5.4.2. PERFIL DEL PUESTO

- a) Concienzudo
- b) Perseverante
- c) Observador
- d) Minucioso

5.5.4.3. COMPETENCIAS

- a) Trabajo en Equipo
- b) Capacidad de Mando
- c) Manejo del Tiempo
- d) Detección de desperfectos

5.5.4.4. REQUISITOS

- a) Técnico en Producción
- b) Experiencia de 1 año.
- c) Conocimientos y manejo de programas computacionales.

5.5.5. OPERARIO

5.5.5.1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

- a) Operativo
- b) Depende de Producción
- c) 005

5.5.5.2. PERFIL DEL PUESTO

- a) Habilidad
- b) Puntualidad
- c) Estable
- d) Creatividad
- e) Deseos de superación

5.5.5.3. COMPETENCIAS

- a) Trabajo en Equipo
- b) Manejo de Recursos Materiales
- c) Aprendizaje Activo
- d) Habilidad Manual

5.5.5.4. REQUISITOS

- a) Artesano Calificado
- b) Experiencia 1 año
- c) Conocer del oficio
- d) Necesidad de trabajar
- e) Flexibilidad de horario

5.6. ESTRUCTURA FUNCIONAL

5.6.1. FUNCIONES DEL GERENTE

5.6.1.1. Ejerce representación legal de la microempresa.

5.6.1.2. Vela por la conservación de los bienes de la Microempresa, y por su adecuado aprovechamiento y utilización.

5.6.1.3. Supervisa y evalúa los planes y programas de acuerdo a las actividades programadas.

5.6.1.4. Celebra y ejecuta los actos y contratos que fueren necesarios de conformidad, con las leyes y demás disposiciones vigentes.

5.6.1.5. Crea un grupo de trabajo armónico.

5.6.1.6. Armonizar en todas las decisiones, todos los actos y todos los requerimientos del futuro inmediato y a largo plazo.

5.6.1.7. Fija objetivos en cada uno de los departamentos.

5.6.1.8. Motiva y comunica al personal.

5.6.2. FUNCIONES DE LA SECRETARIA-CONTADORA

5.6.2.1. Elaboración de Oficios.

5.6.2.2. Registra y controla los pagos de bienes y servicios.

5.6.2.3. Distribución de documentación

5.6.2.4. Clasificación y archivo de documentación de la gerencia.

5.6.2.5. Manejo de caja chica.

5.6.2.6. Realiza cuadros contables.

5.6.2.7. Lleva el control de Inventario.

5.6.2.8. Realizar retenciones y pagos de impuestos.

5.6.2.9. Manejo de libro bancos

5.6.3. FUNCIONES DEL VENDEDOR/A

5.6.3.1. Atender a los clientes, en forma ágil y amable.

5.6.3.2. Administrar el sistema comercial de facturación, recaudación, cobranzas, nuevos productos.

5.6.3.3. Captar el mayor número de ventas.

5.6.3.4. Responsable de las relaciones con los proveedores.

5.6.3.5. Facilidad de integrarse al trabajo de grupo.

5.6.3.6. Maneja los desafíos que implica la competencia.

5.6.4. FUNCIONES DEL SUPERVISOR DE PRODUCCIÓN

5.6.4.1. Realiza inspecciones periódicas al taller de producción.

5.6.4.2. Selección de maquinaria a instalarse.

5.6.4.3. Coordinar el trabajo con el taller.

5.6.4.4. Control y supervisión del producto terminado.

5.6.4.5. Administración de operación de la planta.

5.6.4.6. Mejora el sistema de producción.

5.6.4.7. Incrementa la calidad del producto.

5.6.4.8. Reduce costos de producción.

5.6.5. FUNCIONES DE LOS OPERARIOS

5.6.5.1. Recepción de la materia prima.

5.6.5.2. Prepara materiales para ser utilizados posteriormente.

5.6.5.3. Receta ordenes de trabajo.

5.6.5.4. Solicita el material requerido para la elaboración de los productos.

CAPITULO VI

6. EVALUACIÓN ECONÓMICA

El Estudio Económico permitirá una asignación óptima de los recursos, tomando como base el Estudio de Mercado y el Estudio Técnico.

