



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MANUALIDADES ELABORADAS A BASE DE LANA, COLITA DE RATÓN Y FIGURAS DE FÓMIX, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

AUTORAS:

- ❖ **ANDRADE CARDONA Ana Lucía**
- ❖ **MALES MORALES María Sara**

DIRECTOR:

- ❖ **Ing. VALENZUELA Luis Fernando**

IBARRA, JUNIO DEL 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad la realización de un Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de manualidades elaboradas a base de lana, colita de ratón y figuras de fómix, ubicada en la Parroquia de San Antonio de Ibarra, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, para promover la compra de manualidades en la parroquia.

En el primer capítulo se desarrolla un diagnóstico situacional mediante una investigación de campo; para ello se determinó la población y muestra a la que se investigó para establecer aliados, oportunidades, riesgos y oponentes.

En el segundo capítulo se muestra el marco teórico en el que se explica conceptos básicos sobre microempresa, contabilidad, normas internacionales de información financiera a fin de tener las bases teóricas-científicas sobre las cuales se fundamentan la investigación.

El tercer capítulo constituye el estudio de mercado donde se pudo concluir que existe un mercado potencial a satisfacer y existe predisposición, acogida y aceptación por parte de los habitantes y turistas que visitan la parroquia para la implementación del proyecto.

El cuarto capítulo corresponde al estudio técnico, se determinó la mejor localización para la microempresa; se procedió a la organización y distribución de las instalaciones, flujogramas del proceso y se elaboró un presupuesto técnico estableciendo que el proyecto requiere \$ 13.473,40.

El quinto capítulo comprende la evaluación financiera del proyecto en el cual se elaboró los estados financieros, se estableció que el valor actual neto (VAN) es de \$ 9.511,81, la tasa interna de retorno (TIR) es del 23,19% y finalmente el costo beneficio es del 1,71.

En el sexto capítulo se elaboró los aspectos legales a cumplir, se determinó la estructura orgánica de la microempresa, los requerimientos del personal, funciones y perfil de cada puesto.

El séptimo capítulo comprende los impactos que genera el proyecto tanto positivos como negativos, la implementación del proyecto no producirá impactos negativos significativos, lo cual representa que la creación de la microempresa resulta beneficiosa.

Y el proyecto finaliza con las respectivas conclusiones y recomendaciones.

EXECUTIVE SUMMARY

This project is about a feasibility study for the creation of a small business dedicated to the production and marketing project for to make handicrafts made in wool, mouse tail materials and fómix figures, this project will be located in the San Antonio de Ibarra parish, Cantón Ibarra, Imbabura Province, for to promote the purchase of crafts in the parish.

In the first chapter we develop a situational analysis through field research, for it was determined the population and sample that was investigated to establish allies, opportunities, risks and opponents.

In the second chapter we shows the theoretical framework that explains basic concepts about microenterprise, accounting, international financial reporting standards in order to have theoretical and scientific bases which are based on research.

The third chapter is about the study of market where it was concluded that exists a potential market and they are predisposed to meet, welcome and acceptance by residents and tourists who visit the parish for to implement the project.

The fourth chapter corresponds to the technical study, we determined the best place for microenterprise to locate the organization and facility layout, process flow programs and developed a technical budget stating that the project we will require \$ **13.473,40**.

The fifth chapter covers the financial evaluation of the project in which the financial statements are prepared, it was established that the net present value (NPV) is \$ **9.511,81** the internal rate of return (IRR) **23,19%** is the cost and benefit of **1,71**.

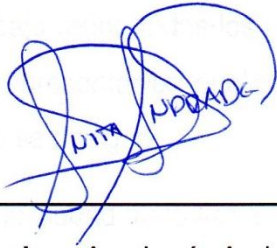
In the sixth chapter was developed to meet the legal aspects of the organizational structure determined microenterprise, personnel requirements, functions and post profiles.

The seventh chapter covers the impacts that generated by the project both positive and negative, implementation of the project will not have significant impacts, representing the creation of microenterprises is beneficial.

And the project ends with some conclusions and recommendations.

AUTORÍAS

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



Nombre: Ana Lucía Andrade Cardona

C.C:100373970-1



Nombre: María Sara Males Morales

C.C: 100366431-3

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las egresadas **Ana Lucía Andrade Cardona** con cédula de identidad **No.100373970-1**; **María Sara Males Morales** con cédula de identidad **No.100366431-3**, para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.** cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MANUALIDADES ELABORADAS A BASE DE LANA, COLITA DE RATÓN Y FIGURAS DE FÓMIX, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.**, considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 16 días del mes de junio del 2014.

Firma



Ing. LUIS FERNANDO VALENZUELA
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHOS DE LAS AUTORAS DEL TRABAJO DE
GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Ana Lucia Andrade Cardona con cédula de identidad No.100373970-1,
María Sara Males Morales con cédula de identidad No.100366431-3,
manifiestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del
Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad
Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autoras de la obra
o trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE MANUALIDADES ELABORADAS A BASE DE LANA,
COLITA DE RATÓN Y FIGURAS DE FÓMIX, UBICADA EN LA PARROQUIA DE
SAN ANTONIO DE IBARRA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA"., en
la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada
para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra
condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra
antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el
momento que hagamos la entrega del trabajo final en formato impreso y
digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Ana Lucia Andrade Cardona



María Sara Males Morales

Ibarra a los 16 días del mes de junio del 2014.



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

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO | | | |
|-----------------------------------|---|-----------------|----------------|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 100373970-1 | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Andrade Cardona Ana Lucía | | |
| DIRECCIÓN: | San Antonio de Ibarra, Ciudadela José Tobar calle Pinos 1-13 y Los Nogales | | |
| E-MAIL: | anylurosandrade@hotmail.es | | |
| TELÉFONO FIJO: | 062 | TELÉFONO | 09 39 12 90 87 |
| | | MÓVIL: | |
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 100366431-3 | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Males Morales María Sara | | |
| DIRECCIÓN: | Otavalo, Mojandita Curubí | | |
| E-MAIL: | mariamales2003@yahoo.com | | |
| TELÉFONO FIJO: | 062 | TELÉFONO | 09 87 81 54 86 |
| | | MÓVIL: | |
| DATOS DE LA OBRA | | | |
| TÍTULO: | "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MANUALIDADES ELABORADAS A BASE DE LANA, COLITA DE RATÓN Y FIGURAS DE FÓMIX, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA". | | |
| AUTORAS: | Ana Lucía Andrade Cardona María Sara Males Morales | | |
| FECHA: AAAAMMDD | Junio – 2014 | | |
| SOLO PARA TRABAJO DE GRADO | | | |
| PROGRAMA: | <input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSTGRADO | | |
| TÍTULO POR EL QUE OPTAN: | INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA | | |
| ASESOR DIRECTOR: | Ing. Luis Fernando Valenzuela | | |

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Ana Lucia Andrade Cardona con cédula de identidad No.100373970-1, María Sara Males Morales con cédula de identidad No.100366431-3, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

Las autoras manifestamos que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumimos la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 16 días del mes de junio del 2014

LAS AUTORAS:

(Firma).....


Nombre: Ana Andrade

(Firma).....


Nombre: María Males

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

C.C.: X.....


Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy.

Para mi Madre JOSEFINA CARDONA por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mis hijos DOSTIN y KEISHA quienes han sido y son mi motivación, inspiración y felicidad.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar.

“La dicha de la vida consiste en tener siempre algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa que esperar”. Thomas Chalmers.

Anita A.

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo Dios creador de todas las cosas, que me ha dado fortaleza y valor para seguir adelante a pesar de todo las adversidades de la vida a mis padres que me vieron nacer y que su enseñanza y sus buenas costumbres han creado en mi sabiduría haciendo que hoy tenga el conocimiento de lo que soy,

De igual forma, dedico esta tesis a mis padres que han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles, sus palabras de aliento me ayudaron a buscar la mejor manera de sobrellevar cada una de las dificultades que se me han presentado durante nuestro trayecto educativo..

A mis hermanos que siempre han estado junto a mí brindándome su apoyo, incondicional en los buenos y malos momentos de mi vida.

A todos gracias a su apoyo, y conocimientos hicieron de esta experiencia una de las más especiales.

Con profundo agradecimiento,

María M.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento y mi gratitud a DIOS por darme la vida y la oportunidad de estudiar.

A mi madre, por el gran amor la devoción que tienes en tus hijos, por el apoyo ilimitado e incondicional que siempre me has dado, por tener siempre la fortaleza de salir adelante sin importar los obstáculos, por haberme formado como una mujer de bien, y por ser la mujer que me dio la vida y me enseñó a vivirla... no hay palabras en este mundo para agradecerte Mamá.

A mis hijos, por el valor y el cariño que han tenido para levantarme ante cualquier adversidad, por darme ánimo siempre diciéndome lo orgullosos que se sienten de ser mis hijos, muchas gracias.

A mi hermano Santiago, por tu empeño, por tu entusiasmo y tus ganas de ser mejor, por tu cariño incondicional, y así como ahora tú has ido a mi graduación, sé que yo tendré la dicha de ir a la tuya y felicitarte por haber terminado tu carrera muy pronto.

A toda mi familia, por brindarme el calor de su hogar durante toda mi carrera, por sus palabras de aliento y sus buenos deseos, por ayudarme a crecer y a ser más fuerte para enfrentar la vida,

A la Universidad Técnica del Norte, por abrirme sus puertas para desarrollarme como personal y profesional: a mis profesores, que compartieron conmigo sus conocimientos a lo largo de mi educación; especialmente a nuestros amigos el Dr. Vinicio Sarauz, el Ing. Marcelo Vallejos, a mi asesor de tesis el Ing. Fernando Valenzuela por su apoyo y paciencia para la elaboración de este trabajo.

Anita A.

AGRADECIMIENTO

“Nunca consideres el estudio como una obligación, sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravilloso mundo del saber.”_Albert Einstein

Mi trabajo de grado es el resultado de todo este tiempo de estudio, que aunque en ocasiones despertó lágrimas, incertidumbre y dudas en mí, finalmente resultó ser lo que esperaba y me llenó de satisfacción.

Antes que todo mi profundo agradecimiento a mi Dios luego a mis padres por darme la vida, por regalarme la oportunidad de estudiar y por enseñarme a luchar en esta vida llena de adversidades, a conquistar las metas que me proponga hasta agotar los recursos que sean necesarios, gracias estar conmigo cuando he caído y motivarme a seguir adelante, por brindarme su confianza y sus consejos que sirvieron de ayuda para comprender y entender mejor las cosas, por brindarme la fortaleza estímulo necesaria para la elaboración y finalización de mi Trabajo de Grado, A mis compañeros de estudio, por ser pacientes conmigo, por ayudarme a seguir adelante y darme su apoyo, además de compartir las angustias y gratificaciones durante estos años de estudios. A la Universidad Técnica del Norte que días tras día se ha convertido en es nuestro querido hogar de estudio junto a sus docentes y directivos y las demás instituciones que me abrieron sus puertas para y con gran paciencia me apoyaron a seguir con esta etapa que estoy culminando.

Es para mí una verdadera satisfacción, poderle presentar el resultado de mis años de estudio y mucho aprendizaje. Aunque es lógico tener nostalgia por abandonar la universidad y la vida como estudiante, igualmente siento una grandes alegrías al saber que he logrado cerrar un capítulo en mi vida para comenzar uno nuevo, como profesional en el campo laboral.

María M.

PRESENTACIÓN

El presente ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MANUALIDADES ELABORADAS A BASE DE LANA, COLITA DE RATÓN Y FIGURAS DE FÓMIX, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, está compuesto por los siguientes Capítulos: Diagnostico Situacional, Bases teórica Científicas, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Evaluación Financiera del Proyecto, Estructura Organizativa y Análisis de Impactos.

En el Capítulo I; se realizará un Diagnostico Situacional, en el cual se detalla la información de la parroquia de San Antonio, permitiendo establecer las circunstancias actuales, determinando la necesidad de emprender este proyecto, el que una vez puesto en marcha proporcionara fuentes de trabajo, por ende contribuir al mejoramiento de la calidad de vida.

El Capítulo II; se refiere a las Bases Teóricas – Científicas, que es un detalle minucioso de una serie de aspectos científicos, contables, administrativos, financieros, los cuales son analizados y captados de textos relacionados a los temas del proyecto, los mismos que viabilizan la comprensión del presente estudio para llevar adelante la actividad micro empresarial.

En el Capítulo III; se realizará técnicamente un Estudio de Mercado permitiendo establecerlos niveles de oferta y demanda, y por consiguiente la demanda insatisfecha, así mismo se establecerá las estrategias de comercialización, para orientar las ventas, hacia la búsqueda de captar el mercado.

En el Capítulo IV; se detallará paso a paso el Estudio Técnico del Proyecto que tendrá un papel importante en la elaboración de esta investigación ya que se logrará determinar, el tamaño del proyecto, su ubicación, sus procesos, su tecnología, su infraestructura física, las inversiones fijas y diferidas, el capital de trabajo, el financiamiento, su talento humano, permitiendo ofrecer a la microempresa un producto óptimo y rentable.

En el Capítulo V; a través del Estudio Económico financiero, se realizará un presupuesto base que nos permita determinar el monto de la inversión, y buscar fuentes de financiamiento si ese fuese el caso, como también se presentarán los estados financieros bajo la estructura de las Normas Internacionales de Información financiera (NIIF's).

En el Capítulo VI, se determina la Estructura Organizativa, su misión y visión, sus valores, su política, su organización y funciones permitiendo determinar las actividades individuales de los colaboradores, para el normal funcionamiento de la microempresa propuesta.

Finalmente se concluirá este trabajo con el Capítulo VII; que es el análisis de los posibles impactos ambiental, social, económico y empresarial, que generará la ejecución del presente proyecto, con el único afán de establecer el impacto general que tendrá en la parroquia.

ÍNDICE GENERAL

| TEMA | PÁG. |
|-------------------------|-------|
| Portada | I |
| Resumen ejecutivo | II |
| The Executive Summary | IV |
| Autorías | VI |
| Certificado del Asesor | VII |
| Cesión de derechos | VIII |
| Dedicatoria Anita A. | XII |
| Dedicatoria María M. | XII |
| Agradecimiento Anita A. | XIV |
| Agradecimiento María M. | XV |
| Presentación | XVI |
| Índice General | XVIII |
| Índice Tablas | XXIII |
| Índice Gráficos | XXVI |
| Introducción | 1 |
| Antecedentes | |
| Justificación | 4 |
| Objetivos del Proyecto | 6 |

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

| NÚM. | TEMA | PÁG. |
|----------|--|------|
| 1. | Diagnóstico Situacional | 7 |
| 1.1. | Antecedentes | |
| 1.2. | Objetivos del Diagnóstico | 10 |
| 1.3. | Variables Diagnósticas | 11 |
| 1.4. | Indicadores comercialización | |
| 1.5. | Indicadores proceso de producción | 12 |
| 1.6. | Indicadores nivel de desarrollo socio-económico | |
| 1.7. | Indicadores del crecimiento productivo y poblacional | |
| 1.8. | Matriz de relación diagnóstica | 13 |
| 1.9. | Mecánica operativa | 15 |
| 1.9.1. | Población segmentada | |
| 1.9.2. | Identificación de la muestra | 16 |
| 1.9.3. | Técnicas e instrumentos | 17 |
| 1.9.4. | Diseño de los instrumentos de investigación | |
| 1.9.4.1. | Información primaria | |
| 1.9.4.2. | Información secundaria | 19 |
| 1.10. | Tabulación y análisis de la información | 20 |

| | | |
|-------|--|----|
| 1.11. | Matriz de relación externa PEST | 30 |
| 1.12. | Matriz AOOD | 31 |
| 1.13. | Determinación de la oportunidad de inversión | 32 |

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

| NÚM. | TEMA | PÁG. |
|-------------|--|-------------|
| 2. | Marco teórico | 33 |
| 2.1. | La microempresa | |
| 2.2. | Características | 34 |
| 2.3. | Tipos de empresas | |
| 2.4. | Manualidades | 36 |
| 2.4.1. | Manualidades en la escuela | |
| 2.4.2. | Beneficio de las manualidades | 37 |
| 2.4.3. | Tipos de manualidades | 38 |
| 2.5. | Lana | |
| 2.5.1. | Características de las lanas | 39 |
| 2.5.2. | Tipos de lana | |
| 2.6. | Colita de ratón | 40 |
| 2.7. | Fómix | |
| 2.7.1. | Tipos de fómix | 41 |
| 2.8. | Estudio de mercado | 42 |
| 2.8.1. | Medios de producción | |
| 2.9. | Estudio técnico | |
| 2.10. | Estructura organizativa | 46 |
| 2.10.1. | Misión | |
| 2.10.2. | Visión | |
| 2.10.3. | Organigrama | 47 |
| 2.11. | Estudio financiero | |
| 2.11.1. | Estado de situación financiera | |
| 2.11.2. | Técnicas de evaluación financiera | 48 |
| 2.11.2.1. | Valor actual neto | 49 |
| 2.11.2.2. | Tiempo de recuperación de la inversión | 50 |
| 2.11.2.3. | Costo beneficio | 51 |
| 2.11.2.4. | Punto de equilibrio | 52 |
| 2.11.2.5. | Análisis de sensibilidad | 53 |

CAPÍTULO III
ESTUDIO DE MERCADO

| NÚM. | TEMA | PÁG. |
|-------------|---|-------------|
| 3. | Estudio de mercado | 55 |
| 3.1. | Presentación | |
| 3.2. | Objetivos del estudio de mercado | 56 |
| 3.3. | Matriz de relación del estudio de mercado | 57 |
| 3.4. | Análisis del producto | 58 |
| 3.4.1. | Identificación del producto | |
| 3.4.2. | Descripción física | |
| 3.5. | Beneficios del productos | 59 |
| 3.6. | Productos sustitutivos | |
| 3.7. | Mercado meta | |
| 3.8. | Segmento del mercado | 60 |
| 3.9. | Identificación de la muestra | 61 |
| 3.10. | Análisis de la demanda | 79 |
| 3.10.1. | Cantidad de productos demandados | 80 |
| 3.10.2. | Proyección de la demanda de productos | 85 |
| 3.11. | Análisis de la oferta | 88 |
| 3.12. | Participación en el proyecto | 92 |
| 3.13. | Precios | 93 |
| 3.14. | Proveedores | 95 |
| 3.15. | Canales de distribución | 96 |

CAPÍTULO IV
ESTUDIO TÉCNICO

| NÚM. | TEMA | PÁG. |
|-------------|--|-------------|
| 4. | Estudio técnico | 97 |
| 4.1. | Tamaño del proyecto | |
| 4.2. | Macro localización del proyecto | 99 |
| 4.3. | Micro localización del proyecto | 100 |
| 4.4. | Aspectos para la localización del proyecto | 107 |
| 4.5. | Distribución física del proyecto | 108 |
| 4.5.1. | Superficie total | |
| 4.5.2. | Ambientes | |
| 4.6. | Diseño y remodelación de las instalaciones | 109 |
| 4.7. | Proceso de producción | 111 |
| 4.7.1. | De las carteras | |
| 4.7.1.1. | Flujograma del proceso de producción | 114 |
| 4.8. | De los tapetes | 117 |
| 4.8.1. | Flujograma del proceso de producción | 119 |

| | | |
|---------|--------------------------------------|-----|
| 4.9. | De las figuras de fómix | 122 |
| 4.9.1. | Flujograma del proceso de producción | 124 |
| 4.10. | Producto | 127 |
| 4.11. | Materiales | |
| 4.11.1. | Carteras | 128 |
| 4.11.2. | Tapetes | 130 |
| 4.11.3. | Figuras de fómix | 132 |
| 4.12. | Presupuesto técnico | 133 |
| 4.12.1. | Inversiones fijas | |
| 4.12.2. | Inversiones diferidas | 135 |
| 4.12.3. | Capital de trabajo | 137 |

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

| NÚM. | TEMA | PÁG. |
|-------------|---|-------------|
| 5. | Estudio financiero | 139 |
| 5.1. | Evaluación financiera del proyecto | |
| 5.1.1. | Evaluación financiera | |
| 5.2. | Ingresos | 140 |
| 5.2.1. | Proyección de ingresos | |
| 5.3. | Egresos | 141 |
| 5.4. | Costos de producción | |
| 5.5. | Gastos administrativos | 146 |
| 5.6. | Gastos de ventas | 151 |
| 5.7. | Gastos financieros | 153 |
| 5.8. | Gastos diferidos | 156 |
| 5.9. | Estados proformas | 157 |
| 5.9.1. | Balance general | |
| 5.9.2. | Estado de resultados | 158 |
| 5.9.3. | Estado de flujo de efectivo financiero proyectado | 159 |
| 5.10. | Evaluación financiera | 160 |
| 5.10.1. | Tasa de descuento | |
| 5.10.2. | Valor actual neto | 161 |
| 5.10.3. | Tasa interna de retorno | 162 |
| 5.10.4. | Recuperación de la inversión | |
| 5.10.5. | Costo beneficio | 163 |
| 5.10.6. | Punto de equilibrio | |
| 5.10.7. | Resumen de evaluación financiera | 168 |

CAPÍTULO VI
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

| NÚM. | TEMA | PÁG. |
|-------------|-------------------------|-------------|
| 6. | Estructura organizativa | 169 |
| 6.1. | La microempresa | |
| 6.2. | Conformación jurídica | 170 |
| 6.3. | Estructura estratégica | 181 |
| 6.3.1. | Misión | |
| 6.3.2. | Visión | |
| 6.4. | Políticas | |
| 6.5. | Valores | 182 |
| 6.6. | Principios | 183 |
| 6.7. | Estructura organizativa | 184 |
| 6.8. | Estructura funcional | 185 |
| 6.8.1. | Accionistas | |
| 6.8.2. | Gerente general | 186 |
| 6.8.3. | Secretaria | 187 |
| 6.8.4. | Contador | 188 |
| 6.8.5. | Jefe de producción | 189 |
| 6.8.6. | Operarios | 190 |
| 6.8.7. | Vendedoras | 191 |

CAPÍTULO VII
IMPACTOS

| NÚM. | TEMA | PÁG. |
|-------------|---------------------|-------------|
| 7. | Impactos | 192 |
| 7.1. | Impacto económico | 193 |
| 7.2. | Impacto empresarial | 194 |
| 7.3. | Impacto ambiental | 196 |
| 7.4. | Impacto social | 197 |
| 7.5. | Impacto educativo | 198 |
| 7.6. | Impacto general | 199 |

| | TEMA | PÁG. |
|--|------------------------|-------------|
| | Conclusiones | 201 |
| | Recomendaciones | 203 |
| | Abreviaturas | 205 |
| | Fuentes de información | 208 |
| | Anexos | 210 |

ÍNDICE DE TABLAS

| NÚM. | TEMA | PÁG. |
|------|--|------|
| 1 | Relación diagnóstica | 13 |
| 2 | Tienda de manualidades | 20 |
| 3 | Manualidades | 21 |
| 4 | Tiempo de operación | 22 |
| 5 | Edades clientes | 23 |
| 6 | Frecuencia de adquisición carteras | 24 |
| 7 | Costo de distribución carteras | 25 |
| 8 | Frecuencia de adquisición fómix | 26 |
| 9 | Costo de distribución de fómix | 27 |
| 10 | Frecuencia de adquisición tapetes | 28 |
| 11 | Costo de distribución tapetes | 29 |
| 12 | P.E.S.T | 30 |
| 13 | A.O.O.R. | 31 |
| 14 | Características de las lanas | 39 |
| 15 | Matriz del estudio de mercado | 57 |
| 16 | Preferencias del cliente carteras | 63 |
| 17 | Preferencias del material | 64 |
| 18 | Ocasiones en el uso de carteras | 65 |
| 19 | Frecuencia de adquisición de carteras | 66 |
| 20 | Rango de precios de carteras | 67 |
| 21 | Preferencia de adquisición de tapetes | 68 |
| 22 | Uso de tapetes | 69 |
| 23 | Preferencia de los modelos de tapetes | 70 |
| 24 | Frecuencia de adquisición de tapetes | 71 |
| 25 | Rango de precios de tapetes | 72 |
| 26 | Preferencia de adquisición de fómix | 73 |
| 27 | Preferencia de los modelos de fómix | 74 |
| 28 | Frecuencia de adquisición de fómix | 75 |
| 29 | Rango de precios de fómix | 76 |
| 30 | Lugares de adquisición de manualidades | 77 |
| 31 | Calidad del producto | 78 |
| 32 | Demanda de carteras | 81 |
| 33 | Demanda de tapetes | |
| 34 | Demanda de figuras de fómix | 82 |
| 35 | Determinación de la producción diaria carteras | 83 |
| 36 | Determinación de la producción diaria tapetes | |
| 37 | Determinación de la producción diaria fómix | 84 |
| 38 | Demanda total de productos | |
| 39 | Demanda anual de carteras | 86 |

| | | |
|----|--|-----|
| 40 | Demanda anual de tapetes | 87 |
| 41 | Demanda anual de fómix | 88 |
| 42 | Productos de la competencia | 89 |
| 43 | Total oferta de manualidades | |
| 44 | Oferta anual de carteras | 90 |
| 45 | Oferta anual de tapetes | |
| 46 | Oferta anual de fómix | 91 |
| 47 | Balance oferta-demanda de carteras | |
| 48 | Balance oferta-demanda de tapetes | |
| 49 | Balance oferta-demanda de figuras de fómix | 92 |
| 50 | Proyección producto carteras | |
| 51 | Proyección producto tapetes | |
| 52 | Proyección producto figuras de fómix | 93 |
| 53 | Precio promedio de los productos | 94 |
| 54 | Precios fijados por la microempresa | 95 |
| 55 | Unidad de producción diaria | 97 |
| 56 | Factores de escala | 104 |
| 57 | Matriz de evaluación | |
| 58 | Matriz de ponderación | 106 |
| 59 | Instalaciones de la microempresa | 110 |
| 60 | Materiales de producción | 133 |
| 61 | Muebles y enseres | 134 |
| 62 | Equipo de computación | |
| 63 | Equipo de oficina | 135 |
| 64 | Resumen de inversiones fijas | |
| 65 | Inversiones diferidas | 136 |
| 66 | Arrendamiento inmueble | |
| 67 | Capital de trabajo | 137 |
| 68 | Estructura de la inversión | 139 |
| 69 | Proyección de ingresos | 140 |
| 70 | Rendimiento final de materia prima producto cartera | 141 |
| 71 | Rendimiento final de materia prima producto tapetes | 142 |
| 72 | Rendimiento final de materia prima producto figuras de fómix | |
| 73 | Costo de producción por unidades | |
| 74 | Costo de materia prima e insumos | 143 |
| 75 | Variación de sueldos y salarios | |
| 76 | Requerimiento mano de obra | 144 |
| 77 | Sueldo mensual operarias | |
| 78 | Sueldos anuales operarias | |
| 79 | Materiales indirectos | 145 |
| 80 | Servicios básicos producción | |

| | | |
|-----|---|-----|
| 81 | Mantenimiento maquinaria | |
| 82 | Resumen costo de producción | 146 |
| 83 | Sueldo administrativo mensual | 147 |
| 84 | Proyección del costo total sueldos de administración | |
| 85 | Servicios profesionales | 148 |
| 86 | Servicios básicos administración | |
| 87 | Suministros de oficina | 149 |
| 88 | Insumos de limpieza | 150 |
| 89 | Mantenimiento equipo de computación | |
| 90 | Resumen de gastos administrativo | 151 |
| 91 | Sueldo básico mensual ventas | |
| 92 | Proyección del costo total de sueldo en ventas | 152 |
| 93 | Publicidad | |
| 94 | Servicio básico ventas | 153 |
| 95 | Resumen gasto de ventas | |
| 96 | Financiamiento | |
| 97 | Gastos financieros | 155 |
| 98 | Depreciación | |
| 99 | Gastos diferidos | 156 |
| 100 | Resumen costos y gastos | |
| 101 | Balance general | 157 |
| 102 | Estado de resultados proyectado | 158 |
| 103 | Estado de flujo de efectivo proyectado | 159 |
| 104 | Tasa de redescuento | 160 |
| 105 | Valor actual neto | 161 |
| 106 | Recuperación de la inversión | 162 |
| 107 | Costo beneficio | 163 |
| 108 | Determinación de costos punto de equilibrio | 164 |
| 109 | Determinación del punto de equilibrio producto carteras | 165 |
| 110 | Producto tapetes | 166 |
| 111 | Producto figuras de fómix | 167 |
| 112 | Evaluación de la inversión | 168 |
| 113 | Matriz de impactos | 192 |
| 114 | Impacto económico | 193 |
| 115 | Impacto empresarial | 194 |
| 116 | Impacto ambiental | 196 |
| 117 | Impacto social | 197 |
| 118 | Impacto educativo | 198 |
| 119 | Impacto general | 199 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| NÚM. | TEMA | PÁG. |
|-------------|--|-------------|
| 1 | Ubicación geográfica | 7 |
| 2 | Arte en San Antonio de Ibarra | 10 |
| 3 | Encuesta tienda de manualidades | 21 |
| 4 | Tiempo de operación | 22 |
| 5 | Edades de clientes | 23 |
| 6 | Frecuencia de adquisición de carteras | 24 |
| 7 | Costo de distribución de carteras | 25 |
| 8 | Frecuencia de adquisición de fómix | 26 |
| 9 | Costo de distribución fómix | 27 |
| 10 | Frecuencia de adquisición tapetes | 28 |
| 11 | Costo de distribución de tapetes | 29 |
| 12 | Aceptación del producto | 63 |
| 13 | Preferencia del material del producto | 64 |
| 14 | Ocasiones en el uso de las carteras | 65 |
| 15 | Frecuencia de compra de carteras | 66 |
| 16 | Rango de precios de las carteras | 67 |
| 17 | Preferencia de adquisición de tapetes | 68 |
| 18 | Uso de los tapetes | 69 |
| 19 | Diseño de los tapetes | 70 |
| 20 | Frecuencia de adquisición de los tapetes | 71 |
| 21 | Rango de precios de los tapetes | 72 |
| 22 | Preferencia de adquisición de los fómix | 73 |
| 23 | Modelos de fómix | 74 |
| 24 | Frecuencia de adquisición de figuras de fómix | 75 |
| 25 | Rango de precios de las figuras de fómix | 76 |
| 26 | Lugares de adquisición de las manualidades | 77 |
| 27 | Calidad del producto | 78 |
| 28 | Mapa político de Imbabura | 100 |
| 29 | Parroquias de Ibarra | |
| 30 | Parroquia San Antonio de Ibarra | 101 |
| 31 | Distribución de las áreas | 111 |
| 32 | Proceso de producción de carteras | 113 |
| 33 | Flujograma del proceso de adquisición de materiales | 114 |
| 34 | Flujograma del proceso de producción de carteras | 115 |
| 35 | Flujograma del proceso de comercialización de carteras | 116 |
| 36 | Proceso de producción de tapetes | 118 |

| | | |
|----|--|-----|
| 37 | Flujograma del proceso de adquisición de materiales | 119 |
| 38 | Flujograma del proceso de producción de tapetes | 120 |
| 39 | Flujograma del proceso de comercialización de tapetes | 121 |
| 40 | Proceso de producción de figuras de fómix | 123 |
| 41 | Flujograma del proceso de adquisición de materiales | 124 |
| 42 | Flujograma del proceso de producción de figuras de fómix | 125 |
| 43 | Flujograma del proceso de comercialización de figuras de fómix | 126 |
| 44 | Material de madera telar maya | 128 |
| 45 | Material de acero ganchillo tunecino | |
| 46 | Material adornos | 129 |
| 47 | Material agujas | |
| 48 | Material agujones para tejer | 130 |
| 49 | Material agujetas para tejer | |
| 50 | Material tijeras | 131 |
| 51 | Material velas de cera | |
| 52 | Material repujadores de fómix | 132 |
| 53 | Material moldes de madera | |
| 54 | Estructura de la inversión | 140 |
| 55 | Punto de equilibrio producto carteras | 165 |
| 56 | Producto tapetes | 166 |
| 57 | Producto figuras de fómix | 167 |
| 58 | Logotipo | 169 |
| 59 | Organigrama estructural | 184 |

INTRODUCCIÓN

En una amplia y verde planicie a los pies del Volcán Imbabura, se encuentra ubicada Imbabura o Provincia Azul, cuya belleza escénica de lagunas de su entorno natural producen en el visitante la sensación de la presencia divina, diseñando y dibujando armoniosamente los espectaculares parajes de la Ciudad Blanca y de su ámbito cantonal.

La riqueza cultural expresada a través de las diferentes manifestaciones de sus habitantes la hace inconfundible dentro de una provincia rica en identidad.

El Cantón Ibarra, se encuentra ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del país; entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas.

La misma que se encuentra constituida por cinco parroquias urbanas que se detallan a continuación: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato y conformada por siete parroquias rurales que son: Ambuquí, La Carolina, Lita, Salinas, San Antonio de Ibarra, La Esperanza y Angochagua.

- ANTECEDENTES

San Antonio fue creado civilmente el 24 de marzo de 1693, más de un siglo después de su nacimiento. Es un pueblo ecuatoriano, consta entre los destinos turísticos que se destacan en la denominada Provincia de los Lagos Imbabura, debido a su potencial artístico y artesanal.

Las artesanías y la escultura forman parte de la cultura y tradición de San Antonio de Ibarra. En 1980 comienza la actividad artesanal en la ciudad con la creación del Liceo Artístico, donde se impartía conocimientos y práctica en pintura, escultura, tallado, y carpintería.

Uno de los personajes más destacados de San Antonio de Ibarra fue Daniel Reyes, que en 1868 después del terremoto de Ibarra, se inicia desde niño como un ayudante de los escultores que vinieron desde Quito para restaurar las valiosas piezas de arte de templos e iglesias destruidas, es ahí donde se nace el espíritu sobre esta pasión, que luego lo convertirá en un referente nacional y en un personaje icono de la identidad sanantonense, debido a su talento y entrega por el arte.

Ahora es fácil disfrutar de lo que significa la expresión pictórica y conocer la calidad y creatividad de hábiles pintores y escultores en la calle Ramón Teanga, llamada también la "CALLE DEL ARTE". Si gusta lo monumental, las enormes figuras elaboradas en hormigón, cemento o piedra, dan cuenta de la calidad de estos singulares artesanos ibarreños.

Cuna de hábiles artesanos cuyas esculturas de tamaño natural se levantan y dan la bienvenida a los visitantes nacionales y extranjeros.

El clima de la parroquia es frío en la parte alta del páramo que se encuentra desde los 2,800 hasta los 4,620 msnm, y templado correspondiente al centro poblado 2,040 msnm hasta los 2,800; su temperatura promedio es de 9,8 en la parte alta y alcanza los 17° C en la parte baja.

La altura se encuentra entre los 2,040 msnm y 4,620 msnm (metros sobre nivel del mar).

Los habitantes de San Antonio sobresalen y dan a conocer todo ese amor y pasión que manifiestan por su trabajo, a través de grandiosas piezas de arte que se exponen y son apreciadas tanto dentro como fuera del Ecuador.

San Antonio de Ibarra se caracteriza por sus atractivos turísticos tales como:

Sector artesanal

El turismo se basa especialmente en la habilidad y destreza que tienen los artesanos, que con sus recursos naturales crean maravillosos objetos en madera, piedra, cobre, escultura en cemento; acabados en diferentes aplicaciones de la pintura, policromía y que luego son expuestos al turista nacional y extranjero.

Existen varias categorías artísticas, entre ellas:

Tallados y esculturas en madera; Tallados en piedra, Tejidos y Cerámicas en Tanguarín.

Sector turístico

Los campos de San Antonio de Ibarra rodean al majestuoso Volcán Taita Imbabura, es fuente del turismo por sus artesanías y recursos naturales.

La parroquia cuenta con una belleza escénica por su flora y fauna, aparte de los recursos culturales e históricos que se reflejan en la vocación artística y artesanal de sus habitantes.

La Asamblea Nacional exhorto al Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Cultura y del Instituto del Patrimonio Cultural, para que la Parroquia de San Antonio de Ibarra sea declarada Patrimonio Cultural y se destine los recursos de manera preferente para garantizar que la parroquia mantenga su memoria histórica y desarrolle su cultura.

El acuerdo demanda también a los Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración y de Turismo que promuevan la actividad artística y artesanal de la Parroquia en diferentes eventos culturales, ferias y exposiciones locales e internacionales.

En la actualidad la parroquia recibe a visitantes tanto nacionales como extranjeros; según la Junta parroquial 150 turistas aproximadamente llegan por semana, ellos se maravillan con las artesanías que se elaboran, los muebles que se fabrican, es por eso que se ha visto la necesidad de ofertar manualidades elaboradas a base de lana, colita de

rata y ratón como: carteras, bolsos que son artículos de uso en la moda de la mujer ecuatoriana, tapetes que sirven de adornos para los muebles que se exponen en los diferentes almacenes, figuras de fómix en distintos diseños que están al agrado de todas las personas.

Además esto servirá como alternativas de compra a los turistas que observan las manualidades ofertadas en San Antonio de Ibarra, la parroquia no cuenta con un local de venta, exposición y comercialización de manualidades elaboradas de manera artesanal y con un acabado fino al gusto de todos los clientes nacionales como internacionales ya que la parroquia es centro turístico visitado todos los días de la semana incrementándose la actividad turística en los días feriados.

- JUSTIFICACIÓN

San Antonio de Ibarra se encuentra ubicado en la Provincia de Imbabura a 6km de la capital provincial, vía panamericana sur.

Dentro de esta riqueza turística se encuentra situado la parroquia, tierra de grandes emprendedores, luchadores y forjadores de sueños.

Los habitantes de San Antonio de Ibarra sobresalen y dan a conocer sus habilidades artísticas por su trabajo, a través de grandiosas piezas de arte en madera que se exponen y son apreciadas por los turistas.

Ofreceremos una gran variedad de manualidades, elaboradas por manos de mujeres sanantonenses y esta actividad comercial está destinada para que las trabajadoras cuenten con un ingreso económico fijo que beneficiará a los miembros de su hogar.

Las manualidades que serán expuestas al público son: tapetes para decoración de muebles, carteras y bolsos que tendrán un acabado de cuero dándole un toque de calidad al producto para que las mujeres los luzcan como accesorios de su vestuario, así como también los adornos en fómix para decoración del hogar.

Teniendo conocimiento de la carencia de estos productos en la parroquia se ha tomado la iniciativa de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de manualidades elaborados a base de lana, colita de ratón y figuras de fómix, ubicada en la parroquia San Antonio de Ibarra, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, ya que a muchas personas les fascinan estos tipos de manualidades que son elaborados de manera artesanal dando un toque diferente y atractivo al visitante.

Otro punto de vista importante es la economía que significa la inversión de cierta cantidad de dinero para la elaboración de las manualidades en cualquier tipo de modelo que se desee.

Los beneficios que ofrecerá esta iniciativa será la oferta de nuevas plazas de empleo a las mujeres de San Antonio de Ibarra; rescatando sus habilidades y destrezas, con ello se apoyará a la economía de las familias del sector; de la misma manera ayudando a que la Parroquia sea más atractiva para los turistas.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

- OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de manualidades elaborados a base de lana, colita de ratón y figuras de fómix, ubicada en la parroquia San Antonio de Ibarra, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar el diagnóstico situacional para determinar la ubicación geográfica del negocio con la matriz AOOD que me permita fundamentar la ejecución del presente estudio.
2. Desarrollar las bases teóricas-científicas mediante la investigación bibliográfica y lincográfica que permita fundamentar la ejecución del presente estudio.
3. Elaborar un estudio de mercado que permita determinar la oferta y la demanda para conocer las necesidades de los posibles clientes definiendo gustos y preferencias.
4. Estructurar el estudio técnico organizacional de la microempresa que permita delimitar las bases de la estructura del giro del negocio.
5. Efectuar un estudio económico-financiero que permita determinar la rentabilidad y el capital de inversión.
6. Diseñar el manual administrativo-financiero que delimite las funciones del negocio.
7. Determinar los principales impactos sociales, económicos, ambientales, empresariales y educativos que genera el desarrollo de las actividades para la fabricación de las manualidades.

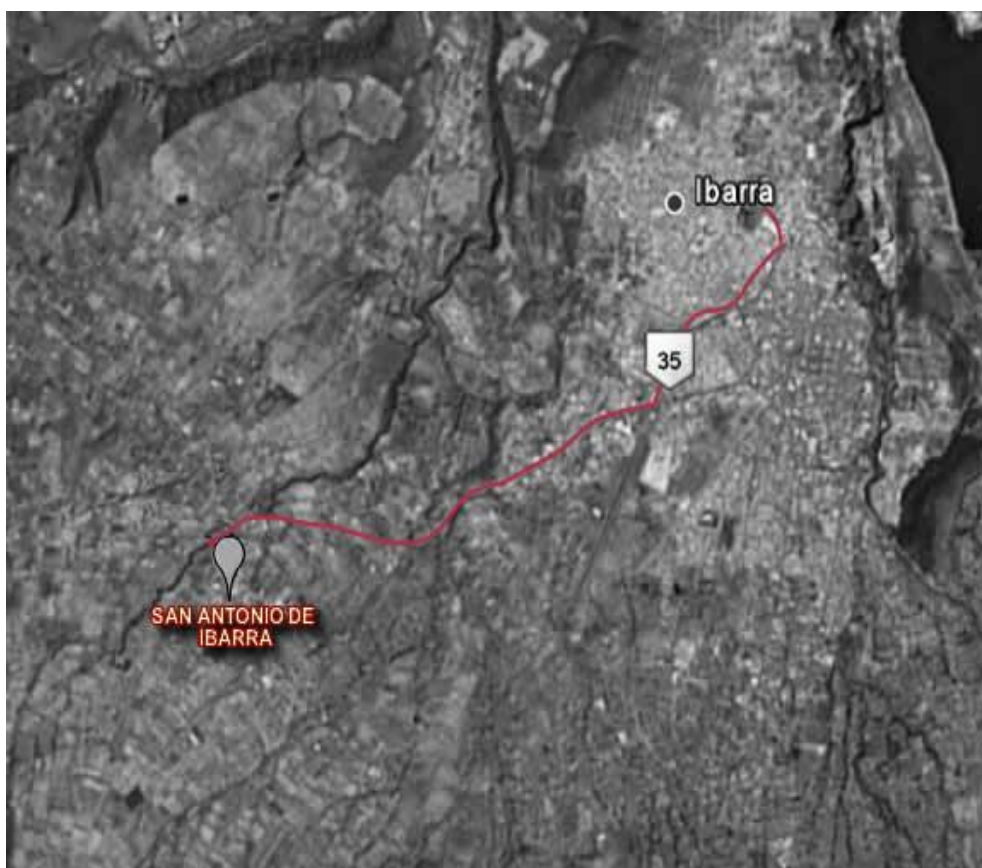
CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

GRÁFICO N° 1

UBICACIÓN GEOGRÁFICA



FUENTE: GAD. JUNTA PARROQUIAL DE SAN ANTONIO DE IBARRA

ELABORADO: LAS AUTORAS

En la provincia de Imbabura, se ubica el Cantón Ibarra que es la Capital de la Provincia Azul, cuya belleza escénica de lagunas en su entorno natural producen en el visitante la sensación de la presencia divina, diseñando y dibujando armoniosamente los espectaculares parajes de la Ciudad Blanca y de su ámbito cantonal.

Dentro de Ibarra se encuentra ubicada la parroquia de San Antonio de Ibarra a 6 Km de la capital provincial vía a la panamericana sur, ocupa una superficie de 29, 07 Km², la misma que cuenta con 17.522 habitantes (Según censo INEC del 2010) distribuidos en los distintos barrios que a continuación se detallan: San Antonio de Ibarra (barrio-cabecera), Tanguarín, Santa Isabel, Santo Domingo, Las Lomas, Bellavista, Buena Vistas, Chorlaví, Barrio Montenegro, Natabuela Baja del sector.

San Antonio de Ibarra fue creado civilmente el 24 de marzo de 1693, más de un siglo después de su nacimiento. Es un pueblo ecuatoriano, consta entre los destinos turísticos que destacan a la denominada Provincia de los Lagos Imbabura, debido a su potencial artístico y artesanal.

Las artesanías y la escultura forman parte de la cultura y tradición de San Antonio de Ibarra. En 1980 comienza la actividad artesanal en la parroquia con la creación del Liceo Artístico, donde se impartía conocimientos y práctica en pintura, escultura, tallado y carpintería.

Uno de los personajes más destacados de San Antonio de Ibarra fue Daniel Reyes, que en 1868 después del terremoto de Ibarra, se inicia desde niño como un ayudante de los escultores que vinieron desde Quito para restaurar las valiosas piezas de arte de templos e iglesias destruidas por aquel desastre natural, es ahí donde nace el espíritu sobre esta pasión, que luego lo convertiría en un referente nacional y en un personaje ícono de la identidad sanantonense, debido a su talento, habilidad y entrega por el arte.

En San Antonio de Ibarra se revive la historia de nuestros antepasados con los hallazgos de las diferentes piezas arqueológicas encontradas en el barrio "Moras", los habitantes de este importante sector han encontrado varias piezas arqueológicas auténticas en la tola "Huataviro"; hallazgo que ha logrado llamar la atención a propios y extraños en nuestro país. Se ha realizado el inventario de todos los bienes encontrados, para su posterior entrega al Ministerio Coordinador de Patrimonio Cultural hasta la

construcción de un museo en donde se exhibirán todas las muestras arqueológicas.