6.1. PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN

Para la creación de la Microempresa de Artesanías de Lufa se ha realizado los siguientes presupuestos.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN FIJA

Detalle	Valor
Maquinaria y Equipo	4.488,55
Muebles y Equipo de Oficina	4.352,45
Inversión Diferida	1.716,00
TOTAL	10.557,00

Fuente: Cálculos Propios

Elaborado por: Las autoras

CUADRO N. 48

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN VARIABLE

Detalle	Valor
Gastos de Publicidad	2.496,00
Útiles de oficina	241,18
Sueldo Gerente	1.009,35
Sueldo Secretaria	807,48
Sueldo Vendedor	789,98
Arriendo	660,00
Imprevistos 10%	949,35
TOTAL	6.953,34

Fuente: Cálculos Propios
 Elaborado por: Las autoras

CUADRO N. 49

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO

Capital de Trabajo	Valor
Materia prima	8.656,31
Insumos	865,63
Mano de Obra	11.627,71
TOTAL	21.149,65

Fuente: Cálculos Propios
 Elaborado por: Las autoras

CUADRO N. 50

PRESUPUESTO DE IMPLANTACIÓN DEL PROYECTO

Detalle	Valor
Inversión Fija	10.557,00
Inversión Variable	6.953,34
Capital de Trabajo	21.149,65
TOTAL	38.660,00

Fuente: Cálculos Propios
Elaborado por: Las autoras

CUADRO N. 51

El resumen del presupuesto que se requerirá para la implantación del proyecto está dividido en: Inversión fija por un valor de \$10.557,00, Inversión Variable por un valor de 6953,34 y Capital de Trabajo por \$21.149,65, dando un total de inversión requerida de \$38.660,00.

6.2. CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

El costo de oportunidad de una inversión es la erogación inicial del efectivo para comenzar un proyecto, representa el sacrificio de rentabilidad cuando se analizan diferentes alternativas de colocación del dinero en el mercado financiero.

La inversión consta generalmente de dos partes: aporte propio y aporte financiado.

El aporte financiado son los fondos conseguidos a través de un crédito en el mercado financiero con una tasa activa, en este caso la tasa es de 17,45.

La tasa de ponderación es la tasa activa y pasiva, y son flotantes porque dependen de las condiciones del mercado financiero.

INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR	% Ponderación	Tasa Ponderación	Valor Ponderado
Capital Propio	23.196	60	5,24	314
Capital Financiado	15.464	40	17,45	698
Total	38.660	100		1.012

Fuente: Cálculos Propios
Elaborado por: Las autoras

Ck 10,12

CUADRO N. 52

El costo de Oportunidad es: **10,12%**

Para el cálculo de la tasa de redescuento se ha determinado un elemento básico el costo de oportunidad (Ck) y la Inflación (If).

DATOS INFORMATIVOS:

Inflación Anual 5,00%

If = 0,05

La tasa de la inflación es un dato flotante que depende de condiciones económicas del país.

Para obtener la Tasa de Rendimiento Medio se realizó el cálculo con la tasa de inflación:

La fórmula es:

Inflación

$$\text{TRM} = (1+C_k)(1+R_p)-1$$

$$\text{TRM} = (1+0,1012)(1+0,05)-1$$

$$\text{TRM} = (1,1012)(1,05)-1$$

$$\text{TRM} = \mathbf{15,63\%}$$

La Tasa de Rendimiento Medio es 15,63% y va ha ser utilizado en el cálculo del VAN.

6.3. PROYECCIONES DE:

6.3.1. VENTAS

PRESUPUESTO DE VOLUMEN EN VENTAS

AÑO	VOLUMEN PROYECTADO
1	14.429
2	14.953
3	17.571
4	18.137
5	20.799

Fuente: Cálculos Propios

Elaborado por: Las autoras

CUADRO N. 53

El volumen en ventas ha sido calculado con el programa estadístico para análisis de mercado y proyecciones SPSS versión 18, el mismo que brinda mayor exactitud en la proyección con respecto al volumen en ventas, que fue proyectado para 5 años con un crecimiento del 5%, que ha sido tomado del crecimiento histórico de la empresa Talleres del Gran Valle.