Rodeado por todo el esplendor de la naturaleza, donde sus campos cubren como una alfombra de colores vivos al majestuoso Volcán Taita Imbabura, que con sus 2,040 msnm y 4,620 msnm (metros sobre nivel del mar) se impone ante el firmamento y acoge en sus faldas a este pueblo lleno de espacios y lugares que provocan recorrerlos y contemplarlos por siempre.

La Parroquia encierra una gran belleza escénica, de flora y fauna, además de sus recursos culturales e históricos que se reflejan en la vocación artístico-artesanal de sus habitantes y en las tradiciones y costumbres que son parte de la identidad de la parroquia.

La Asamblea Nacional exhorto al Gobierno, a través del Ministerio de Cultura y del Instituto del Patrimonio Cultural, para que la Parroquia de San Antonio de Ibarra sea declarada Patrimonio Cultural y se destine los recursos de manera preferente y se impulse para garantizar que la parroquia mantenga su memoria histórica y desarrolle su cultura.

El acuerdo demanda también a los Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración y de Turismo que promuevan la actividad artística y artesanal de la parroquia realizando diferentes eventos culturales, ferias y exposiciones locales e internacionales.

El turismo en San Antonio de Ibarra, está basado especialmente en las habilidades y destrezas de los artesanos, que con sus Recursos Naturales crean maravillosas esculturas.

En la actualidad la parroquia recibe alrededor de 100 a 200 visitantes tanto nacionales como extranjeros; ellos se maravillan con las artesanías que se elaboran y los muebles que se fabrican, es por eso que se ha visto la necesidad de ofertar manualidades elaboradas a base de lana, colita de rata y ratón como: carteras, bolsos y tapetes que sirven de adornos para

los muebles que se exponen en los diferentes almacenes, figuras de fómix en distintos diseños que están al agrado de todas las personas.

Además esto servirá como alternativas de compra a los turistas que observan las manualidades ofertadas en San Antonio de Ibarra, la parroquia no cuenta con un local de venta, exposición y comercialización de manualidades elaboradas de manera artesanal y con un acabado fino al gusto de todos los clientes nacionales como internacionales ya que la parroquia es centro turístico visitado todos los días de la semana incrementando la actividad turística los días feriados.

GRÁFICO N° 2

ARTE EN SAN ANTONIO DE IBARRA



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

- OBJETIVO GENERAL

Realizar el diagnóstico situacional para determinar la ubicación geográfica del negocio con la matriz AOOD (Variables Amenaza, Oportunidad, Oponente y Riesgo) que me permita fundamentar la ejecución del presente estudio.

- **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ❖ Identificar la forma de comercialización de las manualidades elaboradas en la microempresa.
- ❖ Conocer el proceso de producción de los diferentes diseños y modelos de las manualidades.
- ❖ Establecer el nivel de desarrollo socio-económico de la parroquia de San Antonio de Ibarra.
- ❖ Analizar el crecimiento productivo y poblacional de la parroquia.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

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

- **VARIABLES**

- ❖ Comercialización.
- ❖ Proceso de producción.
- ❖ Nivel de desarrollo socio-económico.
- ❖ Crecimiento productivo y poblacional.

1.4. INDICADORES

- **VARIABLES DE COMERCIALIZACIÓN**

- ❖ Preferencia del producto.
- ❖ Lugar de exposición y venta.
- ❖ Precio a pagar.

1.5. VARIABLES DE PROCESO DE PRODUCCIÓN

- ❖ Conocimiento de la elaboración de las manualidades.
- ❖ Manejo de costos.
- ❖ Rendimiento de la producción.
- ❖ Destino de la producción.
- ❖ Calidad del producto.

1.6. VARIABLE NIVEL DEL DESARROLLO SOCIO-ECONÓMICO

- ❖ Aspectos de la ubicación.
- ❖ Clima.
- ❖ Educación.
- ❖ Nivel organizativo.

1.7. VARIABLE DEL CRECIMIENTO PRODUCTIVO Y POBLACIONAL

- ❖ Actividades artesanales y turísticas.
- ❖ Ingreso de la población (ingreso per cápita).

1.8. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

TABLA Nº 1
RELACIÓN DIAGNÓSTICA

| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | VARIABLES | INDICADORES | TÉCNICAS | INFORMACIÓN |
|---|-----------------------|--|-----------------------|-----------------------|
| Identificar la forma de comercialización de las manualidades elaboradas en la microempresa. | Comercialización | Preferencia del producto | Encuesta | Primaria |
| | | Lugar de exposición y venta | Encuesta | Primaria |
| | | Precio a pagar | Encuesta y Entrevista | Primaria y Secundaria |
| Conocer el proceso de producción de los diferentes diseños y modelos de las manualidades. | Proceso de producción | Conocimiento de la elaboración de las manualidades | Encuesta y Entrevista | Primaria y Secundaria |
| | | Manejo de costos | Encuesta | Primaria |
| | | Rendimiento de la producción | Encuesta | Primaria |
| | | Destino de la producción | Encuesta | Primaria |
| | | Calidad del producto | Encuesta y Entrevista | Primaria y Secundaria |

| | | | | |
|--|---|--|-----------------------|-----------------------|
| Establecer el nivel de desarrollo socio-económico de la parroquia de San Antonio de Ibarra. | Desarrollo socio-económico | Aspecto de la ubicación | Entrevista | Primaria |
| | | Clima | Encuesta y Entrevista | Primaria y Secundaria |
| | | Educación | Encuesta y Entrevista | Primaria y Secundaria |
| | | Nivel organizacional | Entrevista | Primaria |
| Analizar el crecimiento productivo y poblacional de la parroquia. | Crecimiento productivo y poblacional | Actividad artesanal y turística | Entrevista | Primaria |
| | | Ingreso de la población (ingreso per cápita) | Encuesta y Entrevista | Primaria y Secundaria |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

1.9. MECÁNICA OPERATIVA

- IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

El presente diagnóstico motivo de investigación queda identificada de la siguiente manera:

1.9.1. POBLACIÓN SEGMENTADA

Para el desarrollo de la siguiente investigación según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), se debe tomar como población segmentada a las mujeres de 18 a 60 años de edad que habitan en el área urbana de la parroquia de San Antonio de Ibarra, además se cuenta con la llegada de turistas a la parroquia los mismos que poseen un poder adquisitivo, de estas personas se tomó una muestra representativa para realizar las encuestas investigativas correspondientes.

Según el censo del año 2010 existen 4.799 habitantes que se encuentran dentro de este segmento poblacional en la parroquia, según los datos de la Junta Parroquial es de 100 a 200 turistas que llegan por semana.

Para el año 2013 se realizó una proyección considerando la tasa de crecimiento poblacional que según datos del INEC es del 2,50% anual, dando como resultado una población aproximada de 4.923 habitantes.

La fórmula de cálculo es la siguiente:

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

Dónde:

P_p: Población futura.

P_b: Población Básica.

I: Tasa de Crecimiento Poblacional.

N: Número de años.

P_p= 4.799 (1+0,0250) 1

P_p= 4.923

Además en el presente proyecto de investigación se puede identificar como posibles proveedores de materia prima a comerciantes nacionales para la adquisición de lanas, crojeth al por mayor y menor a los cuales se aplicará una encuesta, en la ciudad de Ibarra actualmente existen 8 locales comerciales de acuerdo a los permisos de funcionamiento emitidas por la Ilustre Municipalidad y Tenencias Políticas, los mismos que colaboraron con información para la investigación de la presente tesis.

Finalmente se utilizó información bibliográfica de libros, revistas y lincografía del internet para el sustento de la información teórica-científica.

1.9.2. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra de posibles consumidores se empleó la población del área urbana de la parroquia de San Antonio entre 18 a 60 años.

Fórmula:

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

En donde:

N= Tamaño de la Muestra.

N= Tamaño de la Población.

Z= Nivel de confianza (95% dos colas) = 1.96

δ = Varianza 0.25

ε²= Nivel de error 5%

$$n = \frac{4799 * (1,96)^2 * 0,25}{(0,05)^2 (4799-1) + (1,96)^2 * 0,25}$$

$$n = \frac{4799 * (1,96)^2 * 0,25}{(0,05)^2 (4799-1) + (1,96)^2 * 0,25}$$

n= 234 encuestas

El resultado de la muestra fue de 234 habitantes del área urbana de la parroquia, a los que se les aplicó una encuesta formato estandarizado, utilizando una muestra al azar además se contará con la llegada de turistas a la parroquia los mismos que serán considerados posibles consumidores de nuestras manualidades.

1.9.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

- TÉCNICAS

Las técnicas que se empleó en el desarrollo de la presente investigación son los siguientes:

- ❖ Encuesta.
- ❖ Censo.
- ❖ Observación Directa.

- INSTRUMENTOS

Para la aplicación de las técnicas anteriormente mencionadas se empleó los siguientes instrumentos:

- ❖ Cuestionario de la encuesta.
- ❖ Consulta de la Información del Censo (INEC) del año 2010.
- ❖ Ficha de Observación.

1.9.4. DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1.9.4.1. INFORMACIÓN PRIMARIA

Las técnicas de información primaria que se utilizó fueron las encuestas aplicadas en la ciudad de Ibarra y la parroquia sanantonense; los instrumentos empleados fueron los cuestionarios prediseñados.

- ENCUESTA

Esta técnica permite recopilar información por lo que se realiza tres tipos de encuesta y una ficha de observación:

1. Encuesta dirigida a la población segmentada de mujeres de la parroquia.
2. Encuesta dirigida a los propietarios de los locales comerciales ubicados en la parroquia.
3. Elaboración de la ficha de observación.
4. Encuesta dirigida a los locales comerciales que elaboran las manualidades en la ciudad de Ibarra.

Esta técnica está dirigida a las habitantes mujeres de la parroquia comprendidos entre los 18 a 60 años de edad que son personas que tiene poder adquisitivo utilizando una muestra al azar y a los locales comerciales que se dedican a la producción y comercialización de manualidades y artesanías que se les aplicó la encuesta.

De los resultados de esta encuesta se determinó los gustos y las preferencias del consumidor, hábitos de compra y aceptación de las manualidades permitiendo establecer la factibilidad de crear la microempresa.

- ENTREVISTA

La entrevista se realizó a los propietarios de los locales comerciales que venden manualidades permitiendo conocer los procesos y requerimientos

de producción, recursos humanos y tecnológicos necesarios para poner en marcha la microempresa.

Véase el anexo N° 3 que se encuentra en la página N° 219, en donde se detallan las preguntas y respuestas que se obtuvo al aplicar la entrevista.

- FICHA DE OBSERVACIÓN

La ficha de observación se realizó a los diferentes locales comerciales de San Antonio de Ibarra permitiendo conocer los productos que venden así como también procesos y requerimientos de producción, recursos humanos y tecnológicos necesarios para la comercialización de las artesanías que se exhiben en la parroquia turística y se determinó que no existen locales que produzcan y comercialicen manualidades, además de que los propietarios de los locales nos indicaron que ellos podrían ser uno de los posibles consumidores de nuestras manualidades ya que nuestro producto tapetes y figuras de fómix brindarán un complemento al estilo de los muebles exhibidos en sus locales.

Véase el anexo N° 4 que se encuentra en la página N° 221, en donde se detallan los aspectos que se determinaron al aplicar la técnica de observación directa del entorno.

1.9.4.2. INFORMACIÓN SECUNDARIA

La presente investigación se sustentó en libros, revistas, documentos, información directa de las instituciones públicas y privadas e internet que aportarán al correcto desarrollo de la investigación.

Se recolecto la información necesaria para conocer cuáles son los precios, la calidad, los materiales con los que se elaboran las manualidades que se van a ofertar por nuestra microempresa.

Se realizó el debido análisis de desarrollo socio-económico del sector donde se va a ubicar el negocio.

La información que se recolectó es de fuentes documentales de instituciones públicas y privadas que se detallan a continuación:

- ❖ Documentos informativos de la Junta parroquial.
- ❖ Estadísticas actuales del INEC.

1.10. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

- RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LAS TIENDAS DE MANUALIDADES QUE SE ENCUENTRAN UBICADAS EN LA CIUDAD DE IBARRA

De las encuestas aplicadas se tuvo 9 preguntas, véase el Anexo N° 1 de la página N° 211, las mismas que se aplicaron a los 8 locales existentes en la ciudad de Ibarra de los cuales en tres locales comerciales no se logró aplicar la encuesta ya que los propietarios de dichos locales no nos proporciona la información que solicitábamos por lo que solo se aplicó a cinco negocios que se detallan a continuación:

TABLA N° 2
TIENDAS DE MANUALIDADES

| NÚM. | TIENDA DE MANUALIDADES | DIRECCIÓN |
|------|------------------------|---|
| 1 | Manualidades y más | Sánchez y Cifuentes y Pedro Moncayo |
| 2 | Novedades Lyly | Rafael Larrea Andrade 9-39 y Juan Francisco Cevallos. |
| 3 | Arte manual | Sucre entre Av. Pérez Guerrero y Colón |
| 4 | Parchecitos | Av. Teodoro Gómez de la Torre 6-48 y Bolívar |
| 5 | Sin Nombre | Luis Vargas Torres 1-19 y Av. Jaime Rivadeneira |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

1. ¿De las siguientes opciones qué manualidades ofrece su negocio?

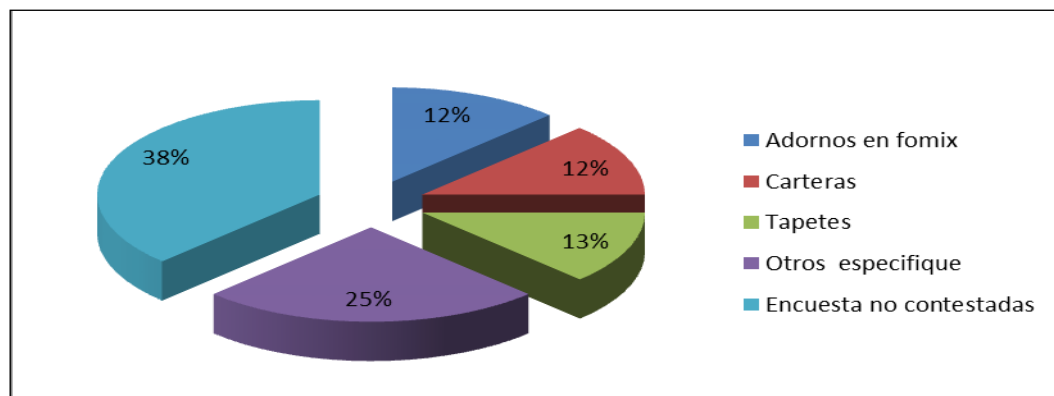
**TABLA Nº 3
MANUALIDADES**

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE | NEGOCIO 1 | NEGOCIO 2 | NEGOCIO 3 | NEGOCIO 4 | NEGOCIO 5 | NEGOCIO 6 | NEGOCIO 7 | NEGOCIO 8 |
|--------------------------------------|------------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Adornos en fómix | 1 | 13% | X | | X | | | | | |
| Carteras | 1 | 13% | X | | X | | | | | |
| Tapetes | 1 | 13% | | | | | | X | | |
| Otros especifique | 2 | 25% | X | X | X | | | X | X | |
| Encuesta no contestadas | 3 | 38% | | | | | | | | |
| Total de Negocios encuestados | 8 | 100% | | | | | | | | |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

**GRÁFICO Nº 3
ENCUESTA A TIENDA DE MANUALIDADES**



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis

El gráfico indica que la gran mayoría de locales de la Ciudad de Ibarra a las que se entrevistó poseen variedad de manualidades entre las cuales se encuentran los productos que nuestra microempresa pretende comercializar.

2. ¿Desde qué año su negocio ofrece estos productos? Seleccione una opción

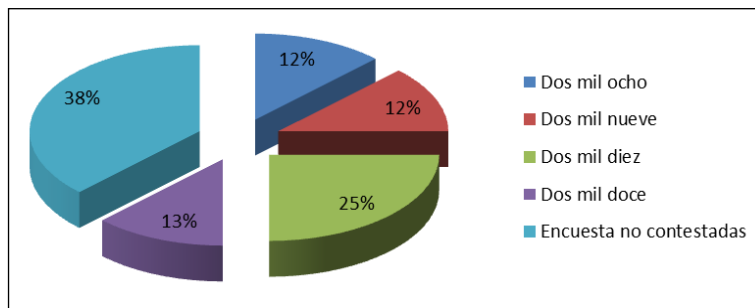
TABLA N° 4
TIEMPO DE OPERACIÓN

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------|------------|-------------|
| Dos mil ocho | 1 | 13% |
| Dos mil nueve | 1 | 13% |
| Dos mil diez | 2 | 25% |
| Dos mil doce | 1 | 13% |
| Encuesta no contestadas | 3 | 38% |
| | | |
| Total de Negocios encuestados | 8 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 4



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis

Analizando los resultados se define que estos negocios tienen un posicionamiento positivo en el mercado ya que la mayoría de los locales vienen funcionando desde el año 2.010 y el resto de los comercios iniciaron sus actividades desde los años 2008, 2009 y 2012 respectivamente.

3. ¿Entre qué edades se concentra la mayor parte de sus clientes?
 Seleccione una opción.

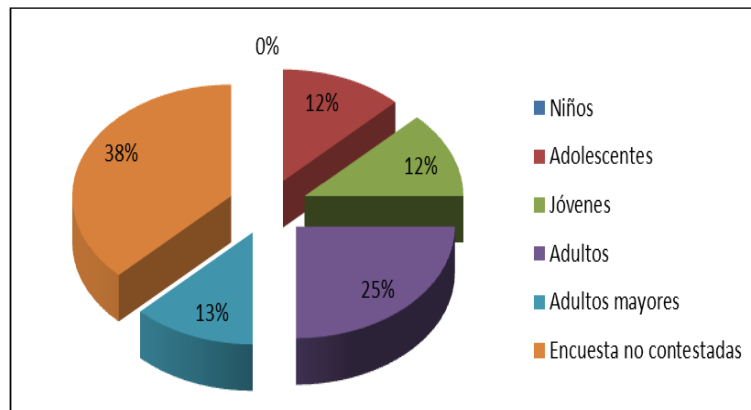
TABLA Nº 5
EDADES CLIENTES

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------------------|------------|-------------|
| Niños | 0 | 0% |
| Adolescentes | 1 | 13% |
| Jóvenes | 1 | 13% |
| Adultos | 2 | 25% |
| Adultos mayores | 1 | 13% |
| Encuesta no contestadas | 3 | 38% |
| | | |
| Total de Negocios encuestados | 8 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO Nº 5



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis

De la mayoría de los locales de manualidades sus potenciales clientes son adultos y en menor cantidad sus clientes son niños, adolescentes etc.

4. ¿Con qué frecuencia sus clientes adquieren las carteras que usted oferta en su negocio? Seleccione una opción.

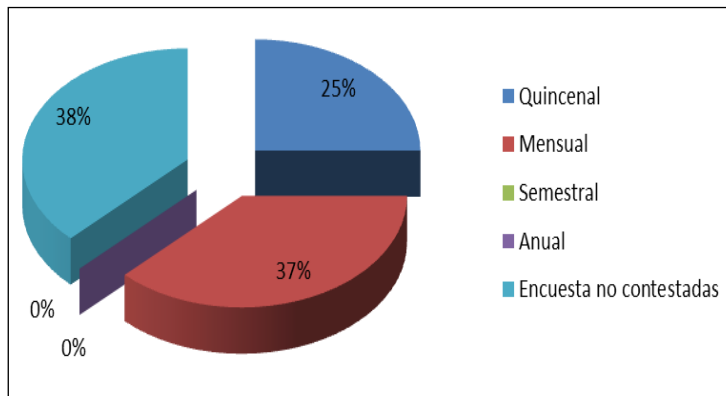
TABLA N° 6
FRECUENCIAS DE ADQUISICIÓN CARTERAS

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------------------|------------|-------------|
| Quincenal | 2 | 25% |
| Mensual | 3 | 38% |
| Semestral | 0 | 0% |
| Anual | 0 | 0% |
| Encuesta no contestadas | 3 | 38% |
| | | |
| Total de Negocios encuestados | 8 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 6



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis

El gráfico muestra que la mayoría de los consumidores adquieren las carteras elaboradas a base de crojeth de manera mensual y en menor grado lo hacen de manera quincenal.

5. ¿Entre que costos distribuye usted las carteras? Seleccione una opción.

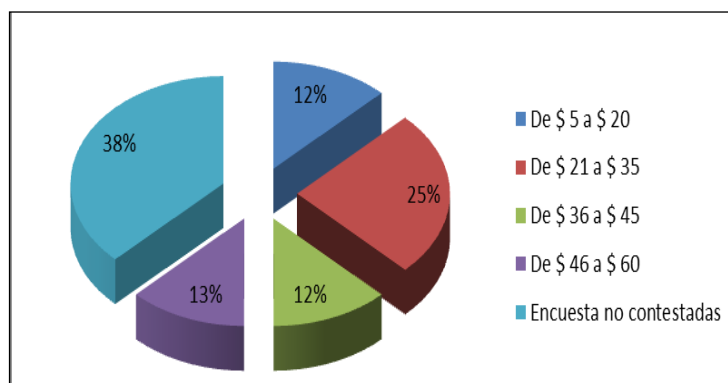
TABLA N° 7
COSTOS DISTRIBUCIÓN CARTERAS

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------------------|------------|-------------|
| De \$ 5 a \$ 20 | 1 | 13% |
| De \$ 21 a \$ 35 | 2 | 25% |
| De \$ 36 a \$ 45 | 1 | 13% |
| De \$ 46 a \$ 60 | 1 | 13% |
| Encuesta no contestadas | 3 | 38% |
| | | |
| Total de Negocios encuestados | 8 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 7



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis

El gráfico muestra que la mayoría de los locales tiene sus precios promedios de venta de las carteras entre los \$ 21.00 a \$ 35.00 dólares americanos, lo cual demuestra que las personas se encuentran en la capacidad de adquirirlos, así como también los adquieren con costos más bajos y altos que el promedio.

6. ¿Con que frecuencias sus clientes adquieren las figuras de fómix?
 Seleccione una opción

TABLA Nº 8

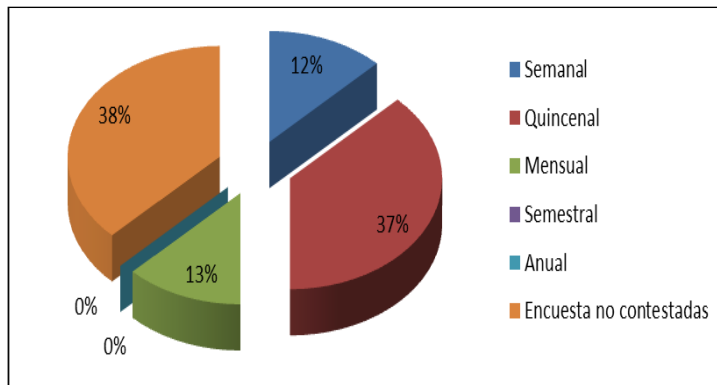
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN FÓMIX

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------------------|------------|-------------|
| Semanal | 1 | 13% |
| Quincenal | 3 | 38% |
| Mensual | 1 | 13% |
| Semestral | 0 | 0% |
| Anual | 0 | 0% |
| Encuesta no contestadas | 3 | 38% |
| | | |
| Total de Negocios encuestados | 8 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO Nº 8



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis

El gráfico muestra que la mayoría de los clientes adquieren las figuras de fómix de forma quincenal, otro porcentaje lo hace de forma semanal o mensual.

7. ¿Entre que costos distribuye usted las figuras de fómix? Seleccione una opción.

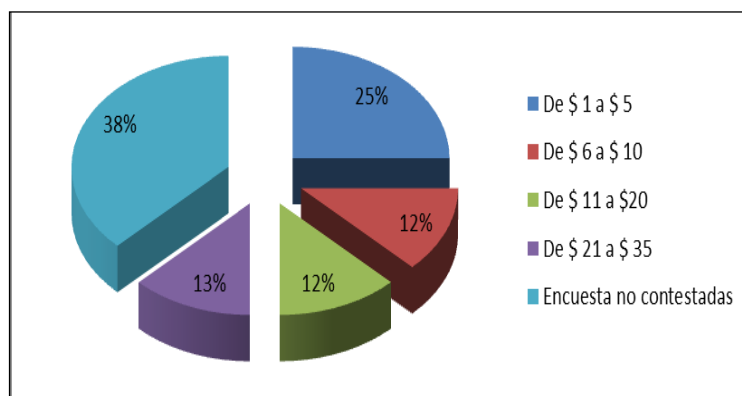
TABLA Nº 9
COSTOS DE DISTRIBUCIÓN DE FÓMIX

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------|------------|-------------|
| De \$ 1 a \$ 5 | 2 | 0,25 |
| De \$ 6 a \$ 10 | 1 | 0,13 |
| De \$ 11 a \$20 | 1 | 0,13 |
| De \$ 21 a \$ 35 | 1 | 0,13 |
| Encuesta no contestadas | 3 | 0,38 |
| | | |
| Total de Negocios encuestados | 8 | 1,00 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO Nº 9



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis

El gráfico muestra que en la mayoría de los locales los precios a los que comercializan las figuras de fómix se expenden entre \$ 1.00 a \$ 5.00 dólares americanos y en menor porcentaje se observa que los precios oscilan entre los \$ 6.00 hasta los \$ 35.00, esto significa que el producto tiene precios accesibles y los potenciales clientes los pueden adquirir.

8. ¿Con que frecuencia sus clientes adquieren los tapetes?
 Seleccione una opción.

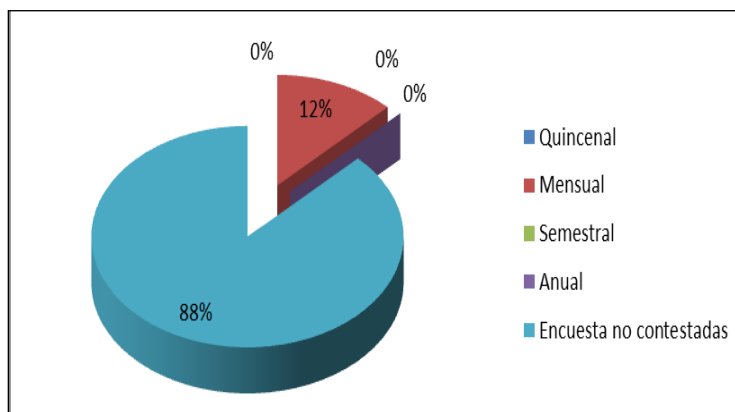
TABLA Nº 10
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN TAPETES

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------------------|------------|-------------|
| Quincenal | 0 | 0% |
| Mensual | 1 | 13% |
| Semestral | 0 | 0% |
| Anual | 0 | 0% |
| Encuesta no contestadas | 7 | 88% |
| | | |
| Total de Negocios encuestados | 8 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO Nº 10



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis

El gráfico muestra que la mayoría de los establecimientos encuestados no tienen entre sus productos de venta el tapete a excepción de un solo local que si los comercializa motivo por el cual menciona que la frecuencia de venta es de forma quincenal.

9. ¿Entre que costos distribuye usted los tapetes? Seleccione una opción.

TABLA N° 11

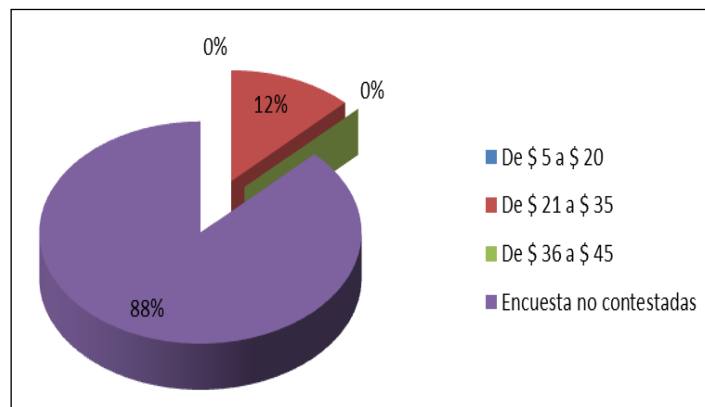
COSTO DE DISTRIBUCIÓN TAPETES

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------|------------|-------------|
| De \$ 5 a \$ 20 | 0 | 0,00 |
| De \$ 21 a \$ 35 | 1 | 0,13 |
| De \$ 36 a \$ 45 | 0 | 0,00 |
| Encuesta no contestadas | 7 | 0,88 |
| | | |
| Total de Negocios encuestados | 8 | 1,00 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 11



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis

El gráfico muestra que la mayoría de los establecimientos encuestados no tienen entre sus productos la venta del tapete a excepción de un solo local que si comercializa el mismo que hace referencia que los costos en los que distribuye los tapetes oscilan entre los \$21,00 a \$35, 00 dólares americanos.

1.11. MATRIZ DE RELACIÓN EXTERNA

PEST (VARIABLE POLÍTICA, ECONÓMICA, SOCIAL, TECNOLÓGICA Y ECOLÓGICA) DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.

TABLA Nº 12

Político, Económico, Social, y Tecnológico.

| POLITICO | ECONÓMICO |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ La legislación laboral se cumple a través de los controles que lo realiza el Ministerio de Relaciones Laborales. | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Promover niveles y relaciones entre las tasas de interés pasivas y activas que estimulen el ahorro nacional y el financiamiento de las actividades productivas. ❖ Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenible en el tiempo. ❖ Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales. ❖ Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia. ❖ Disponibilidad de formas de financiamiento a la microempresa. |
| SOCIO CULTURAL | LEGAL/ MEDIO AMBIENTAL |
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ La demografía total de la Ciudad de Ibarra es: Hombres 63.349 Mujeres 68.507 ❖ La PEA de la ciudad es: 63.870 ❖ El turismo es el sector más próspero de la Ciudad de Ibarra. | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Importancia de tener la licencia ambiental en las empresas. ❖ Implementación de los Proyectos de impactos ecológicos. ❖ Remediación ambiental a través del plan de contingencia. |
| TECNOLÓGICO | |
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ La tecnología que se use en la empresa debe estar en los estándares establecidos en la obtención de un producto de calidad. ❖ El uso de las redes sociales en el desempeño de las funciones de la empresa. ❖ A través de la tecnología se puede innovar. | |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

1.12. MATRIZ A.O.O.R. (VARIABLES AMENAZA, OPORTUNIDAD, Oponente y Riesgo)

TABLA N° 13

Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos

| ALIADOS | OPONENTES |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ Buena producción de manualidades. ❖ Venta del producto al contado ❖ Reinversión de las utilidades. ❖ Tecnología sencilla. ❖ Fácil acceso a insumos y materia prima. ❖ Ubicación Geográfica. ❖ Experiencia. | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Formación cultural egoísta e individualista. ❖ Altos costos de producción. ❖ Falta de mejoramiento del producto. ❖ Falta de asesoramiento por expertos. ❖ Falta de motivación. ❖ Falta de conocimiento de marco legal. |
| OPORTUNIDADES | RIESGOS |
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ Apertura de nuevos mercados. ❖ Incremento de la demanda. ❖ Aceptabilidad del producto en el mercado. ❖ Disponibilidad de mano de obra. ❖ Oferta de manualidades en el mercado. | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Variación de precios del producto en el mercado. ❖ Incremento permanente de los insumos de materia prima. ❖ Contrabando de productos. ❖ Políticas de estado cambiantes ❖ Alta tasa de interés en los créditos para las microempresas. |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

1.13. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Se llegó a determinar la oportunidad de inversión gracias a que la parroquia de San Antonio de Ibarra; declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad: es turística y que la única actividad económica que rige el mercado es la producción y comercialización de artesanías, tallados y la fabricación de muebles elaborados a base de madera; no existe una microempresa en la parroquia que brinde un producto con valor agregado como la comercialización de manualidades.

Por lo tanto el presente proyecto propone la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de manualidades en la parroquia, la misma que brinde productos de calidad, variedad de modelos, tamaños y colores que se han de exponer al cliente.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. LA MICROEMPRESA

La microempresa, es el conjunto organizado de recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, destinados a desarrollar actividades de producción, comercio o servicios, con la finalidad de obtener beneficios económicos y satisfacer las necesidades personales, familiares.

Proyecto SALTO/USAID (2008), define: “Una microempresa es un negocio personal o familiar que emplea hasta 10 personas, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios; además constituye una importante (la más importante) fuente de ingresos para el hogar. No se incluyen profesionales, técnicos medios, científicos, intelectuales, ni peones, ni jornaleros.”

La microempresa o los microempresarios buscan siempre la forma de iniciar negocio que luego se puede transformar en empresas sólidas, con un mercado ya explorado y consolidado por la misión de sus propietarios o administradores, que tiene la misión de seguir fortaleciendo sus negocio o empresa en el futuro.

Esto nos da una perspectiva que la gran mayoría de las microempresas son creadas por la necesidad de obtener o mejorar los ingresos familiares, tomando en consideración que la última década ha venido aumentando el desempleo en el país.

2.2. CARACTERÍSTICAS

La característica principal de la microempresa no es su tamaño, sino su diversidad, vulnerabilidad y también su potencialidad. La microempresa como unidad económica, posee ciertas características especiales que la distinguen de otra clase de empresas, como:

- ❖ La administración de la microempresa es independiente, por lo común, los gerentes son los propietarios del negocio.
- ❖ El capital de la microempresa generalmente es aportado por una persona o por un grupo pequeño de ellas.
- ❖ El radio de operación es local; los propietarios y empelados se ubican en la misma región.
- ❖ El tamaño relativo de la microempresa se relaciona con la industria en la cual se desenvuelve, es pequeña cuando se compara con unidades más grandes.

Según lo menciona en su libro: ANZOLA Sérvulo; “**Administración de pequeñas empresas**”, 2010, Pág. 15.

2.3. TIPOS DE EMPRESAS

La **ley de Compañías** (2012) en su “Art. 2. Menciona que hay cinco especies de Compañías de comercio, que se describe a continuación:

- ❖ La compañía en nombre colectivo;
- ❖ La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- ❖ La compañía 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”.

Los tipos de empresa son agrupaciones en los que se encuentran según la forma jurídica las unipersonales, sociedad colectiva, cooperativas, comanditarias, sociedad de responsabilidad limitada y sociedad anónima.

- COMPAÑÍA LIMITADA

SECCIÓN II DE LA COMPAÑÍA EN NOMBRE COLECTIVO en su Art 36 hace referencia a las DISPOSICIONES GENERALES:

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 añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

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, seguro, capitalización y ahorro.

El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil. Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

DEL CAPITAL En su Art. 43 menciona:

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

DE LA ADMINISTRACIÓN En su Art. 44 menciona:

La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no

podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los que participan a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

2.4. MANUALIDADES

“Las manualidades, en términos generales, son trabajos efectuados con las manos, con o sin ayuda de herramientas tecnológicas. También se denomina así a los trabajos manuales realizados como actividades escolares por los propios alumnos.

Generalmente se denomina así a aquellas labores en las que se busca una realización personal, una creatividad casera, o en la mayoría de los casos una forma de desconectar del trabajo o bien como entretenimiento para combatir el tedio o el aburrimiento”. PARADA Inés, en la pág. www.blancaineparada.blogspot.com.

2.4.1. MANUALIDADES EN LA ESCUELA

“Las manualidades o trabajos manuales son trabajos que realizan los niños en la escuela encaminados a mejorar su educación, desarrollar su motricidad, su coordinación, etc. Los trabajos manuales son actividades estéticas y físicas que realizan los niños ayudados de determinadas herramientas y utensilios. Consisten estos trabajos en plegar, trenzar, tejer, recortar, pegar, iluminar, picar y bordar tiras y cuadrados de papel o de otros materiales (cartón, cintas, telas, badana, paja, etc.) con lo que realizan los niños caprichosas y variadas combinaciones de formas y colores. Confeccionan sobres, hacen varias figuras comunes y de adorno, construyen y adornan cajas para diversos usos así como cestas, cuerpos sólidos y otros objetos, arman edificios y confeccionan flores y aun muebles en miniatura. A esto hay que añadir el dibujo y el modelado mediante el que los escolares hacen cuerpos geométricos, pequeños

monumentos arquitectónicos, figuras, frutas, etc. Requiere este método ejercicios prácticos que consisten en gran parte en hacer con las manos los trabajos manuales”. En manualidades de la pág. www.es.wikipedia.org.

- **MANUALIDADES EN EL MUNDO EMPRESARIAL**

Los artesanos al hacer manualidades son más creativos lo cual los ayuda a la hora de convertirse en empresarios. Un estudio concluyó que la creatividad empresarial está relacionada con la ventaja competitiva lo que significa que los empresarios creativos tienen más posibilidades de ser exitosos ya que al tener habilidades creativas se les ocurren ideas innovadoras y únicas. El empresario creativo es importante ya que permite que los artesanos desarrollen sus pequeños negocios y ayuden al desarrollo económico de su comunidad. Cuando estamos hablando de empresario creativo nos referimos a la manera de pensar de los artesanos para resolver sus problemas y estrategias competitivas para mercadear sus productos. Este concepto de creatividad les permite a los artesanos colaborar entre ellos mismos y desarrollar redes de trabajo, compartir ideas y mejorar sus industrias. Además pueden recibir colaboración de artistas, educadores, el gobierno y empresarios dentro de su comunidad. Una persona con creatividad empresarial es capaz de maximizar sus opciones y sus ganancias, es un buen planificador, optimiza el uso del tiempo, es innovador, se preocupa por la calidad y toma ideas de otros negocios exitosos.

2.4.2. BENEFICIOS DE LAS MANUALIDADES

“Las manualidades son una excelente alternativa que permite, al mismo tiempo pasar un buen momento junto a otra gente y enorgullecerte de tu creación artística. El desarrollo de la psico-motricidad fina, una mayor confianza en sí mismo, la expresividad de emociones y sentimientos, el desarrollo de la creatividad y distintas habilidades comunicacionales,

son sólo algunos de los beneficios de compartir juntos este tipo de actividades.

Una excelente forma de relajarte, aprender hermosas técnicas, disfrutar de hacer tus propias creaciones, mejorar tu autoestima y plasmar libremente tus creaciones..... Una maravillosa técnica para bajar estrés y depresión. La experiencia total de liberar el estrés por medio de las manualidades es un gran beneficio. Es sólo apartar una pequeña cantidad de tiempo cada día para trabajar en un proyecto”. DELGADO María, En una vida sana: los beneficios de las manualidades en la pág. [www. terapiasnaturalesmaria.blogspot.com](http://www.terapiasnaturalesmaria.blogspot.com).

2.4.3. TIPOS DE MANUALIDADES

A continuación se detallan algunos tipos de manualidades, sin el ánimo de ser exhaustivos, aunque algunas de ellas al comercializarse o mecanizarse, pasarían a denominarse artesanías en lugar de manualidades propiamente dichas.

Trabajos con cuerdas, plastilina, adornos de fómix, hojas prensadas y secas, entre otras,

Pirograbados, bordados, lana, colita de ratón, crojeth, tricot, punto de cruz, pintura sobre ceda, entre otras. En Usando mis manos: Tipos de Manualidades en la pág. [www. andrea-blogeducativo.blogspot.com](http://www.andrea-blogeducativo.blogspot.com).

2.5. LANA

La lana es un material artesanal, se trata de una fibra natural que se obtiene de animales como las ovejas, llamas, alpacas, vicuñas, cabras o conejos. El pelaje de estos animales se esquila y tras un proceso de elaboración se obtienen las lanas. La lana es especialmente conocida por sus facultades para mantener el calor corporal, por lo que suele usarse para la confección de prendas de vestir y complementos dedicados al invierno: sombreros, bufandas, guantes, calcetines.

Muchas manualidades utilizan la lana como parte importante en su proceso de fabricación. En definición de lana - en Artesanum en la pág. www.artesanum.com.

2.5.1. CARACTERÍSTICAS DE LAS LANAS

La clasificación de la lana se hace teniendo en cuenta una serie de características, de las cuales las más importantes son: finura, longitud, regularidad en el grado de ensortijado y uniformidad, resistencia y alargamiento, elasticidad, flexibilidad, color, brillo y rendimiento.

TABLA Nº 14
CARACTERÍSTICAS DE LANAS

| RAZA | GROSOR | RENDIMIENTO | USO |
|--------------|------------------|-------------|-----------------------------|
| MERINO | FINA | 75% al 85% | TEJIDOS MUY FINOS |
| CORRIEDALE | CRUZA FINA | 50% al 60% | TEJIDOS FINOS |
| ROMNEY MARSH | CRUZA MEDIA | 55% al 70% | MANTAS Y PAÑOS |
| LINCOLN | CRUZA GRUEZA | 60% al 75% | DIVERSOS ALFOMBRAS FELPUDOS |
| CRIOLLAS | ES LA MÁS GRUESA | | ALFOMBRAS |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

En Lana- Wikipedia en la pág. www.es.wikipedia.org

2.5.2. TIPOS DE LANA

En líneas generales se distinguen por su finura tres tipos de lanas:

- ❖ **Finas (Merino):** son las más valiosas de estas dependen las franelas, tejidos de punto, los mejores casimires, tejidos voluminosos, o de regular grosor, mantas, frazadas
- ❖ **Cruzas Fina, Mediana y Gruesa (Corriedale, RomneyMarsh, Lincoln).** Se emplean para trajes y para tejer.

- ❖ **Carpet Wool (Criolla).** Para alfombras de tipo rústicos, artesanías regionales. En clasificación de lana – Producción de pequeños en la pág. www.ppryc.files.wordpress.com.

2.6. COLITA DE RATÓN

Hilo de 10 a 15 metros con grosores diferentes que van de menos a más, y que se usa como puente de unión entre la línea de trabajo del carrete y el bajo de línea. En Definición de cola de rata en la pág. www.deportes.glosario.net.

2.7. FÓMIX

El Fómix es un Polímero tipo Termoplástico que combina con cualquier accesorio o producto de aplicación directa o superpuesta. Es un material que no sustituye a ninguno otro conocido, sino que por el contrario, lo complementa. En Manualidades foamy /patrones moldes/ en la pág. www.manualidadesfoamy.com

- CARACTERÍSTICAS DEL FÓMIX

Resistencia a cambios climáticos extremos y a los químicos

1. Baja absorción de agua.
2. Es amigable con el medio ambiente: se puede reciclar o incinerar.
3. No es tóxico.
4. Es lavable.
5. Fácil de pegar, cortar y pintar.

2.7.1. TIPOS DE FÓMIX

- POR SU DENSIDAD

- ❖ 1mm conocido como Fómix pellejo, este material se utiliza con más frecuencia para proyectos que llevan costuras, como: cojines, muñecos rellenos.
- ❖ 2mm el Fómix en esta densidad es el más utilizado para la mayoría de las técnicas: Fómix plano, Fómix relleno, termo formado, Fómix 3D, Fómix 4D
- ❖ 3mm este Fómix se utiliza para proyectos que requieren de mayor consistencia, como viseras y cajas.

- POR PRESENTACIONES

- ❖ **Fómix liso:** Es el material que lo encontramos en colores muy variados,
- ❖ **Fómix laminado:** En esta categoría encontramos los siguientes:
 - ❖ Fómix laminado escarchado.
 - ❖ Fómix laminado con lentejuelas.
 - ❖ Fómix laminado con telas de diferentes diseños.
 - ❖ Fómix laminado escocés.
- ❖ **Fómix con texturas:** Aquí si existe una gran variedad, entre ellas:
 - ❖ Fómix diamante.
 - ❖ Fómix burbuja.
 - ❖ Fómix toalla.
 - ❖ Fómix corcho.
 - ❖ Fómix y corrugado.
 - ❖ Fómix en tiras.
 - ❖ Fómix adhesivo.

VÁSQUEZ Lina, en ¿Sabías que hay muchas variedades de fómix? En la pág. www.manualidadesfomi.wordpress.com.

2.8. ESTUDIO DE MERCADO

“Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de precios y el estudio de estrategias de mercado”. BACA Gabriel, **“Evaluación de proyectos”**, México D.F., 2013, pág. 5.

2.8.1. MEDIOS DE PRODUCCIÓN

El Diccionario de Economía Política; BORISOV, ZHAMIN y MAKAROVA: Definen como: “Al conjunto de medios y objetos de trabajo que participan en el proceso de producción y que el hombre utiliza para crear los bienes materiales. Son medios de trabajo las cosas con que el hombre actúa sobre la naturaleza y sobre los objetos de trabajo con el fin de producir bienes materiales. Así, son medios de trabajo las máquinas, las máquinas-herramientas, el utillaje, los motores, diferentes aparatos, los edificios e instalaciones destinados a la producción, los medios de transporte y de comunicación y la tierra. La función determinante tanto en el proceso productivo como en el desarrollo de las relaciones sociales, corresponde a los instrumentos de producción (maquinaria, instalaciones).”

En este contexto son medios o herramientas de trabajo, las máquinas, herramientas, los motores y todos y cada uno de los medios necesarios para producir bienes que satisfagan las diversas necesidades de la sociedad.