PRESUPUESTO DE INGRESOS

AÑO	VOLUMEN	PRECIO DE VENTA PROY.	INGRESOS PROYECTADOS
1	14.429	4,12	59.403,06
2	14.953	4,28	64.021,44
3	17.571	4,45	78.238,23
4	18.137	4,63	83.990,88
5	20.799	4,82	100.171,62

Fuente: Cálculos Propios
Elaborado por: Las autoras

CUADRO N. 54

La proyección en ventas refleja los ingresos anuales que va a tener la microempresa, en la cual se puede constatar que cada año hay un incremento en las ventas, lo mismo que será beneficioso para la misma.

6.3.2. COSTOS

COSTOS PROYECTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
M.P.D	8.656,31	9.089,13	9.543,58	10.020,76	10.521,80
M.O.D	11.627,71	12.209,10	12.819,55	13.460,53	14.133,56
COSTOS DIRECTOS	20.284,02	21.298,22	22.363,13	23.481,29	24.655,36
C.G.F.	12.597,15	12.990,30	13.451,87	13.975,23	14.555,51
Depreciación Maquinaria	924,64	734,17	582,93	462,84	367,50
Arriendo de Local	4.200,00	4.410,00	4.630,50	4.862,03	5.105,13
Energía Eléctrica	4.685,20	4.919,46	5.165,43	5.423,70	5.694,89
Agua Potable	1.921,68	2.017,76	2.118,65	2.224,58	2.335,81
Materia Prima Indirecta	865,63	908,91	954,36	1.002,08	1.052,18
COSTO DE PRODUCCIÓN PROYECTADO	32.881,17	34.288,52	36.345,84	38.526,59	40.838,18

Fuente: Cálculos Propios

Elaborado por: Las autoras

CUADRO N. 55

Los costos proyectados se dividen en costos directos los cuales están conformados por materia prima directa y mano de obra directa, y costos indirectos integrados por los GGF dando como resultado un costo de producción proyectado para 5 años, el mismo que tiene un crecimiento anual del 5%.

VOLUMEN Y COSTOS PROYECTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Volumen Proyectado	14.429	14.953	17.571	18.137	20.799
Costos Proyectados Unitarios	2,28	2,39	2,51	2,64	2,77
COSTO TOTAL PROYECTADO	32.881,17	35.778,32	44.143,77	47.845,22	57.611,22

Fuente: Cálculos Propios

Elaborado por: Las autoras

CUADRO N. 56

El cuadro del volumen de costos proyectados refleja el valor que cuesta producir cada unidad, en cada año respectivamente.

6.3.3. GASTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS FINANCIEROS	2.152,56	815,51	-	-	-
Gastos Financieros	2.152,56	815,51	-	-	-
GASTOS ADMINISTRATIVOS	10.092,30	10.007,02	10.342,80	10.710,71	11.127,76
Nómina Administrativa	7.267,32	7.630,69	8.012,22	8.412,83	8.833,47
Materiales de Oficina	241,18	253,23	265,90	279,19	293,15
Depreciación Activos Fijos	896,60	711,90	582,93	462,84	367,50
Teléfono	1.344,00	1.411,20	1.481,76	1.555,85	1.633,64
Amortización Gastos Const.	343,20	243,20	243,20	243,20	243,20
GASTOS DE VENTAS	5.655,94	5.938,73	6.235,67	6.547,45	6.874,83
Nómina de Ventas	3.159,94	3.317,93	3.483,83	3.658,02	3.840,92
Publicidad	2.496,00	2.620,80	2.751,84	2.889,43	3.033,90
GASTO TOTAL PROYECTADO	17.900,79	16.761,27	16.578,47	17.258,17	18.002,59

Fuente: Cálculos Propios

Elaborado por: Las autoras

CUADRO N. 57

Los gastos han sido divididos en:

Gastos Financieros: se producen en el momento en que se efectivice la transacción de crédito, con la entidad financiera, el endeudamiento será por dos años.

Gastos Administrativos: aquí se encuentra la nómina administrativa, materiales de oficina, depreciación de activos fijos, teléfono y gasto de amortización.

Gastos de Ventas: aquí se han ubicado: el sueldo de los vendedores y la publicidad, que dará a conocer la calidad del producto, la misma que logrará incrementar las ventas.

Los gastos han sido proyectados para cinco años.