2.9. ESTUDIO TÉCNICO

“Investigación que consta de cuatro partes como son la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”. BACA Gabriel, **“Evaluación de proyectos”**, México D.F., 2013, pág. 6.

- TAMAÑO DEL PROYECTO

Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción.

El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado.

- MACRO LOCALIZACIÓN

La macro localización se refiere a la primera aproximación de la localización geográfica donde se va a llevar a cabo el proyecto, es decir la determinación exacta de la región, provincia y el cantón.

- MICRO LOCALIZACIÓN

En esta parte se analiza puntualmente la región escogida para determinar la ubicación concreta del proyecto, se establece las condiciones específicas que indiquen la parroquia, las calles longitudinales y transversales, dirección domiciliaria y croquis de la ubicación.

- INGENIERÍA DEL PROYECTO

Se refiere a la parte del estudio que se relaciona con la epata técnica, se requiere la participación directa de los ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha, diseño y el funcionamiento del proyecto.








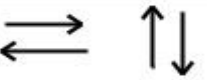


- DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS

Se usa una simbología aceptada internacionalmente, para representar las operaciones efectuadas.

Este método es el más usado para representar de manera gráfica los procesos. Las reglas mínimas para su aplicación son:

- a) Empezar en la parte superior izquierda de la hoja y continuar hacia abajo, la derecha o ambas direcciones,
- b) Numerar cada una de las opciones en forma ascendente, en caso de que existan acciones al ramal principal del flujo en el curso del proceso, asignar el siguiente número secuencial a estas acciones en cuanto aparezca,
- c) Introducir los ramales secundarios al flujo principal por la izquierda de éste, siempre que sea posible,
- d) Ponerle nombre a la actividad a cada acción correspondiente.

Simbología:

| | |
|---|---|
|  | Inicio/Fin DIRECCION FINANCIERA |
|  | DISPONIBILIDAD COMPRAS PUBLICAS CONTABILIDAD BODEGA |
|  | Operaciones de entrada y salida |
|  | Toma de decisiones y Ramificación "SI o NO" |
|  | Conector para unir el flujo a otra parte del diagrama " Inspección" |
|  | Cinta magnética |
|  | Disco magnético |
|  | Conector de pagina |
|  | Líneas de flujo |
|  | Anotación |
|  | Display para mostrar datos |

- CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente para el pago de nómina, compromiso de proveedores, comercialización. BACA Gabriel, **“Evaluación de proyectos”**, México D.F., 2013, pág. 95 a la 168.

2.10. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

“Es la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base a sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regulan las actividades durante el periodo de operación”. MEZA Jhonny, **“Evaluación financiera de proyectos”**, Colombia, 2010, pág. 28

2.10.1. MISIÓN

Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", define el término misión como la "finalidad pretendida por una empresa o definición del papel que desea cumplir en su entorno o en el sistema social en el que actúa, y que real o pretendidamente, supone su razón de ser. Equivale a la palabra fin"

La misión refleja lo que la empresa quiere ser en el presente, a quien quiere servir, los medios que va a emplear para lograr lo propuesto.

2.10.2. VISIÓN

Para Jack Fleitman, en el mundo empresarial, la visión se define como “el camino al cual se dirige la empresa a largo

plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”.

La visión es lo que la empresa desea ser después de algunos años, tomando en cuenta las estrategias que se han aplicado y las que se van a emplear para cambiar y mejorar a la microempresa y sus productos.

2.10.3. ORGANIGRAMA

CORDOVA, Marcial (2010) menciona: “El organigrama representa una herramienta fundamental en toda empresa que sirve para conocer la estructura general de la organización.

El organigrama presenta en orden jerárquico las divisiones de funciones, líneas de autoridad y responsabilidad, relaciones existentes entre los diversos puestos de la microempresa y sus respectivas áreas.

2.11. ESTUDIO FINANCIERO

“El estudio financiero comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial a partir de los estudios de ingeniería, ya que estos costos dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial que sirven de base para la parte final del estudio”. BACA Gabriel, **“Evaluación de proyectos”**, México D.F., 2013, pág. 7.

2.11.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Según la NIIF A-5 menciona: “El balance general es emitido tanto por las entidades lucrativas como por las entidades con propósitos no lucrativos y se conforma básicamente por los siguientes elementos: activos, pasivos y capital contable o patrimonio contable; éste último, cuando se trata de entidades con propósitos no lucrativos”.

Está conformado por los activos que significa cualquier pertenencia material e inmaterial, el pasivo que equivale a cualquier tipo de obligación

con terceros y el capital que significa el dinero o los títulos que son de propiedad de los accionistas de la empresa.

- ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES

Definición según la NIIF-B3, es un “Estado Financiero básico para entidades lucrativas que muestra detallada y ordenadamente la forma en que se obtuvo el resultado de las operaciones de un periodo contable y, por ende, los ingresos, costos y gastos de dichas entidades, así como su utilidad o pérdida neta, permitiendo evaluar los logros alcanzados con los esfuerzos desarrollados durante el periodo consignado en el mismo estado”.

- ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Según la NIIF A-5 define: “El estado de flujo de efectivo o, en su caso el estado de cambios en la situación financiera, es emitido tanto por las entidades lucrativas como por las entidades que tienen propósitos no lucrativos; ambos estados se conforman por los siguientes elementos básicos: origen y aplicación de recursos”.

2.11.2. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

“Describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y se comparan con los métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo”. BACA Gabriel, **“Evaluación de proyectos”**, México D.F., 2013, pág. 7.

2.11.2.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor actual neto (VAN) o también conocido como el valor presente neto (VPN) es una cifra monetaria que resulta de comparar el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos. En términos concretos, el valor presente neto es la diferencia de los ingresos y los egresos de la misma fecha. MEZA Jhonny, “**Evaluación financiera del proyecto**”, Colombia, 2010, pág. 149.

- FÓRMULA

$$VAN = \langle \text{Inversión Inicial} \rangle + \frac{\sum \text{Flujo de Caja Neto}}{(1+i)^n}$$

Dónde:

VAN= Valor Actual Neto

II= Inversión Inicial

$\sum FC$ = Sumatoria Flujo de Caja

i= Tasa de descuento

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

Si el VAN resulta ser positivo, esto significa que existe rentabilidad. Por lo tanto, el proyecto resulta ser factible de realizarlo, caso contrario, si el VAN es negativo, la inversión no es atractiva.

- TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

“La TIR es la tasa de interés que rinden los dineros que aún permanecen invertidos en un proyecto y no sobre la inversión inicial”.

El TIR mide la rentabilidad como un porcentaje y existe tres clases de TIR:

- ❖ Económica cuando la inversión tiene solo aporte propio,
- ❖ Financiera cuando la inversión es con financiamiento,
- ❖ Real solo analiza los Flujos de Caja positivos.

- FÓRMULA

$$TIR = ti + (ts - ti) \left(\frac{vanti}{vanti - vants} \right)$$

Dónde:

Ti= tasa inferior.

Ts= tasa superior.

Vanti=Valor actual neto de la tasa inferior.

Vants=Valor actual neto de la tasa superior.

2.11.2.2. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

“El método de período de recuperación, conocido también como método de reembolso, tiene como objetivo determinar el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada en él, es decir, los años, los meses y días que habrán de transcurrir para que la erogación realizada se reembolse”.

Conforme a este método de periodo de recuperación de la inversión calculamos el tiempo requerido para recuperar la inversión inicial. Existen dos consideraciones de importancia de este método.

En primer término, no se toman en consideración los flujos de efectivo después del periodo de recuperación; en segundo, el método no considera el concepto del valor del dinero en el tiempo.

Para efectos de su cálculo se utiliza el siguiente procedimiento:

Se suman los flujos netos de efectivo del proyecto, hasta obtener una cantidad que sea igual a la inversión original neta, pudiéndose presentar dos casos:

1. Que la suma sea exactamente de la inversión, siendo el periodo de recuperación el año de la última cifra sumada.
2. Que la suma sea mayor a la inversión, esto es, que solo una parte de la última cifra sumada se utilice para completar el monto de dicha inversión.

CASTRO ORTEGA Alonso; **“Proyectos de inversión”**, México, 2010, pág. 309

2.11.2.3. COSTO BENEFICIO

El análisis costo beneficio es una forma de valorar las ventajas y desventajas de adoptar una decisión entre diferentes alternativas. El ACB trata de resolver el problema de la asignación de recursos escasos entre diversos usos de modo que la sociedad pueda obtener el máximo rendimiento de la inversión de dichos recursos. Es decir, que para tomar la decisión final sobre una inversión determinada, es necesario preguntarse si la suma de las ganancias individuales de todos los agentes involucrados directa e indirectamente, es mayor que la suma de todos los gastos realizados. Este argumento que a primera vista parece de fácil aplicación, constituye en realidad una fuerte “corriente” del pensamiento económico y administrativo sobre la evaluación de proyectos de inversión.

El análisis del beneficio-costos se lo realiza mediante valores mayores o menores como se muestra a continuación:

Beneficio-Costo > 1; significa que los ingresos son mayores a los gastos; entonces el proyecto es aconsejable.

Beneficio-Costo = 1, significa que los ingresos son iguales a los gastos, entonces el proyecto es indiferente.

Beneficio-Costo < 1; esto quiere decir que los ingresos son menores a los gastos entonces el proyecto no es aconsejable.

FÓRMULA

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

CASTRO ORTEGA Alonso; “**Proyectos de inversión**”, México, 2010, pág. 266.

2.11.2.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto de volumen en el que los ingresos y los costos son iguales, es decir una combinación de cuentas y costos que dan como resultado la operación de un negocio sin producir utilidad ni pérdida.

Los costos fijos, son aquellos en los que incurre la empresa independientemente del nivel de actividad, o del nivel de producción. Los costos variables son aquellos que varían proporcionalmente al volumen de ventas, es decir varían en función del nivel de producción. Si la producción aumenta estos costos aumentan, por el contrario, si disminuye la producción estos costos se reducen también.

Para aplicar las fórmulas de punto de equilibrio es importante que conozcamos el total de los costos fijos, pero también el precio de venta del producto, el volumen de producción y el costo variable unitario, este último resulta de dividir el costo variable total entre el número de unidades producidas.

- **FÓRMULA**

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

Dónde:

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos Fijos

CV= Costos Variables

Vtas= Ventas

MAYES Timothy R., TOOD M. Shank; “Análisis financiero con Microsoft Excel”; México, 2010, pág. 164.

2.11.2.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

“La sensibilización del proyecto se realiza modificando el valor de las variables críticas para averiguar cómo cambia la rentabilidad del proyecto, y determinar hasta qué punto se puede modificar el valor de las variables para que el proyecto siga siendo rentable”.

La rentabilidad de un proyecto de inversión depende fundamentalmente de dos factores:

- Monto de la inversión inicial realizada para la adquisición de activos y para dotar al proyecto de un adecuado capital de trabajo.
- Beneficios netos del proyecto, que corresponden a los flujos netos de efectivos y no a las utilidades contables.

El índice de sensibilidad por ser un coeficiente, puede ser negativo, neutro o positivo, que implica, a su vez, el grado de sensibilidad que puede tener

la rentabilidad del proyecto ante las variaciones del factor considerado en el análisis. Cuando es positivo y mayor que la unidad indica que la rentabilidad del proyecto es muy sensible ante la variación del factor que estamos analizando y que existe una relación directa entre ambas, como sucede con el precio de ventas y el volumen de ventas. Al ser negativo, se está indicando que la relación es inversa. Cuando el índice de sensibilidad es cero, nos indica que ante cualquier variación del valor de la variable bajo análisis, la rentabilidad del proyecto permanece constante.

MEZA Jhonny, "**Evaluación financiera del proyecto**", Colombia, 2010, pág. 321.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado.

Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

Es decir permite determinar la posibilidad del éxito o fracaso de un producto a través de la obtención de información de fuentes primarias y secundarias fijando la demanda insatisfecha, tanto en términos potenciales como efectivos teniendo en cuenta la capacidad de la población de acceder al producto y estableciendo la viabilidad de este en el mercado.

En este proyecto se pretende lanzar al mercado productos para decoración del hogar, productos destinados como accesorios de moda de dama, como es el caso de las manualidades (carteras, tapetes y figuras de Fómix).

Con el objeto de llevar adelante la investigación de mercado de la Producción y Comercialización de manualidades (carteras, tapetes y figuras de Fómix), se dará a conocer las características de los productos.

Las manualidades son muy utilizadas tanto por las personas del sector de San Antonio de Ibarra como extranjeros que visitan la parroquia.

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

- ❖ Mercado meta.
- ❖ Demanda.
- ❖ Oferta.
- ❖ Precios.
- ❖ Comercialización.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercado para la producción y comercialización de manualidades en la parroquia de San Antonio de Ibarra.

- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Determinar la demanda de las manualidades como las carteras, tapetes y figuras de Fómix en la parroquia de San Antonio de Ibarra.
- ❖ Establecer la oferta de las manualidades dentro de la zona investigada.
- ❖ Identificar los precios de las manualidades que se ofertan actualmente.

3.3. MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

TABLA Nº 15
MATRIZ DEL ESTUDIO DE MERCADO

| OBJETIVOS | VARIABLE | INDICADOR | FUENTE | TÉCNICA | INFORMANTE |
|--|-------------|---|------------------------|---|---|
| Determinar la demanda de las manualidades en la Parroquia de San Antonio de Ibarra. | Demanda | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Tipo de producto. ❖ Cantidad de compra. ❖ Frecuencia de compra. ❖ Lugar de compra. ❖ Descuentos. ❖ Producción. ❖ Ventaja del producto. ❖ Disponibilidad de compra. | Primaria | Encuesta | Personas nacionales y extranjeras en San Antonio de Ibarra. |
| Establecer la oferta de las manualidades en la zona investigada. | Oferta | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Tiempo en la actividad. ❖ Tipo de producto. ❖ Volumen de ventas. ❖ Precio del producto. ❖ Rentabilidad. ❖ Tipo de mercado. ❖ Presentación del producto. ❖ Servicio post venta. | Primaria | Entrevista Observación directa | Locales de manualidades y artesanías. |
| Identificar los precios de las manualidades, que se oferta actualmente. | Precios | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Precio de compra. ❖ Precio de venta. ❖ Determinación del precio. | Primaria Secundaria | Encuesta Entrevista Observación directa | Moradores de San Antonio. Locales Comerciales Artesanos |
| Diseñar las estrategias comerciales para incentivar a la compra del producto propuesto | Estrategias | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Estrategias de comercialización. ❖ Canales de distribución. | Primaria Secundaria | Encuesta Entrevista Observación directa | Moradores de San Antonio. Locales Comerciales Artesanos |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

3.4. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

3.4.1. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Para determinar la variedad de manualidades que la empresa va ofertar se tomó en cuenta el criterio de los posibles consumidores los mismos que tienen preferencia por adquirir en función del diseño, tamaño, color, precio y calidad del producto las mismas que se ajustan a las necesidades de la población.

3.4.2. DESCRIPCIÓN FÍSICA

Las manualidades son productos de moda y adornos para el hogar, se los elabora manualmente con la ayuda de algún tipo de materiales entre las que pueden ser: agujetas de metal, agujones de madera, repujadores de Fómix, telar maya, moldes de madera, entre otros.

Las características de los productos son los siguientes:

- CARTERAS

Las carteras son elaboradas a base de crojeth en sus diferentes grosores, colita de ratón en varias tonalidades, colita de rata que se utiliza para la elaboración del diseño; cuentan con un forrado interno de tela forro, los cierres son metálicos, las correas son de cuero y en algunos diseños se utilizan adornos en madera para darle un toque llamativo al producto final.

- TAPETES

Los tapetes son bordados a base de lana en sus distintos grosores, colores y medidas los mismos que se combinan dependiendo el modelo, la forma y el tamaño del tapete.

- FIGURAS DE FÓMIX

Las figuras de Fómix son un atractivo que está en auge dentro del mercado sea está a nivel educativo o de hogar, el Fómix tiene algunas presentaciones que son llamativas en la elaboración del producto, se utiliza colores de acuerdo a los gustos del cliente.

3.5. BENEFICIOS DE LOS PRODUCTOS

- DE LAS CARTERAS

De acuerdo a la recopilación de la información se considera que el principal beneficio que las carteras brindan a los clientes es el toque femenino que favorece a la presentación de la mujer en cualquier tipo de ocasión.

- DE LOS TAPETES

Según los resultados obtenidos se determina que los tapetes son de uso exclusivo para el hogar, las mismas que dan un toque especial a la decoración de los muebles para que se distinga el estilo y su elegancia.

- DE LAS FIGURAS DE FÓMIX

La información que se obtuvo nos indica que el beneficio de las figuras de Fómix es la variedad de adornos que se puede adquirir para el hogar ya que se los puede exhibir en los diferentes lugares de la casa, además se los utiliza como material didáctico, ayuda a estimular las habilidades y destrezas de las personas que utilizan con frecuencia este material.

3.6. PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

Se considera que los productos que pueden sustituir la adquisición de las manualidades (carteras, tapetes y figuras de Fómix) son las artesanías que se comercializan en los distintos mercados. Sin embargo, poseen similar características y el mismo uso pero son elaborados de materiales diferentes.

3.7. MERCADO META

El estudio de mercado determina que el mercado meta para la comercialización de las manualidades será la parroquia de San Antonio de Ibarra, dicho mercado potencial al cual va dirigido el producto son los consumidores directos de las manualidades que en este caso son las mujeres entre 18 a 60 años de edad, los turistas que visitan la parroquia y los comercializadores de muebles; se pretende que la microempresa

adquiera prestigio, expandir su cobertura a un nivel provincial aplicando un adecuado plan estratégico de ingreso al mercado comercial con las diferentes manualidades.

3.8. SEGMENTO DEL MERCADO

El mercado efectivo se lo establecerá en función de los niveles de consumo por parte de quienes conforman el mercado meta, así como también considerando los niveles de aceptación y apoyo a la creación de la microempresa de manualidades.

Cabe manifestar que existen aspectos que inciden en la decisión de compra de los productos que desean para satisfacer sus necesidades, tales como:

- ASPECTO ECONÓMICO

Está determinado con varios factores que intervienen directamente en el poder adquisitivo de los demandantes, el cual depende del nivel de ingresos que los clientes perciben, cuya tendencia está de acuerdo a un nivel económico ya sea alto, medio o bajo. En este caso después de haber definido el mercado al cual se dirige el producto es necesario destacar que las manualidades que se ofrecen tienen posibilidad de acceso, no tienen elevados costos. Principalmente se enfoca a personas de un nivel socioeconómico medio y medio alto pero esto no implica que todos puedan adquirirlo por ser un producto práctico y por las utilidades que ofrecen para convertirse en un producto competitivo.

- ASPECTO DEL USO DE MATERIALES

En la microempresa se pretende utilizar materiales tradicionales que se han previsto, aquellos que se catalogan como de ayuda manual, ciertos pasos son elaborados netamente por mano de obra como es la elaboración, recepción, almacenamiento, selección, diseño y transporte de las manualidades, así como también el etiquetado, empaque y almacenamiento de los productos. Los materiales que se van a utilizar en

este proyecto se enmarca en el objetivo de brindar un producto de calidad.

- ASPECTO CULTURAL

En la Ciudad de Ibarra existen varios locales comerciales que se dedican a la fabricación y venta de las manualidades, por lo que se considera que existe incremento de cultura de consumo de estos productos, hay algunas personas que gustan de estos productos y adquieren con frecuencia lo que da la factibilidad de posicionar los manualidades brindando siempre un producto con las respectiva calidad que el cliente requiere. Y además de acuerdo a la recopilación de información existen personas que nunca han adquirido estos productos pero que tienen la predisposición por adquirir y utilizar estos productos.

3.9. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra de los posibles consumidores se empleó la población económicamente activa del área urbana de la parroquia de San Antonio de Ibarra comprendida entre las edades de 18 a 60 años.

Fórmula:

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

En donde:

N= Tamaño de la Muestra

N= Tamaño de la Población

Z= Nivel de confianza (95% dos colas) = 1.96

σ = Varianza 0.25

ϵ^2 = Nivel de error 5%

$$n = \frac{4799 * (1,96)^2 * 0,25}{(0,05)^2 (4799-1) + (1,96)^2 * 0,25}$$

$$n = \frac{4799 * (1,96)^2 * 0,25}{(0,05)^2 (4799-1) + (1,96)^2 * 0,25}$$

n= 234 encuestas

El resultado de la muestra fue de 234 habitantes del área urbana de la parroquia, a los que se les aplicó una encuesta formato estandarizado, utilizando una muestra al azar.

- TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

La fuente de información primaria que se utilizó fue la encuesta dirigida a las mujeres entre 18 y 60 años, para determinar la demanda de manualidades (carteras, tapetes, figuras de Fómix) que a continuación se presenta con su debido análisis:

1. ¿Le gustaría comprar las carteras elaboradas en la parroquia de San Antonio de Ibarra?

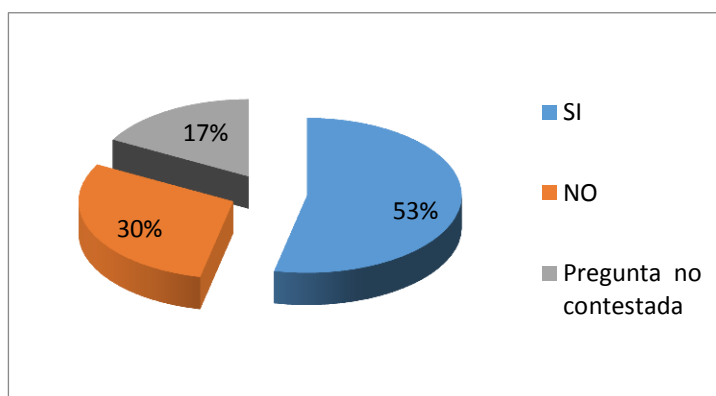
TABLA Nº 16
PREFERENCIA DEL CLIENTE CARTERAS

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| SI | 125 | 53% |
| NO | 69 | 29% |
| Pregunta no contestada | 40 | 17% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO Nº 12
ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

La mayoría de las personas expresan que si les gustaría comprar las carteras elaborados en la parroquia de San Antonio de Ibarra prefieren productos nacionales y con mayor razón propios de la parroquia en donde se emplee materia prima de la zona y sean fabricados con todas las precauciones y la calidad que busca el consumidor mientras que una minoría manifiestan que no les gustaría compra las carteras ya que son personas que no utilizan este producto.

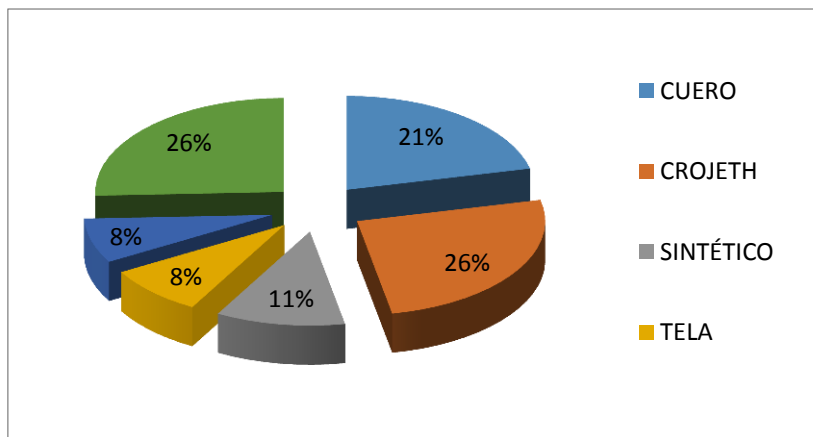
2. ¿De qué material prefiere usted las carteras? Seleccione una opción

TABLA Nº 17
PREFERENCIA DEL MATERIAL

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| Cuero | 50 | 21% |
| Crojeth | 60 | 26% |
| Sintético | 26 | 11% |
| Tela | 20 | 9% |
| Otros | 18 | 8% |
| Pregunta no contestada | 60 | 26% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO Nº 13
PREFERENCIA MATERIAL DEL PRODUCTO



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

En el gráfico se puede observar que las carteras elaboradas a base de crojeth son aceptadas mayoritariamente por los potenciales clientes con respecto a los otros materiales, por lo que le sigue el material sintético, en un tercer lugar se las elaboraría en cuero, en cuarto lugar sería de tela y por último se utilizarían otros materiales permitiendo la factibilidad de la comercialización de las carteras en crojeth.

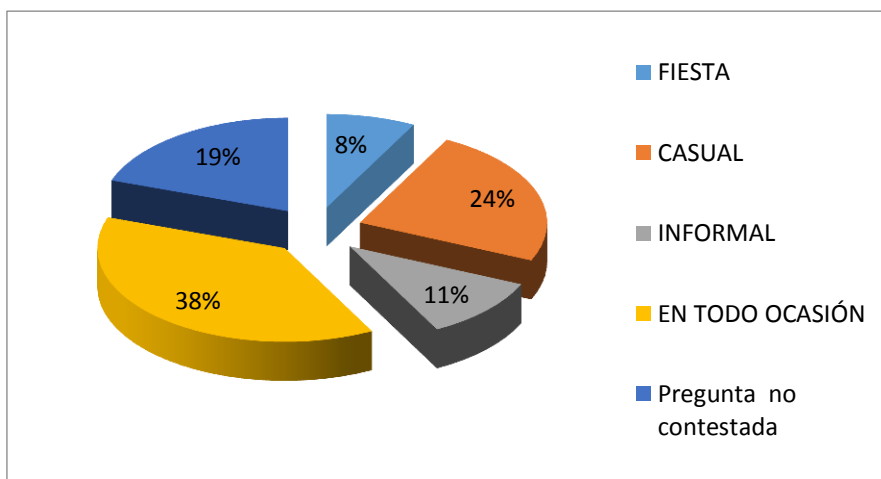
3. ¿En qué tipo de ocasiones utiliza usted las carteras? Seleccione una opción

TABLA N° 18
OCASIONES EN EL USO DE LAS CARTERAS

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| Fiesta | 18 | 8% |
| Casual | 56 | 24% |
| Informal | 25 | 11% |
| En todo ocasión | 89 | 38% |
| Pregunta no contestada | 46 | 20% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 14



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

Las mujeres que fueron encuestadas indican en su gran mayoría que utilizan las carteras en toda ocasión convirtiéndolo así en un accesorio indispensables para la mujer actual, en un porcentaje menor que lo utiliza solo en ocasiones de tipo casual, lo utiliza de manera informal o los utiliza en las ocasiones especiales como fiestas.

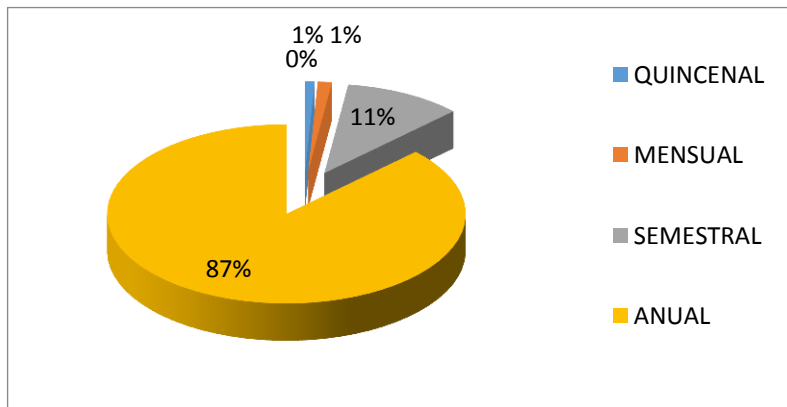
4. ¿Con qué frecuencia compra usted las carteras? Seleccione una opción

TABLA N° 19
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE CARTERAS

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| QUINCENAL | 2 | 1% |
| MENSUAL | 3 | 1% |
| SEMESTRAL | 25 | 11% |
| ANUAL | 204 | 87% |
| Pregunta no contestada | 0 | 0% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 15
FRECUENCIA DE COMPRAS DE CARTERAS



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

Los resultados indican que la gran mayoría de los clientes adquieren las carteras de manera anual, mientras que unas cuantas mujeres lo hacen semestralmente, el resto lo adquiere de forma mensual y quincenalmente con esto concluimos que las carteras no son de adquisición en periodos cortos pero las ventas son en volúmenes altos por el crecimiento poblacional.

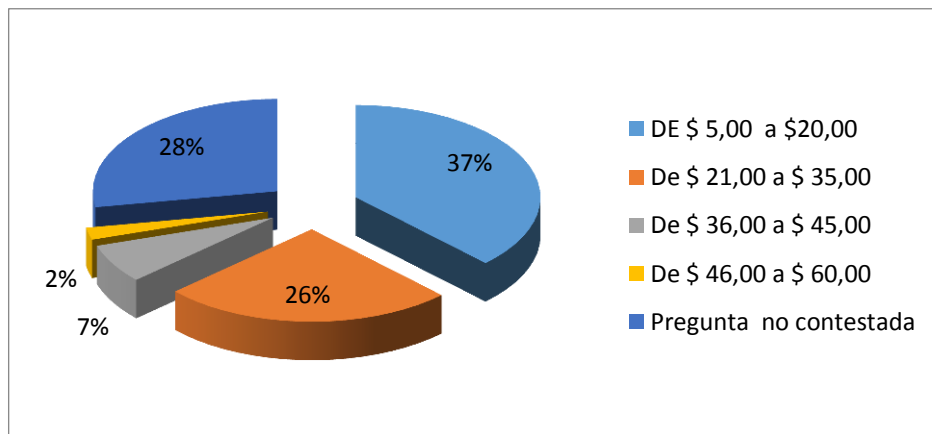
5. ¿En qué rango de precios adquiere usted las carteras? Seleccione una opción

TABLA N° 20
RANGO DE PRECIOS DE CARTERAS

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| DE \$ 5,00 a \$20,00 | 88 | 38% |
| De \$ 21,00 a \$ 35,00 | 60 | 26% |
| De \$ 36,00 a \$ 45,00 | 16 | 7% |
| De \$ 46,00 a \$ 60,00 | 5 | 2% |
| Pregunta no contestada | 65 | 28% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 16



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

Los datos obtenidos en la encuesta determinan que la gran mayoría de los encuestados pueden adquirir las carteras en un rango de precios de \$5.00 a \$20.00, mientras que el resto de personas lo puede adquirir en un rango de \$21.00 a \$35.00, de \$36.00 a los \$45.00 dólares americanos y una minoría lo podría adquirir en un costo mayor al mencionado.

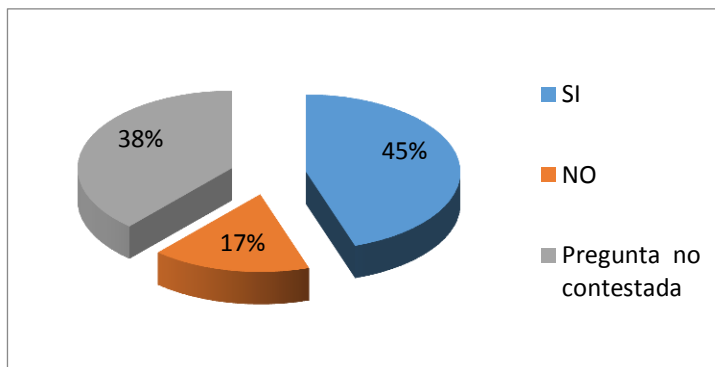
6. ¿A usted le gustaría comprar los tapetes para su hogar?

TABLA Nº 21
PREFERENCIA DE ADQUISICIÓN DE TAPETES

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| SI | 105 | 45% |
| NO | 39 | 17% |
| Pregunta no contestada | 90 | 38% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO Nº 17



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

El gráfico muestra que del total de encuestados la mayoría de los clientes les gusta utilizar los tapetes en su hogar mientras que una minoría no les gusta.

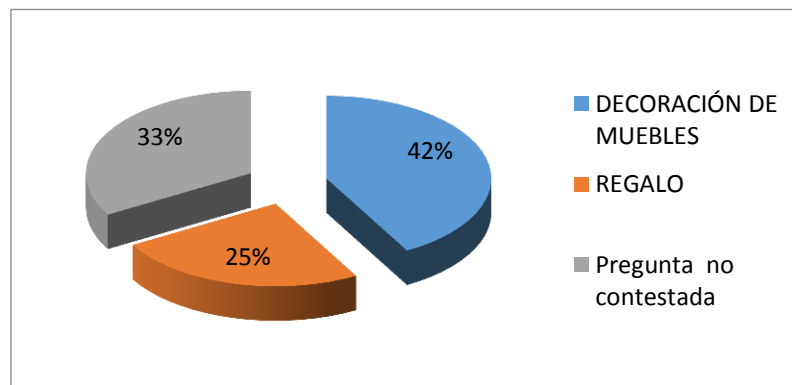
7. ¿De qué manera utiliza usted los tapetes? Seleccione una opción

TABLA Nº 22
USO DE TAPETES

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| Decoración de muebles | 98 | 42% |
| Regalo | 58 | 25% |
| Pregunta no contestada | 78 | 33% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO Nº 18



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

El resultado de esta encuesta indica que la mayor parte de los encuestados utilizan los tapetes para decoración de los muebles, mientras que el resto lo utiliza como regalo.

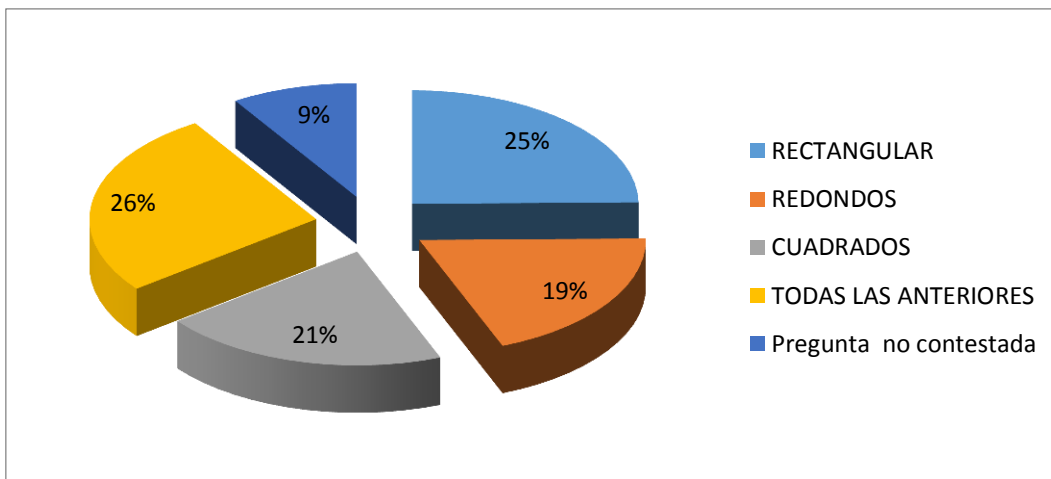
8. ¿De qué forma prefiere los tapetes? Seleccione una opción

TABLA N° 23
PREFERENCIA DE LOS MODELOS DE TAPETES

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| Rectangular | 58 | 25% |
| Redondos | 45 | 19% |
| Cuadrados | 48 | 21% |
| Todas las anteriores | 62 | 26% |
| Pregunta no contestada | 21 | 9% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 19
DISEÑO DE LOS TAPETES



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

Las personas encuestadas mencionan que en los tapetes no existe mayor preferencia en la forma ya que se mantiene en rangos similares las preferencias de las formas presentadas por la microempresa dando como punto de referencia para el inicio de la producción con todas las formas mencionadas en el gráfico.

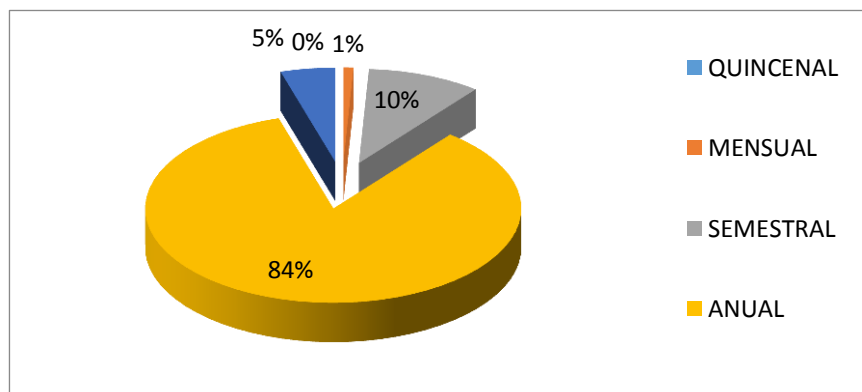
9. ¿Cada que tiempo usted adquiere los tapetes? Seleccione una opción

TABLA N° 24
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE TAPETES

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| Quincenal | 0 | 0% |
| Mensual | 2 | 1% |
| Semestral | 23 | 10% |
| Anual | 198 | 85% |
| Pregunta no contestada | 11 | 5% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTO
ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 20



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

Los datos obtenidos indican que la mayoría de los posibles clientes adquieren los tapetes de manera anual y el resto lo hace de forma semestral, mensual y quincenal esto nos hace referencia de que la rotación del inventario va a ser pausado y que su comercialización es factible.

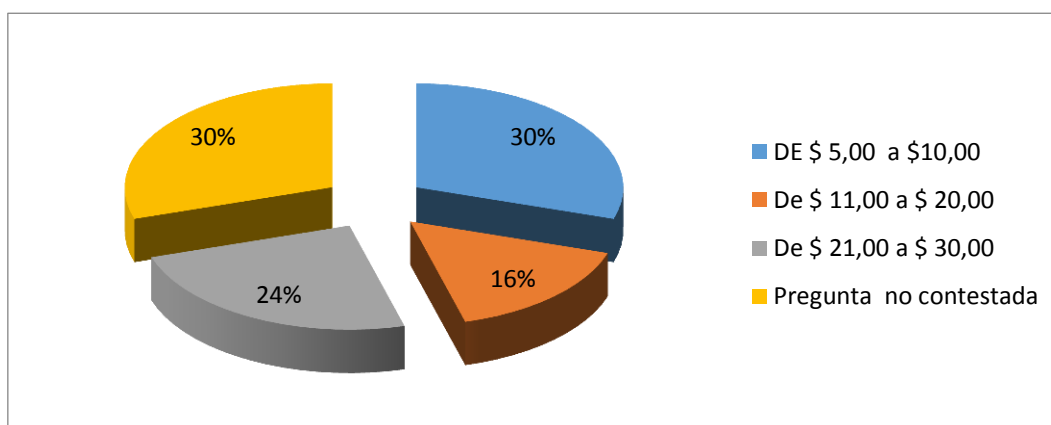
10. ¿En qué rango de precios adquiere usted los tapetes? Seleccione una opción

TABLA Nº 25
RANGO DE PRECIOS DE TAPETES

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| DE \$ 5,00 a \$10,00 | 70 | 30% |
| De \$ 11,00 a \$ 20,00 | 37 | 16% |
| De \$ 21,00 a \$ 30,00 | 57 | 24% |
| Pregunta no contestada | 70 | 30% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO Nº 21



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

La mayor parte de los clientes adquieren los tapetes en un rango de precio de \$21.00 a \$30.00 dólares americano, mientras que el resto de personas encuestadas lo adquiere entre \$11.00 a \$20.00 y de \$5.00 a \$10.00 dólares, esto nos da una idea de que los tapetes tiene una gran acogida en el mercado.

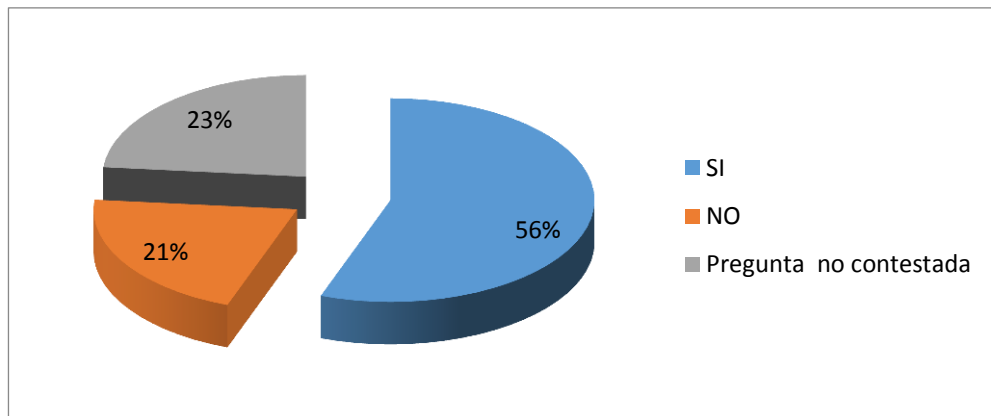
11. ¿A usted le gustaría adquirir las figuras de Fómix?

TABLA Nº 26
PREFERENCIA ADQUISICIÓN DE FÓMIX

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| SI | 130 | 56% |
| NO | 49 | 21% |
| Pregunta no contestada | 55 | 24% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO Nº 22



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

Las personas encuestadas en su gran mayoría indican que si les gustan las figuras de Fómix mientras que el resto menciona que no tiene gusto por el Fómix esto significa que el mercado a satisfacer por la microempresa es grande.

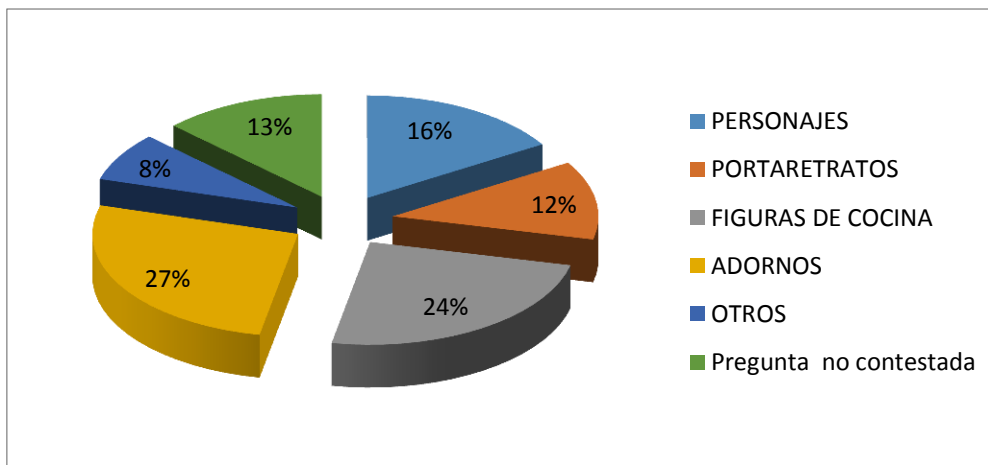
12. ¿De las siguientes opciones qué modelos le gustaría comprar?
 Seleccione una opción

TABLA Nº 27
PREFERENCIA DE LOS MODELOS FÓMIX

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| Personajes | 38 | 16% |
| Portaretratos | 29 | 12% |
| Figuras de cocina | 57 | 24% |
| Adornos | 62 | 26% |
| Otros | 18 | 8% |
| Pregunta no contestada | 30 | 13% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
 ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO Nº 23
MODELOS DE FÓMIX



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
 ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

Los resultados de la encuesta indican que la mayor parte de las personas prefieren adquirir los adornos en Fómox y el resto prefieren las figuras de cocina, los personajes de Fómox, los retratos y otros modelos los mismos que sirven de base para la producción de la microempresa.

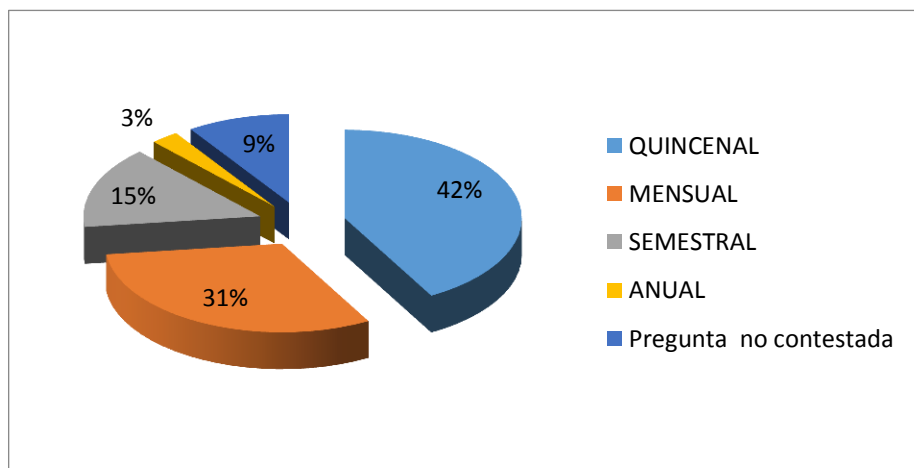
13. ¿Con qué frecuencia usted compra las figuras de Fómix?
 Seleccione una opción

TABLA Nº 28
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE FÓMIX

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| Quincenal | 98 | 42% |
| Mensual | 73 | 31% |
| Semestral | 35 | 15% |
| Anual | 6 | 3% |
| Pregunta no contestada | 22 | 9% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
 ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO Nº 24
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE FIGURAS DE FÓMIX



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
 ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

El gráfico indica que la mayor parte de los posibles clientes adquieren los adornos de Fómix de manera mensual, mientras que el resto lo de forma quincenal, semestral y anual, esto nos da la pauta para producir estas figuras en gran volumen para satisfacer la demanda existente.