6.4. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

6.4.1. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO		PASIVO	
Inversión Fija	10.557,00	Deuda por pagar	15.464,00
Inversión			
Variable	28.102,99	Patrimonio	23.196,00
Total Activo	38.660,00	Total Pasivo	38.660,00

La inversión inicial que se realizará está compuesta de Inversión Fija por un valor de 10.557,00 este rubro contiene toda la maquinaria necesaria para la microempresa; la Inversión Variable por un valor de 28.103,00 la misma que está conformada por el Capital de Trabajo para iniciar la

producción y alcanzar un nivel de producción estable, durante los tres primeros meses.

6.4.2. PROYECCION DEL ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas Proyectadas	59.403,06	64.021,44	78.238,23	83.990,88	100.171,62
< Costos Proyectados >	32.881,17	34.288,52	36.345,84	38.526,59	40.838,18
Otros Ingresos	-	-	-	-	-
= Utilidad Bruta	26.521,88	29.732,91	41.892,39	45.464,29	59.333,44
(-) GASTOS					
Administrativos	10.092,30	10.007,02	10.342,80	10.710,71	11.127,76
Ventas	5.655,94	5.938,73	6.235,67	6.547,45	6.874,83
Financieros	2.152,56	815,51	-	-	-
<Total Gastos>	17.900,79	16.761,27	16.578,47	17.258,17	18.002,59
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	8.621,09	12.971,64	25.313,92	28.206,13	41.330,85
< 15% Participación Trabajadores >	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES IMP RTA	8.621,09	12.971,64	25.313,92	28.206,13	41.330,85
< 25% Impuesto a la Renta >	2.155,27	3.242,91	6.328,48	7.051,53	10.332,71
= UTILIDAD NETA	6.465,82	9.728,73	18.985,44	21.154,60	30.998,14

Fuente: Cálculos Propios
Elaborado por: Las autoras

CUADRO N. 58

El Estado de Resultados es un resumen de los ingresos, costos y gastos, en el cual se refleja la posible utilidad que se podrá obtener con la producción de las artesanías de lufa, y además se puede apreciar el cálculo de los impuestos que se devengarán al momento que la microempresa inicie su actividad.

6.4.3. FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN	38.660,00					
INGRESOS						
Utilidad Neta		6.465,82	9.728,73	18.985,44	21.154,60	30.998,14
Depreciación		1.821,25	1.446,07	1.165,85	925,69	735,00
Reinversión y otros		-	-	-	-	-
Valor de Rescate		-	-	-	-	2.790,00
TOTAL INGRESOS		8.287,06	11.174,80	20.151,29	22.080,28	34.523,13
EGRESOS						
Pago Principal		7.068,48	8.405,52	-	-	-
TOTAL EGRESOS		7.068,48	8.405,52	-	-	-
FLUJO NETO	<38.660,00>	1.218,59	2.769,28	20.151,29	22.080,28	34.523,13

Fuente: Cálculos Propios

Elaborado por: Las autoras

CUADRO N. 59

El flujo de caja refleja la liquidez que existirá dentro en la microempresa, la misma que tiene una Inversión Inicial de 38.660,00, la obligación financiera será cancelada en el primero y segundo año por esa razón es que casi no hay liquidez los primeros años en la microempresa, además se puede observar que en el tercer año existe un incremento del flujo de liquidez, el mismo que ayudará a cubrir salidas de dinero de la misma y además permitirá analizar la posibilidad de realizar otras inversiones como:

compra de materia prima, activos, etc. El movimiento del efectivo refleja la Utilidad Neta que será arrojada por el Estado de Resultados, además aquí se demuestra la liquidez verdadera de la microempresa porque no se deduce la depreciación; ya que no es una salida de efectivo.

6.5. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

6.5.1. VAN

El valor presente neto representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite observar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma.

$$VAN = \langle \text{Inversión} \rangle + FC / (1+i)^n$$

FC → Flujos de caja proyectados

i → tasa de descuento

n → Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión

VAN positivo, significa que existe rentabilidad

VAN negativo, inversión no rentable

FLUJOS DE CAJA REFERENCIALES

AÑO	FLUJOS DE CAJA
0	- 38.660,00
1	1.218,59
2	2.769,28
3	20.151,29
4	22.080,28
5	34.523,13

Fuente: Cálculos Propios

Elaborado por: Las autoras

CUADRO N. 60

$$\langle \text{Inversión} \rangle + FC / (1+i)^n$$

$$\text{VAN} = \langle -38.660,00 \rangle + (1.218,59 / (1+0,1563)^1 + 2.769,28 / (1+0,1563)^2 + 20.151,29 / (1+0,1563)^3 + 20.080,28 / (1+0,1563)^4 + 34.523,13 / (1+0,1563)^5)$$

$$\text{VAN} = 45.212,66$$

$$\text{VAN} = 45.212,66 - 38.660,00$$

$$\text{VAN} = 6.552,66$$

El VAN es el poder adquisitivo actual monetario, que tiene el monto destinado a invertir en el momento cero o fase de arranque del proyecto.

Los flujos de caja actualizados son de 6.552,66 lo cual indica que el proyecto tiene la factibilidad de ser rentable, por cuanto es un valor positivo.

VAN positivo, significa que existe rentabilidad.

VAN negativo, significa inversión no rentable o no atractiva.

El VAN en el presente proyecto indica ser factible, ya que la sumatoria de las entradas de efectivo actualizadas superan la inversión inicial dándonos un VAN positivo.

6.5.2. TIR

La Tasa Interna de Retorno es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando los flujos de caja proyectados:

FLUJOS DE CAJA CON GASTOS FINANCIEROS

AÑO	FLUJOS DE CAJA
0	- 3 8.660,00
1	1.218,59
2	2.769,28
3	20.151,29
4	22.080,28
5	34.523,13

Fuente: Cálculos Propios

Elaborado por: Las autoras

CUADRO N. 61

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

$$TIR = 0,1563 + (0,21 - 0,1563) \left(\frac{6552,66}{775,79 + 6552,66} \right)$$

TIR= 20%

El TIR es la rentabilidad interna del proyecto en su vida útil en valor actualizado, para que el proyecto sea atractivo este valor debe superar al TRM, si la diferencia no sobrepasa los 10 puntos, se considera un proyecto conservador sin sobrestimación.

En el caso del presente proyecto el TIR supera al TRM en 5 puntos aproximadamente lo que indica que es un proyecto atractivo.

6.5.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

Se realizará un análisis donde la empresa alcanzará su punto de equilibrio es decir donde la microempresa no gana ni pierde.

FÓRMULA

$$PE = \frac{\text{GASTOS FIJOS (inversión del proyecto)}}{MC}$$

$$MC = \text{Margen de contribución: Precio de Venta(PV) - Costo Variable Unitario(CV)}$$

$$PE = \frac{23210,4}{4,16-2,28}$$

$$PE = 5.349,45 \quad \text{Valor monetario}$$

$$PE = 2.346,25 \quad \text{Unidades}$$

El Punto de Equilibrio es donde los ingresos totales recibidos, se igualan con los costos asociados con la venta de un producto.

Si la microempresa supera la venta de 2.436,25 unidades y en valor monetario 5.349,45 percibirá un beneficio, y si sucede lo contrario y el punto de equilibrio se encuentra por debajo de ese volumen de producción la microempresa tendrá pérdida.

El punto de Equilibrio solo es aplicable para el año 1, dado que en los demás años no va a ser real.

6.5.4. BENEFICIO – COSTO.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	59.403,06	64.021,44	78.238,23	83.990,88	100.171,62
EGRESOS	52.937,24	54.292,71	59.252,79	62.836,29	69.173,48

Fuente: Cálculos Propios

Elaborado por: Las autoras

CUADRO N.62

La fórmula de cálculo es:

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

$$\begin{array}{r} B/C= 385.825,22 \\ \hline 298.492,50 \end{array}$$

$$B/C= 1,29$$

Este indicador sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirve de insumos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja.

Si B/C = es mayor que 1 tenemos un adecuado retorno.

Si B/C = es menor que 1 no hay un adecuado retorno.

Si B/C = es igual a 1 significa indiferencia tampoco es aceptable porque equivale a no hacer hecho nada.

El B/C de la microempresa es 1,29 lo que significa que de cada dólar de gasto se generará 0,29 ctvs. de ingresos.