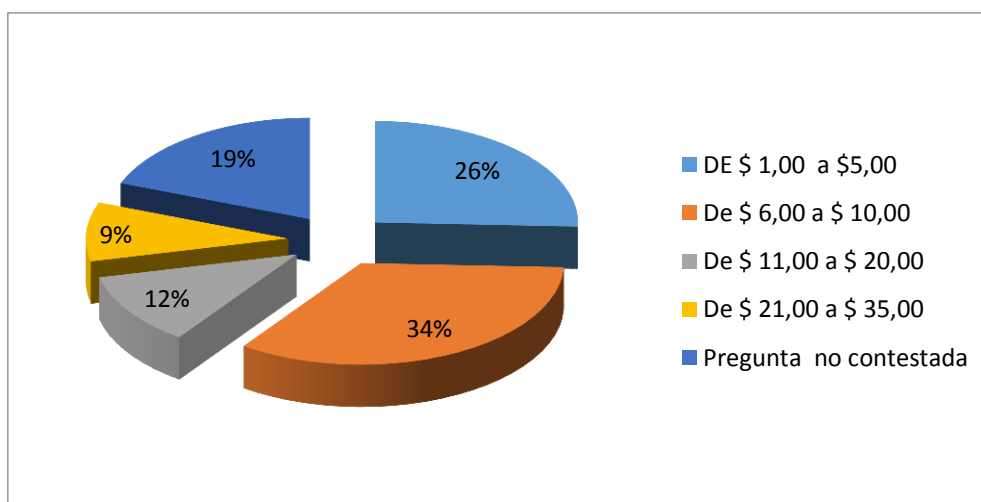
14. ¿En qué rango de precios adquiere usted las figuras de Fómix?
 Seleccione una opción

TABLA N° 29
RANGO DE PRECIOS DE FÓMIX

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| DE \$ 1,00 a \$5,00 | 60 | 26% |
| De \$ 6,00 a \$ 10,00 | 80 | 34% |
| De \$ 11,00 a \$ 20,00 | 27 | 12% |
| De \$ 21,00 a \$ 35,00 | 22 | 9% |
| Pregunta no contestada | 45 | 19% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
 ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 25
RANGO DE PRECIOS DE LAS FIGURAS DE FÓMIX



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
 ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

Las encuestas indican que la mayoría de las personas adquieren las figuras de Fómix que se encuentran entre los valores de \$6.00 a \$10.00, mientras que el resto los adquieren desde valores de \$1.00 a \$5.00, \$11.00 a \$20.00 y valores superiores a los antes mencionados.

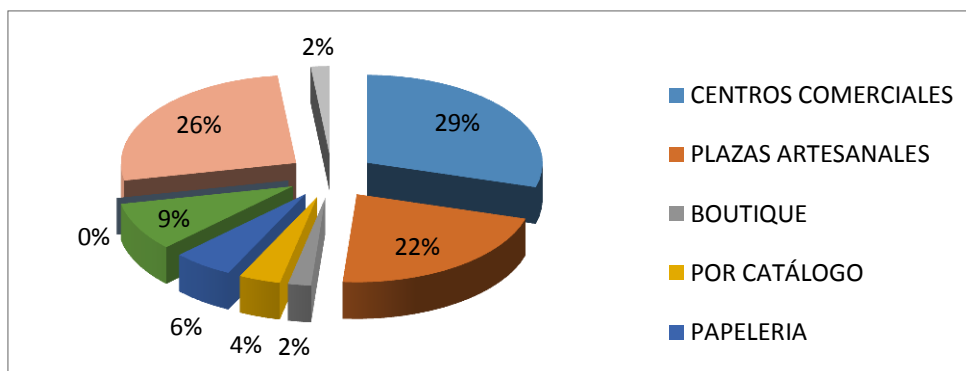
15. ¿Qué lugares frecuenta usted para adquirir las manualidades (carteras, tapetes, figuras de Fómix? Seleccione una opción

TABLA N° 30
LUGARES DE ADQUISICIONES DE MANUALIDADES

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| Centros comerciales | 69 | 29% |
| Plazas artesanales | 51 | 22% |
| Boutique | 5 | 2% |
| Por catálogo | 9 | 4% |
| Papelería | 13 | 6% |
| Mercado | 21 | 9% |
| Vendedores ambulantes | 0 | 0% |
| Bazares | 62 | 26% |
| Pregunta no contestada | 4 | 2% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 26



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

Los resultados indican que la mayor parte de la población encuestada adquieren las manualidades en centros comerciales y el resto de personas los adquieren en bazares, en las plazas artesanales, en el mercado, en las papelerías, por medio de los catálogos mientras que una minoría lo hace en boutiques esto nos menciona que el punto de distribución que la microempresa va a implementar está dentro de las preferencias de las personas.

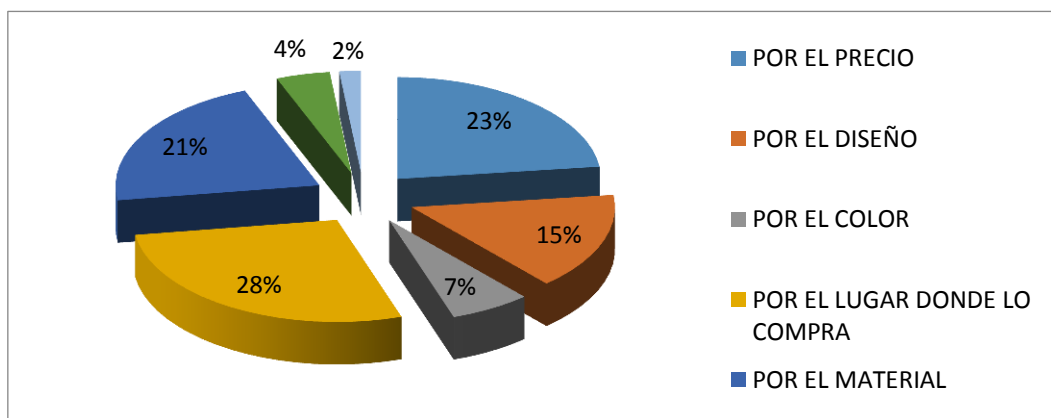
16. ¿Cómo establece usted la calidad del producto que adquiere?
 Seleccione una opción

TABLA Nº 31
CALIDAD DEL PRODUCTO

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| Por el precio | 54 | 23% |
| Por el diseño | 36 | 15% |
| Por el color | 15 | 6% |
| Por el lugar donde lo compra | 65 | 28% |
| Por el material | 50 | 21% |
| Por el acabado del producto | 10 | 4% |
| Pregunta no contestada | 4 | 2% |
| | | |
| Total de encuestas aplicadas | 234 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
 ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO Nº 27



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
 ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

Las encuestas indican que la mayoría de las personas definen la calidad del producto por el lugar donde compran las manualidades, mientras que el resto lo define por el precio, por el material, por el diseño, por el color y una minoría define la calidad por el acabado del producto esto nos da una referencia de cómo las personas define la calidad de las manualidades que adquieren.

3.10. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

- NATURALEZA DEL CLIENTE

Los consumidores potenciales de las manualidades son los habitantes de la parroquia San Antonio de Ibarra entre las edades de 18 a 60 años, destacando que el género femenino tiene mayor preferencia por adquirir los productos, se suma también a nuestros posibles clientes a los turistas que visitan la parroquia así como también los propietarios de los locales comerciales.

- PODER ADQUISITIVO

El poder adquisitivo de las personas que adquieren las manualidades es de un nivel medio y medio alto, son personas que trabajan por lo que buscan productos que sean prácticos y que ayuden a estimular las destrezas de las personas. Sin embargo estos productos están destinados a personas de cualquier estrato social puesto que sus precios son accesibles para todos los consumidores.

- FRECUENCIA DE CONSUMO

Algunas personas están dispuestas y optan por adquirir algunos productos de manera semanal, quincenal sin embargo existen otras personas que por motivos de hábitos de compra, gustos y preferencias adquirirán este producto ya sea diario, mensual, semestral, anual u ocasional.

- CANTIDAD TOTAL DE LA DEMANDA

Después de haber realizado un estudio general de las tendencias de aceptación del producto por parte de los consumidores locales se pudo determinar que las manualidades si tiene posibilidad de introducción en el mercado, de acuerdo a las preguntas Nro. 1, N° 6 y N° 11 de la encuesta (véase Anexo N° 2, pág. N° 214 - 216) en donde se detalla que les gustaría adquirir los productos de manualidades.

Para el cálculo de la demanda se tomó la población a la cual se dirige el proyecto que son los habitantes de la zona urbana de la parroquia de San Antonio de Ibarra y se multiplicó por el porcentaje de aceptación que se obtuvo en las encuestas de la siguiente manera:

- Cálculo de las Carteras:

Demanda Actual= Población * % de aceptación.

Demanda Actual= 4.799 * 35%

Demanda Actual= 1.666 personas.

- Cálculo de los Tapetes:

Demanda Actual= Población * % de aceptación.

Demanda Actual= 4.799 * 29%

Demanda Actual= 1.400 personas.

- Cálculo de las Figuras de Fómix:

Demanda Actual= Población * % de aceptación.

Demanda Actual= 4.799 * 36%

Demanda Actual= 1.733 personas.

3.10.1. CANTIDAD DE PRODUCTOS DEMANDADOS

Para conocer la cantidad de los productos que se van a demandar se tomó en cuenta los datos recopilados en cuanto a la frecuencia que les gustaría comprar el producto a los posibles consumidores de acuerdo a la pregunta Nro. 4,7 y 9 de la encuesta (véase en Anexo Nro.2, pág. Nro. 214 - 216.) y se transformó todas las opciones de tiempo planteadas en la encuesta a días a fin de determinar la demanda diaria y finalmente esta cantidad demandada se multiplicó por los días que tiene un año para conocer la demanda de manualidades anual, calculando de la siguiente manera:

- Datos de Carteras:

Demanda año 2013= 1.666 personas.

Frecuencia de Consumo:

TABLA N° 32
DEMANDA DE CARTERAS

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------|------------|-------------|
| Quincenal | 2 | 25% |
| Mensual | 3 | 38% |
| Semestral | 0 | 0% |
| Anual | 0 | 0% |
| Encuesta no contestadas | 3 | 38% |
| | | |
| Total de Negocios encuestados | 8 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- Datos de Tapetes:

Demanda año 2013= 1.399 personas.

Frecuencia de Consumo:

TABLA N° 33
DEMANDA DE TAPETES

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------|------------|-------------|
| Quincenal | 0 | 0% |
| Mensual | 1 | 13% |
| Semestral | 0 | 0% |
| Anual | 0 | 0% |
| Encuesta no contestadas | 7 | 88% |
| | | |
| Total de Negocios encuestados | 8 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- Datos de Figuras de Fómix:

Demanda año 2013= 1.733 personas.

Frecuencia de Consumo:

TABLA Nº 34
DEMANDA DE FIGURAS DE FÓMIX

| | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|
| Semanal | 1 | 13% |
| Quincenal | 3 | 38% |
| Mensual | 1 | 13% |
| Semestral | 0 | 0% |
| Anual | 0 | 0% |
| Encuesta no contestadas | 3 | 38% |
| | | |
| Total de Negocios encuestados | 8 | 100% |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- DISTRIBUCIÓN DE LA CANTIDAD DE PRODUCTOS DEMANDADOS DE ACUERDO A LA VARIEDAD DE MANUALIDADES QUE LOS CONSUMIDORES PREFIEREN

Para conocer la cantidad de manualidades demandadas de cada variedad de productos que va ofrecer la microempresa se tomó en cuenta los productos que el negocio pretende lanzar al mercado según las preguntas Nro. 4, Nº 9, Nº 13 de la encuesta (véase Anexo Nº 2, pág. Nº 214 - 217) y se determina la demanda total de las manualidades y se distribuyó de la siguiente manera:

TABLA N° 35

DETERMINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DIARIA CARTERAS

| FRECUENCIA DE COMPRA DE CARTERAS | CANTIDAD DE CARTERAS DEMANDADAS (DEMANDA INSATISFECHA * % DE FRECUENCIA DE COMPRA) | CANTIDAD DE CARTERAS DEMANDADAS (TRANSFORMACIÓN A DÍA) |
|------------------------------------|--|--|
| QUINCENAL | 14 | 1 |
| MENSUAL | 21 | 1 |
| SEMESTRAL | 178 | 1 |
| ANUAL | 1.453 | 4 |
| TOTAL DE LA DEMANDA DIARIA | | 7 |
| TOTAL DE LA DEMANDA MENSUAL | | 199 |
| TOTAL DE LA DEMANDA ANUAL | | 72.605 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA N° 36

DETERMINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DIARIA TAPETES

| FRECUENCIA DE COMPRA DE LOS TAPETES | CANTIDAD DE TAPETES DEMANDADOS (DEMANDA INSATISFECHA * % DE FRECUENCIA DE COMPRA) | CANTIDAD DE TAPETES DEMANDADOS (TRANSFORMACIÓN A DÍA) |
|-------------------------------------|---|---|
| QUINCENAL | - | - |
| MENSUAL | 12 | 0 |
| SEMESTRAL | 138 | 1 |
| ANUAL | 1.184 | 3 |
| TOTAL DE LA DEMANDA DIARIA | | 4 |
| TOTAL DE LA DEMANDA MENSUAL | | 132 |
| TOTAL DE LA DEMANDA ANUAL | | 48.267 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA Nº 37

DETERMINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DIARIA DE FÓMIX

| FRECUENCIA DE COMPRA DE LAS FIGURAS DE FÓMIX | CANTIDAD DE FIGURAS DE FÓMIX DEMANDADOS (DEMANDA INSATISFECHA * % DE FRECUENCIA DE COMPRA) | CANTIDAD DE FIGURAS DE FÓMIX DEMANDADOS (TRANSFORMACIÓN A DÍA) |
|---|---|---|
| QUINCENAL | 726 | 48 |
| MENSUAL | 541 | 18 |
| SEMESTRAL | 259 | 1 |
| ANUAL | 44 | 0 |
| TOTAL DE LA DEMANDA DIARIA | | 68 |
| TOTAL DE LA DEMANDA MENSUAL | | 2.039 |
| TOTAL DE LA DEMANDA ANUAL | | 744.246 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA Nº 38

DEMANDA TOTAL DE PRODUCTOS

| VARIEDAD DE PRODUCTOS | CANTIDAD DE PRODUCTOS DEMANDADOS |
|-------------------------------|---|
| CARTERAS | 72.605 |
| TAPETES | 48.267 |
| FIGURAS DE FÓMIX | 744.246 |
| TOTAL DEMANDA AÑO 2013 | 865.118 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

3.10.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS

Para proyectar la demanda de las manualidades se tomó en cuenta la demanda actual anual del año 2.013 y el correspondiente porcentaje anual del crecimiento poblacional que es del 2.50%, dato proporcionado por el INEC.

Dando como resultado la siguiente información al aplicar la fórmula:

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

P_p= Población Proporcional

P_b= Población Básica

i= Tasa de crecimiento poblacional (Datos del INEC 2.50%)

n= Número de años

- CÁLCULOS CARTERAS:

AÑO 2014

$$P_p = 72.605 (1 + 0.0250)^1$$

P_p = 74.420,00

Cálculos AÑO 2015

$$P_p = 72.605 (1 + 0.0250)^2$$

P_p = 76.280,00

Cálculos AÑO 2016

$$P_p = 72.605 (1 + 0.0250)^3$$

P_p = 78.187,00

Cálculos AÑO 2017

$$P_p = 72.605 (1 + 0.0250)^4$$

P_p = 80.142,00

Después de haber realizado los respectivos cálculos se pudo obtener la siguiente tabla de proyección de la demanda:

TABLA N° 39
DEMANDA ANUAL DE CARTERAS

| AÑOS | DEMANDA PROYECTADA CARTERAS |
|------|-----------------------------------|
| 2013 | 72.605 |
| 2014 | 74.420 |
| 2015 | 76.280 |
| 2016 | 78.187 |
| 2017 | 80.142 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

- CÁLCULOS TAPETES:

AÑO 2014

$$P_p = 48.267,00 (1 + 0.0250)^1$$

Pp= 49.474,00

Cálculos AÑO 2015

$$P_p = 48.267,00 (1 + 0.0250)^2$$

Pp= 50.711,00

Cálculos AÑO 2016

$$P_p = 48.267,00 (1 + 0.0250)^3$$

Pp= 51.978,00

Cálculos AÑO 2017

$$P_p = 48.267,00 (1 + 0.0250)^4$$

Pp= 53.278,00

Después de haber realizados los respectivos cálculos se pudo obtener la siguiente tabla de proyección de la demanda:

TABLA N° 40
DEMANDA ANUAL DE TAPETES

| AÑOS | DEMANDA PROYECTADA TAPETES |
|------|-------------------------------|
| 2013 | 48.267 |
| 2014 | 49.474 |
| 2015 | 50.711 |
| 2016 | 51.978 |
| 2017 | 53.278 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

- CÁLCULOS FIGURAS DE FÓMIX:

AÑO 2014

$$P_p = 744.246,00 * (1 + 0.0250)^1$$

P_p = 762.852,00

Cálculos AÑO 2015

$$P_p = 744.246,00 * (1 + 0.0250)^2$$

P_p = 781.924,00

Cálculos AÑO 2016

$$P_p = 744.246,00 * (1 + 0.0250)^3$$

P_p = 801.472,00

Cálculos AÑO 2017

$$P_p = 744.246,00 * (1 + 0.0250)^4$$

P_p = 821.508,00

Después de haber realizados los respectivos cálculos se pudo obtener la siguiente tabla de proyección de la demanda:

TABLA N° 41
DEMANDA ANUAL DE FIGURAS DE FÓMIX

| AÑOS | DEMANDA PROYECTADA FIGURAS DE FÓMIX |
|------|---|
| 2013 | 744.246 |
| 2014 | 762.852 |
| 2015 | 781.924 |
| 2016 | 801.472 |
| 2017 | 821.508 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

3.11. ANÁLISIS DE LA OFERTA

- COMPETENCIA ACTUAL

En la parroquia de San Antonio de Ibarra actualmente no existen empresas de producción y comercialización de manualidades (carteras, tapetes y figuras de Fómix), sin embargo, se ofrecen dichos productos únicamente en la ciudad de Ibarra esto se determinó a través de la ficha de observación.

De acuerdo al resumen de la ficha de observación se determinó que existen actualmente 8 locales comerciales ubicados en distintos sectores de la ciudad de Ibarra los cuales se mencionan en la Tabla N° 2, Pág. 20.

- PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS POR LA COMPETENCIA

De acuerdo a la encuesta realizada a los locales comerciales ubicados en la ciudad de Ibarra, pregunta Nro. 1, (Véase anexo Nro. 1, pág. Nro. 211), las manualidades que se ofrecen en los diferentes locales comerciales de la ciudad son varios, sin embargo, para objeto de estudio se analiza la oferta de las tres variedades de manualidades que se pondrá a disposición en el mercado.

TABLA Nº 42
PRODUCTOS DE LA COMPETENCIA

| LOCALES COMERCIALES | MANUALIDADES | COMERCIALIZACIÓN |
|---------------------|------------------|------------------|
| MANUALIDADES Y MÁS | Adornos en Fómix | SI |
| | Carteras | SI |
| | Tapetes | SI |
| NOVEDADES LYLY | Adornos en Fómix | SI |
| | Carteras | NO |
| | Tapetes | SI |
| ARTE MANUAL | Adornos en Fómix | SI |
| | Carteras | SI |
| | Tapetes | NO |
| PARCHESITOS | Adornos en Fómix | SI |
| | Carteras | SI |
| | Tapetes | NO |
| SIN NOMBRE | Adornos en Fómix | SI |
| | Carteras | NO |
| | Tapetes | NO |

FUENTE: ENTREVISTA A LOS LOCALES COMERCIALES DE MANUALIDADES
ELABORADO: LAS AUTORAS

- CANTIDAD TOTAL DE LA OFERTA

Mediante la entrevista (véase en el anexo Nro.3, pág. Nro. 219) realizada a los locales comerciales de la ciudad de Ibarra acerca de las ventas anuales aproximadas que realizan y se determinó la cantidad ofertada de los tres tipos de manualidades que se pretenda ofrecer al mercado en el año 2013.

TABLA Nº 43
TOTAL OFERTA DE MANUALIDADES

| LOCALES COMERCIALES | MANUALIDADES | CANTIDAD OFERTADA | PORCENTAJE |
|---------------------|------------------|-------------------|-------------|
| 5 | Carteras | 48.000,00 | 8% |
| | Tapetes | 25.000,00 | 4% |
| | Adornos en Fómix | 550.000,00 | 88% |
| TOTAL | | 623.000,00 | 100% |

FUENTE: ENTREVISTA A LOS LOCALES COMERCIALES DE MANUALIDADES
ELABORADO: LAS AUTORAS

- PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta se tomó en cuenta la oferta actual del año 2013 y la capacidad instalada de la microempresa. Para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

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

Pp= Población Proporcional.

Pb= Población Básica.

i= Capacidad Instalada (2.50%).

n= Número de años.

- CÁLCULOS CARTERAS AÑO 2014

Pp= 48.000,00 (1+ 2,5%)¹

Pp= **49.200,00**

TABLA Nº 44
OFERTA ANUAL DE CARTERAS

| AÑOS | OFERTA PROYECTADA CARTERAS |
|-------------|---|
| 2013 | 48.000 |
| 2014 | 49.200 |
| 2015 | 50.430 |
| 2016 | 51.691 |
| 2017 | 52.983 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA Nº 45
OFERTA ANUAL DE TAPETES

| AÑOS | OFERTA PROYECTADA TAPETES |
|-------------|--|
| 2013 | 25.000 |
| 2014 | 25.625 |
| 2015 | 26.266 |
| 2016 | 26.922 |
| 2017 | 27.595 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA Nº 46
OFERTA ANUAL DE FIGURAS DE FÓMIX

| AÑOS | OFERTA PROYECTADA FIGURAS DE FÓMIX |
|-------------|---|
| 2013 | 550.000 |
| 2014 | 563.750 |
| 2015 | 577.844 |
| 2016 | 592.290 |
| 2017 | 607.097 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

- BALANCE OFERTA-DEMANDA

Tomando en cuenta la demanda y la oferta proyectada se obtiene la siguiente información.