6.5.5. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Inversión	38.660,00
Años Proyecto	5
FC	80.742,58

$$\text{FÓRMULA} = \frac{\text{Inversión} * (\text{Número de años})}{\text{Flujos de caja}}$$

$$R = \frac{193.299,99}{80.742,58}$$

$$80.742,58$$

$$R = 2,394027945$$

$$R = 2,4 \text{ años}$$

Este elemento de evaluación económica financiera, permite conocer en que tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta al comportamiento de los flujos de caja proyectados. El tiempo de recuperación de la inversión es de 2,4 años, el mismo que es un tiempo considerable, ya que entre más demore la recuperación de la inversión, menos atractivo es el proyecto.

CAPITULO VII

7. IMPACTOS

El análisis de impactos tiene como propósito representar los niveles de impactos en las diferentes áreas que posee la estructura del proyecto. La clasificación para los siguientes cuadros se ha determinado con los valores de 1, 2, y 3 para los aspectos positivos así como; -1, -2, -3 para los negativos, y 0 como un valor indiferente.

Valoración Cualitativa	Valoración Cuantitativa
Muy Alto	3
Alto	2
Medio	1
Indiferente	0
Bajo	-1
Muy Bajo	-2
Extremadamente Bajo	-3

$$\text{Fórmula: Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{\text{Número de Indicadores}}$$

Se analizarán los siguientes impactos: Impacto Social – Económico, Cultural- Educativo, Empresarial y Ambiental.

7.1. Impacto Social – Económico

Indicadores	Positivo			Indiferente	Negativo			Total
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Generación de Empleo	X							3
Generación de mano de obra	X							3
Estabilidad laboral		X						2
Mejoramiento de la calidad de vida	X							3
Total	9	2						11

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 63

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{11}{4}$$

$$\text{NI} = 2,75$$

7.1.1. Análisis

La actividad productiva de la microempresa está orientada a mejorar la calidad de vida de sus empleados, ofreciendo un trabajo estable, con una remuneración que contribuya a mejorar la economía de todos los involucrados.

7.2. Impacto Cultural – Educativo

Indicadores	Positivo			Indiferente	Negativo			Total
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Interés por el sector artesanal	X							3
Generación de conocimientos		X						2
Mejoramiento tecnológico		X						2
Capacitación continua		X						2
Total	3	6						9

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 64

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{9}{4}$$

$$\text{NI} = 2,25$$

7.2.1. Análisis

Al ser un proyecto productivo y sustentable permite plantear alternativas de fortalecimiento, mediante capacitación y difusión de tecnologías adecuadas a la realidad, con la finalidad de elevar el nivel operativo y productivo de los artesanos.

7.3. Impacto Empresarial

Indicadores	Positivo			Indiferente	Negativo			Total
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Fortalecimiento del sector empresarial	X							3
Mejoramiento de los niveles competitivos	X							3
Incremento de niveles productivos			X					1
Mejora en la toma de decisiones		X						2
Total	6	2	1					9

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 65

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{9}{4}$$

$$\text{NI} = 2,25$$

7.3.1. Análisis

El impacto empresarial de la creación de una microempresa que ofrece artesanías de fibra de lufa, va a ser altamente positivo por cuanto es un producto nuevo y novedoso, lo cual permitirá el

fortalecimiento del sector empresarial debido a que se enfocará en un nuevo mercado.

7.4. Impacto Ambiental

Indicadores	Positivo			Indiferente	Negativo			Total
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Manejo ecológico de los productos para la comercialización		X						2
Contaminación del aire			X					1
Desarrollo de actividad productiva	X							3
Manejo de desperdicios	X							3
Total	6	2	1					9

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 66

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{9}{4}$$

$$\text{NI} = 2,25$$

7.4.1. Análisis

El proceso de una actividad productiva genera efectos en el medio ambiente, sin embargo en la elaboración de las artesanías de fibra de lufa el impacto ambiental será casi nulo, porque la mayoría de

desperdicios serán reutilizados, además se utilizarán materiales de fácil consunción.

Matriz General de Impactos

Indicadores	Positivo			Indiferente	Negativo			Total
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Social - Económico	X							3
Cultural – Educativo		X						2
Empresarial		X						2
Ambiental		X						2
Total	3	6						9

Elaborado por: Las autoras

Cuadro N. 67

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{9}{4}$$

$$\text{NI} = 2,25$$

En el presente cuadro de resumen general de la matriz de impactos, se evidencia un promedio de 2 que representa un impacto alto positivo, por lo cual se resume que el proyecto tiene parámetros altamente aceptables en los impactos analizados como lo es el impacto social - económico, cultural - educativo, empresarial y ambiental.

CONCLUSIONES

- ✓ El proyecto de la creación de la Microempresa de Artesanías de Lufa, ha permitido aplicar los conocimientos aprendidos en la Universidad Técnica del Norte como: El Diagnóstico Situacional, Marco Teórico, Investigación Mercado, Estudio Técnico, Organización Administrativa, Evaluación Financiera e Impactos.
- ✓ Se logrará introducir nuevas Artesanías elaboradas a base de Fibra de Lufa, las mismas que diversificarán los productos artesanales permitiendo un mejor desarrollo artesanal.
- ✓ El proyecto de creación de la Microempresa de Artesanías Lufa demuestra gran factibilidad, dado que en el Cantón Otavalo cuenta con gran afluencia de turistas nacionales e internacionales los cuales se muestran atraídos por las artesanías que son tradicionales en este sector.
- ✓ En Ecuador se encuentran productos que pueden dar lugar a nuevas artesanías, las mismas que aun no han sido explotadas y en las que se encuentra la Fibra de Lufa.
- ✓ Un inconveniente que atraviesa el sector artesanal es la falta de promoción y publicidad, lo cual ocasiona una reducción de las ventas de los productos.

RECOMENDACIONES

- ✓ De acuerdo a los resultados obtenidos del estudio, se hace necesario la creación de la microempresa de Artesanías de Lufa con el fin de cubrir las nuevas exigencias del mercado.
- ✓ Se deberán realizar estudios de productos nuevos y novedosos que permitan crear nuevas microempresas y por ende generar trabajo.
- ✓ Al crearse una Microempresa de Artesanías de Lufa, se logrará versatilizar la oferta de productos artesanales permitiendo mejores ingresos, y constituirá un incentivo para renovar los productos tradicionales de los artesanos.
- ✓ A los gobiernos centrales o seccionales se les recomienda fomentar la creación de Microempresas de Artesanías y en especial las Artesanías de Lufa, por ser un producto aun no explotado en nuestro medio, además con esta gestión se conseguirá cubrir las necesidades del medio.
- ✓ Para mejorar la comercialización de Artesanías de fibra de Lufa se recomienda establecer estrategias de promoción, y en especial capacitar a los vendedores para brindar una mejor atención al cliente, sea nacional o extranjero.

BIBLIOGRAFÍA

- **BERNAL, Augusto (2006)** “Metodología de la Investigación”, Segunda Edición.
- **CARTHY, Jerome (2008)** “Marketing” Novena Edición, México.
- **CHIAVENATO, Idalberto (2005)** “Introducción a la Administración”, Quinta – Edición, México.
- **CRAVENS, David (2004)** “Administración en Mercadotecnia” Octava Edición, México.
- **DAFT, Richard (2005)** “Introducción de la Administración”, Edición – Sexta, México.
- **GALINDO Carlos (2008)** “Manual para la creación de Empresas” Tercera – Edición, Colombia.
- **GARCÍA, Juan (2007)** “Marketing Internacional”, Quinta-Edición, México.
- **HILL, Mac Graw (2006)** “Administración de Empresas” Quinta-Edición, México.
- **JÁCOME V, Walter (2005)** “Bases Teóricas y Prácticas para Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión”, Editorial Universitaria, Ibarra – Ecuador.

- **KOONTZ, Harold (2008)** “Elementos de la Administración”, Séptima – Edición, México.
- **KOTLER, Philip (2008)** “Dirección de Marketing” Duodécima Edición, México.
- **BELCH, George (2005)** “Publicidad y Promoción”, Sexta - Edición, México.
- **SÁNCHEZ, Arturo (2005)** “Investigación y Análisis para el Éxito”, México.
- **MONTERO, Edgar (2005)** “Manual de la Gestión de la Microempresa”, Primera – Edición, Ecuador.
- **PEREZ, César (2008)** “Técnicas Estadísticas con SPSS 12” España.
- **SNELL, Bateman (2005)** “Administración” Sexta - Edición, México.

LINCOGRAFÍA

- <http://www.intermonoxfam.org/es/page.asp?id=2761>
- <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>.
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/36/compertmonoli.htm>.
- <http://www.proyectos.com>.
- http://www.mundodescargas.com/apuntes-trabajos/turismo_hosteleria_gastronomia_restauracion/decargar_hortalizas.pdf.

ANEXOS

ANEXO A.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como finalidad determinar el nivel de aceptación de las Artesanías de Lufa en la Ciudad de Otavalo, en la Provincia de Imbabura.

1. ¿Qué tiempo lleva usted en su actividad?

Menos de 1 año	
De 1 a 5 años	
De 6 a 10 años	
Más de 10 años	

2. ¿El capital invertido para su actividad artesanal es?

Propio	
Crédito Financiero	
Mixto	
Otros	

3. ¿A qué actividad de artesanías se dedica?

Lana	
Madera	
Tatora	
Tagua	
Paja Toquilla	
Otros	

4. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir productos de Lufa?

Totalmente de Acuerdo	
De acuerdo	
Mediamente de Acuerdo	
Desacuerdo	

5. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a comprar

Menos de \$ 20	
De \$ 21 a \$ 50	
De \$ 51 a \$ 75	
De \$ 75 a \$ 100	

6. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a comprar?

Cada 8 días	
De 9 a 15 días	
De 15 a 21 días	
De 22 a 30 días	

7. ¿Cómo adquiere su materia prima?

Proveedores	
Recolector	
Cultivo	
Otros	

8. ¿La mano de obra utilizada en las artesanías es?

Particular	
Familiar	
Mixto	

9. ¿Cuál es su nivel de ingreso promedio mensual aproximado?

Menos de \$ 150	
De \$150 a \$200	
De \$200 a \$250	
De \$250 a \$300	
Mas de \$300	

10. ¿Dónde existe un mayor costo en la elaboración de artesanías?

Materia prima	
Mano de obra	
Arriendo	
Transporte	
Insumos	

11.¿Indique el principal problema que actualmente tiene en la producción y comercialización de artesanías?

Falta de capacitación	
Materia prima escaza	
Recursos financieros insuficientes	
Altos costos de la Mano de Obra	
Dificultad para manejar el talento humano	

12.¿Cuáles son sus principales competidores?

Locales	
Regionales	
Otros sectores	

Gracias por su colaboración

Datos Generales

Edad: 18-25 () 26-35() 36-45() 46-55() más de 55 ()

Sexo: M () F ()

Cargo: Propietario () Vendedor ()

Nivel de instrucción: Primaria () Secundaria () Superior () Ninguno ()

Ocupación:.....

5. ¿Usted cree que el turismo en Otavalo se ha visto afectado por la depresión económica mundial?

ANEXO C.



OBJETIVO: La presente entrevista tiene como finalidad dar conocer a profundidad el proceso de producción y comercialización de Artesanías de Lufa.

**ENTREVISTA APLICADA AL EXPERTO EN
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
ARTESANÍAS DE LUFA.**

- 1. ¿Cómo está estructurada la empresa?**
- 2. ¿Qué se pretende lograr con la producción de artesanías de lufa?**
- 3. ¿Existe el suficiente abastecimiento de la materia prima (lufa)?**

d. ¿Qué tipo de maquinaria y equipo debe tener un taller artesanal de lufa?

5. ¿Cómo fija el precio del producto?

6. ¿Cuál es el producto que más demandan los clientes?

7. ¿Cuáles son los factores que considera usted para ser competitivo?

8. ¿Quién financia este tipo de proyecto?

9. ¿En los países que crece la lufa, también existen personas que elaboran artesanías?

10. ¿Cuánto tiempo tiene esta empresa ofreciendo este producto en el mercado?

11. ¿Qué medios utiliza para promocionarse?

PROCESO DE ELABORACIÓN DE LAS ARTESANÍAS DE LUFA

PRIMERO CULTIVO DE LA LUFA



SEGUNDO ALMACENAMIENTO DE LA LUFA



PROCESO DE LIMPIEZA DEL CALABAZIN LUFA



PRODUCTO LISTO PARA ELABORAR LAS ARTESANÍAS



PRODUCTOS TERMINADOS