TABLA Nº 47
BALANCE OFERTA-DEMANDA CARTERAS

| AÑOS | DEMANDA PROYECTADA CARTERAS | OFERTA PROYECTADA CARTERAS | DEMANDA POTENCIAL |
|-------------|--|---|------------------------------|
| 2013 | 72605 | 48000 | 24605 |
| 2014 | 74420 | 49200 | 25220 |
| 2015 | 76280 | 50430 | 25850 |
| 2016 | 78187 | 51691 | 26497 |
| 2017 | 80142 | 52983 | 27159 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA Nº 48
BALANCE OFERTA-DEMANDA TAPETES

| AÑOS | DEMANDA PROYECTADA TAPETES | OFERTA PROYECTADA TAPETES | DEMANDA POTENCIAL |
|-------------|---|--|------------------------------|
| 2013 | 48267 | 25000 | 23267 |
| 2014 | 49474 | 25625 | 23849 |
| 2015 | 50711 | 26266 | 24445 |
| 2016 | 51978 | 26922 | 25056 |
| 2017 | 53278 | 27595 | 25682 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA N° 49
BALANCE OFERTA-DEMANDA FIGURAS DE FÓMIX

| AÑOS | DEMANDA PROYECTADA FIGURAS DE FÓMIX | OFERTA PROYECTADA FIGURAS DE FÓMIX | DEMANDA POTENCIAL |
|-------------|--|---|--------------------------|
| 2013 | 744.246 | 550.000 | 194246 |
| 2014 | 762.852 | 563750 | 199102 |
| 2015 | 781.924 | 577844 | 204080 |
| 2016 | 801.472 | 592290 | 209182 |
| 2017 | 821.508 | 607097 | 214411 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

3.12. PARTICIPACIÓN EN EL PROYECTO

De acuerdo a la capacidad instalada que tendrá la microempresa se aspira cubrir el 2.50% de la demanda insatisfecha en el primer año; del segundo año en adelante se crecerá de acuerdo al incremento de nuestra capacidad instalada.

TABLA N° 50
PROYECCIÓN PRODUCTO CARTERAS

| AÑOS | DEMANDA POTENCIAL CARTERAS | DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER |
|-------------|-----------------------------------|---------------------------------------|
| 2013 | 24605 | 1230 |
| 2014 | 25220 | 1292 |
| 2015 | 25850 | 1356 |
| 2016 | 26497 | 1424 |
| 2017 | 27159 | 1495 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA N° 51
PROYECCIÓN PRODUCTO TAPETES

| AÑOS | DEMANDA POTENCIAL TAPETES | DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER |
|-------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| 2013 | 23267 | 1163 |
| 2014 | 23849 | 1222 |
| 2015 | 24445 | 1283 |
| 2016 | 25056 | 1347 |
| 2017 | 25682 | 1414 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA N° 52
PROYECCIÓN PRODUCTO FIGURAS DE FÓMIX

| AÑOS | DEMANDA POTENCIAL FIGURAS DE FÓMIX | DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER |
|-------------|---|---------------------------------------|
| 2013 | 194246 | 9712 |
| 2014 | 199102 | 10198 |
| 2015 | 204080 | 10708 |
| 2016 | 209182 | 11243 |
| 2017 | 214411 | 11805 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

3.13. PRECIOS

- PRECIOS EXISTENTES EN EL MERCADO

Los precios de las manualidades varían en los diferentes locales comerciales donde se expenden este tipo de productos, dependen de la marca, el diseño, tamaño y el lugar de distribución.

Para conocer el precio promedio al que los competidores distribuyen a sus clientes las diferentes variedades de manualidades que va a ofrecer la microempresa se tomó como referencia las preguntas Nro.4, de la entrevista (Véase Anexo Nro. 3, pág. Nro. 219.) de la encuesta realizada a los locales comerciales de la ciudad de Ibarra.

Los precios varían de producto a producto de acuerdo a los siguientes rangos:

- Carteras: Rango de \$5.00 a \$60.00.
- Tapetes: Rango de \$5.00 a \$45.00.
- Figuras de Fómox: Rango de \$1.00 a \$35.00.

A este precio los locales comerciales incrementan aproximadamente un 12% de ganancia para la venta al público que corresponde al descuento que reciben por la compra directa a los proveedores.

TABLA Nº 53
PRECIO PROMEDIO DE LOS PRODUCTOS

| Variedad de manualidades que oferta la competencia | Precio Prom \$ |
|---|-----------------------|
| Carteras | \$ 25,00 |
| Tapetes | \$ 15,00 |
| Figuras de Fómix | \$ 8,50 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

- FIJACIÓN DE PRECIOS

La microempresa fijará sus precios tomando en cuenta factores internos y externos, para lo cual se empleará dos métodos: En función al costo total de producción (Factores Internos) y en función de la competencia (Factores Externos). La finalidad que tiene la microempresa es tener un beneficio económico teniendo una participación máxima en el mercado.

- FIJACIÓN DE PRECIO EN BASE A LOS COSTOS TOTALES

Este método se va a emplear a fin de recuperar los costos de producción materia prima, mano de obra, gastos indirectos de fabricación y demás gastos incurridos en la producción, a esto se añade el porcentaje de utilidad que se va obtener una considerable y negociable en el mercado dependiendo de los volúmenes de compra, para los siguientes cuatro años se espera crecer de acuerdo a la demanda para acaparar el mercado.

- FIJACIÓN DEL PRECIO TENIENDO EN CUENTA A LA COMPETENCIA

Tomando en consideración que el producto a ofertar tiene competencia aparte de recuperar los costos y brindar un producto de calidad, se pretende fijar un precio por debajo del nivel competitivo, a fin de trabajar utilizando el principio de márgenes bajos y gran rotación de productos,

atrayendo a los consumidores y brindándoles productos de mayor accesibilidad, aplicando la política de penetración que requiere precios bajos y grandes volúmenes.

- **PRECIO DE LAS MANUALIDADES OFERTADOS POR LA MICROEMPRESA**

De acuerdo a los métodos de fijación de precios que se va emplear en la microempresa recuperando los costos y obteniendo una ganancia se estima que se disminuirá el precio de la competencia a fin de que sea un producto accesible para los consumidores.

Los precios por productos que se pondrá a disposición a los habitantes de la Parroquia de San Antonio de Ibarra se reflejan de acuerdo al siguiente cuadro:

TABLA N° 54
PRECIOS FIJADOS POR LA MICROEMPRESA

| Variedad de manualidades que oferta la microempresa | Precio de la microempresa \$ |
|--|-------------------------------------|
| Carteras | \$ 20,00 |
| Tapetes | \$ 13,00 |
| Figuras de Fómix | \$ 2,00 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

3.14. PROVEEDORES

Por facilidad de administración y a fin de disponer de materia prima todo el tiempo se trabajará con dos proveedores que disponen de materia prima local y nacional en los volúmenes necesarios para producir en la microempresa, tienen predisposición y capacidad de comercializar sus productos a un precio promedio estable durante todo el año la mayoría de los materiales que se requiere como es el caso de lana, crojeth, colita de ratón, colita de rata, forro para carteras, correas, Fómix, cierre, plantillas entre otros.

Los proveedores serán Almacenes Astra y Novedades Lyly.

3.15. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

Se considera que las manualidades que se va a ofrecer al mercado se van a distribuir de manera directa a los clientes en un local que estará ubicado en la Parroquia de San Antonio de Ibarra.

CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO

4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

El proyecto que se pretende establecer será una importante opción para los habitantes de la Parroquia de San Antonio de Ibarra, ya que la instalación de la microempresa beneficiará como una alternativa más de turismo y fuente de desarrollo económico además las mujeres de esta parroquia pueden formar parte del talento humano por la formación académica que poseen y la habilidad por la cual se caracterizan.

- VARIABLES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Los factores que determinan o condicionan el tamaño de la microempresa que se implementará con la propuesta del proyecto, es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento que a continuación se detallan:

- DIMENSIONES DEL MERCADO

De acuerdo al segmento del mercado que se obtuvo mediante el estudio de mercado, se llegó a determinar que la producción diaria es:

**TABLA N° 55
UNIDAD DE PRODUCCIÓN DIARIA**

| PRODUCTO | UNIDADES PRODUCIDAS POR DÍA |
|------------------|------------------------------------|
| Carteras | 7 |
| Tapetes | 4 |
| Figuras de Fómix | 68 |

**FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS**

- CAPACIDAD DE FINANCIAMIENTO

El financiamiento con que la microempresa contará es un préstamo solicitado al Banco Nacional de Fomento, mismo que nos otorgará un crédito por un valor de \$14.233,40 a una tasa referencial del 11% para un lapso de cinco años.

- LOS MATERIALES UTILIZADOS

Los materiales que se utilizarán para implementación de la microempresa es la más óptima para el desarrollo de la actividad comercial que se puede ver con ciertos procesos tecnológicos que exigen un volumen máximo de producción que cubren las necesidades y programación del proyecto, de tal manera que los costos de operación permiten la operación del proyecto.

- DISPONIBILIDAD DE INSUMOS

La adquisición de la materia prima se lo hará directamente con los proveedores en un lapso de 10 días.

La misma que será distribuida en las cantidades necesarias para la elaboración de los productos que la microempresa producirá en el día.

- LA DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL MERCADO

Las ventas de las manualidades se las hará en la Parroquia de San Antonio de Ibarra las mismas que serán expuestas al público en su almacén.

Los visitantes podrán adquirir estas manualidades directamente de sus fabricantes y no se utilizará intermediarios para la comercialización de las manualidades.

4.2. MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para la macro localización se tomó en cuenta las siguientes determinaciones:

| UBICACIÓN GEOGRÁFICA | DESCRIPCIÓN DE LA UBICACIÓN |
|-----------------------------|---|
| PAÍS | Se ubicará en el Ecuador |
| REGIÓN | Se ubicará en la Región Sierra, al norte del país |
| PROVINCIA | <p>La microempresa estará ubicada en la provincia de Imbabura la cual se encuentra a 115km al noreste de Quito, limita al norte con el Carchi y Esmeraldas, al sur la Provincia de Pichincha, al este provincias de Sucumbíos y Napo y al oeste con la provincia de Esmeraldas.</p> <p>Esta provincia cuenta con el turismo como actividad principal, los atractivos turísticos como el conjunto de lagos y lagunas de singular belleza, los lugares donde se exponen las artesanías San Antonio de Ibarra como patrimonio cultural de la provincia de los Lagos.</p> |
| CANTÓN | <p>En la Provincia de Imbabura conviven variedad de culturas y razas que enriquecen y hacen única a quien llega a la ciudad de Ibarra de tradición española que goza de un clima privilegiado y se disfruta de un ambiente plácido y ensoñador. Podrá recrear la mente y la vista en sus parques, plazas, iglesias, museos, lugares tradicionales, lagunas y cerros. Ibarra, expone una ciudad pujante, educadora, progresista. Es por ello que la microempresa se encuentra situada en la parroquia de San Antonio de Ibarra.</p> |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO Nº 28 MAPA POLÍTICO DE IMBABURA



FUENTE: ILUSTRE MUNICIPIO DE IBARRA
ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO Nº 29 PARROQUIAS DE IBARRA



FUENTE: GAD. JUNTA PARROQUIAL DE SAN ANTONIO DE IBARRA
ELABORADO: LAS AUTORAS

4.3. MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El local comercial donde se ubicará la microempresa de manualidades es en sector de La Cuna del Arte, se ha seleccionado este lugar puesto que cuenta con vías de primer orden, está cerca de la panamericana, cuenta con infraestructura básica como agua, alcantarillado, energía eléctrica, teléfono, cumple con todos los aspectos legales y permisos para instalar la planta, tiene mayor facilidad de transporte de materiales, insumos y materias primas por estar ubicado en una mejor vía, así también facilitará la distribución del producto terminado.

- PARROQUIA

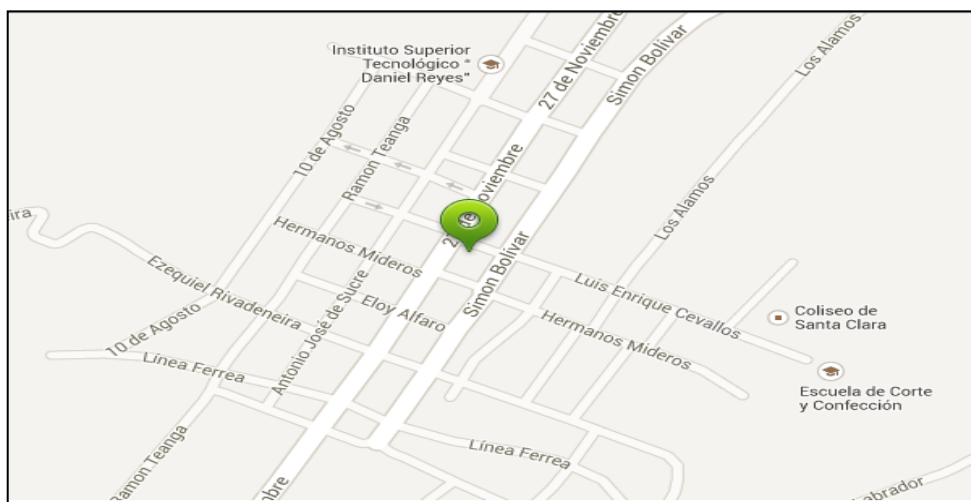
La microempresa estará ubicada en la parroquia de San Antonio de Ibarra, cuenta con una población de 17.522 habitantes y se halla a 2.040 metros sobre el nivel del mar, mismo que está bajo la administración del Gobierno Parroquial Autónomo Descentralizado San Antonio de Ibarra.

- DIRECCIÓN

La microempresa estará localizada en el sector conocido como “La Cuna del Arte” San Antonio en la cabecera parroquial y el local comercial donde se ubicará el proyecto queda entre la Calle principal 27 de Noviembre y calles secundarias entre Hermanos Mideros y Luis Enrique Cevallos, cuenta con todos los servicios básicos.

- CROQUIS

GRÁFICO Nº 30 PARROQUIA SAN ANTONIO DE IBARRA



FUENTE: GAD PARROQUIAL SAN ANTONIO DE IBARRA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Para la ubicación de la microempresa se tomó como referencia tres posibles lugares de la ciudad de Ibarra:

- ❖ **LUGAR A:** Sector “Cuna del Arte” San Antonio de Ibarra.
- ❖ **LUGAR B:** Sector “Ibarra” Centro de la ciudad.
- ❖ **LUGAR C:** Sector Panamericana Norte

METODOLOGÍA PARA LA UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA

- IDENTIFICACIÓN DE LOS POSIBLES LUGARES

- a) Cuna del Arte
- b) Centro de la ciudad
- c) Panamericana Norte

- FACTORES COADYUVANTES O RELACIONADOS

GEOGRÁFICOS

- a) Topografía del suelo;
- b) Riesgos potenciales,
- c) Disponibilidad de Agua,
- d) Disponibilidad de terrenos,
- e) Espacio físico.

COMUNITARIOS

- a) Infraestructura básica,
- b) Costo de los terrenos.

COMERCIALES

- a) Posición Estratégica;
- b) Usos y Costumbres,
- c) Flujo de personas,
- d) Competencia,
- e) Proveedores,
- f) Seguridad,

- g)** Formas de transporte del producto,
- h)** Tipo y tamaño de mercado,
- i)** Canales de distribución.

PRODUCCIÓN

- a)** Tecnología y asistencia técnica;
- b)** Mano de Obra calificada,
- c)** Disponibilidad de la materia prima e insumos,
- d)** Disponibilidad de Energía,
- e)** Vías de acceso,
- f)** Servicios básicos.

LEGALES

- a)** Ordenanzas municipales;
- b)** Permiso sanitario,
- c)** Permiso bomberos,
- d)** Permiso de construcción del municipio.

AMBIENTALES

- a)** Manejo de desechos;
- b)** Contaminación ambiental,
- c)** Tratamiento de aguas servidas.

- MATRIZ DE FACTORES
- ESCALA DE EVALUACIÓN

TABLA Nº 56
FACTORES DE ESCALA

| ESCALA CUALITATIVA | ESCALA CUANTITATIVA |
|--------------------|---------------------|
| ÓPTIMA | 5 |
| MUY BUENA | 4 |
| BUENA | 3 |
| REGULAR | 2 |
| PÉSIMA | 1 |
| INDIFERENTE | 0 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

- DISEÑO DE LA MATRIZ DE EVALUACIÓN INICIAL

TABLA Nº 57
MATRIZ EVALUACIÓN

| FACTORES | Sector "Cuna del Arte" San Antonio de Ibarra | Sector "Ibarra" Centro de la ciudad | Sector Panamericana Norte |
|---------------------------------|---|---|---------------------------------|
| a) FACTORES GEOGRÁFICOS | | | |
| Topografía del suelo | 4 | 4 | 4 |
| Riesgos potenciales | 4 | 3 | 2 |
| Disponibilidad de Agua | 5 | 5 | 5 |
| Disponibilidad de terrenos | 4 | 3 | 3 |
| Espacio físico | 4 | 3 | 2 |
| TOTAL | 21 | 18 | 16 |
| b) FACTORES COMUNITARIOS | | | |
| Infraestructura básica | 5 | 4 | 4 |
| Costo de los terrenos | 3 | 3 | 3 |
| TOTAL | 8 | 7 | 7 |
| c) FACTORES COMERCIALES | | | |
| Posición Estratégica | 5 | 5 | 4 |
| Usos y Costumbres | 3 | 3 | 3 |
| Flujo de personas | 4 | 4 | 3 |
| Competencia | 0 | 0 | 0 |
| Proveedores | 4 | 4 | 4 |

| | | | |
|--|------------|-----------|-----------|
| Seguridad | 4 | 4 | 4 |
| Formas de transporte del producto | 3 | 3 | 3 |
| Tipo y tamaño de mercado | 3 | 3 | 3 |
| Canales de distribución | 5 | 5 | 4 |
| TOTAL | 31 | 31 | 28 |
| d) FACTORES DE PRODUCCIÓN | | | |
| Tecnología y asistencia técnica | 5 | 5 | 4 |
| Mano de Obra calificada | 4 | 4 | 4 |
| Disponibilidad de la materia prima e insumos | 4 | 5 | 4 |
| Disponibilidad de Energía | 4 | 4 | 4 |
| Vías de acceso | 3 | 3 | 3 |
| Servicios básicos | 4 | 4 | 3 |
| TOTAL | 24 | 25 | 22 |
| e) FACORES LEGALES | | | |
| Ordenanzas municipales | 5 | 5 | 4 |
| Permiso sanitario | 4 | 4 | 4 |
| Permiso bomberos | 4 | 4 | 4 |
| Permiso de construcción del municipio | 5 | 5 | 3 |
| TOTAL | 18 | 18 | 15 |
| f) FACTORES AMBIENTALES | | | |
| Manejo de desechos | 4 | 4 | 3 |
| Contaminación ambiental | 3 | 2 | 4 |
| Tratamiento de aguas servidas | 5 | 4 | 3 |
| TOTAL | 12 | 10 | 10 |
| TOTAL FINAL | 102 | 99 | 88 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En conclusión el lugar más idóneo o elegible para instalar la microempresa de manualidades “SARYLÚ Cía. Ltda.” es la opción A que

corresponde a la parroquia Cuna del Arte San Antonio de Ibarra puesto que tiene el mayor puntaje asignado.

- REGLA DE DECISIÓN

El factor más significativo del proyecto se considera que es el comercial al cual se le asigna el 28%.

Los otros cinco factores en conflicto son geográfico, comunitario, producción, legal y ambiental; al cual se le asigna el siguiente porcentaje al factor geográfico 17%, al comunitario el 7%, al factor producción el 22%, al legal 16% y finalmente al ambiental 10%.

- MATRIZ DE PONDERACIÓN

TABLA N° 58

MATRIZ DE PONDERACIÓN

| FACTORES | % DE PONDERACIÓN |
|-----------------------------------|-------------------------|
| a) FACTORES GEOGRÁFICOS | |
| Topografía del suelo | 0,04 |
| Riesgos potenciales | 0,03 |
| Disponibilidad de Agua | 0,05 |
| Disponibilidad de terrenos | 0,03 |
| Espacio físico | 0,03 |
| TOTAL | 0,17 |
| b) FACTORES COMUNITARIOS | |
| Infraestructura básica | 0,04 |
| Costo de los terrenos | 0,03 |
| TOTAL | 0,07 |
| c) FACTORES COMERCIALES | |
| Posición Estratégica | 0,04 |
| Usos y Costumbres | 0,03 |
| Flujo de personas | 0,03 |
| Competencia | 0,00 |
| Proveedores | 0,04 |
| Seguridad | 0,04 |
| Formas de transporte del producto | 0,03 |
| Tipo y tamaño de mercado | 0,03 |
| Canales de distribución | 0,04 |
| TOTAL | 0,28 |

| | |
|--|-------------|
| d) FACTORES DE PRODUCCIÓN | |
| Tecnología y asistencia técnica | 0,04 |
| Mano de Obra calificada | 0,04 |
| Disponibilidad de la materia prima e insumos | 0,04 |
| Disponibilidad de Energía | 0,04 |
| Vías de acceso | 0,03 |
| Servicios básicos | 0,03 |
| TOTAL | 0,22 |
| e) FACTORES LEGALES | |
| Ordenanzas municipales | 0,04 |
| Permiso sanitario | 0,04 |
| Permiso bomberos | 0,04 |
| Permiso de construcción del municipio | 0,04 |
| TOTAL | 0,16 |
| f) FACTORES AMBIENTALES | |
| Manejo de desechos | 0,03 |
| Contaminación ambiental | 0,03 |
| Tratamiento de aguas servidas | 0,04 |
| TOTAL | 0,10 |
| TOTAL FINAL | 1,00 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

4.4. ASPECTOS PARA LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

- RECURSO HUMANO

Por ser el sector turístico y comercial; existe gran afluencia de personas de todas partes que acuden al lugar de la ejecución del proyecto en calidad de demandantes, lo cual es importantes debido a que entre mayor sea la afluencia, será mejor para el desarrollo de las actividades productivas y económicas de la microempresa.

- OBRAS DE INFRAESTRUCTURA

El lugar donde se va desarrollar la microempresa; cuenta con los servicios básicos requeridos para la implementación del proyecto. En cuanto a obras de infraestructura cuenta con alcantarillado, agua potable,

luz eléctrica, internet, entre otras con una superficie de 13m², que se adquirirá mediante un contrato de arrendamiento mientras se consigue un lugar propio.

- VÍAS DE ACCESO

En cuanto a vías de acceso la microempresa contará con vías de primer orden; cuyas vías de acceso van desde el norte hasta el sur, cuyos canales de comunicación son apropiadas por cuanto se interceptan en el lugar de las instalaciones desde el centro de la ciudad.

- TRANSPORTE

El sector cuenta con el servicio de transporte de buses directos a pocos pasos de la microempresa, entre ellas la cooperativa 28 de Septiembre y San Miguel de Ibarra, al igual que el servicio de camionetas, taxis ejecutivos las cuales prestan sus servicios a cualquier lugar, el cantón existiendo facilidad de llegar al lugar de la implementación de la microempresa.

- FACTORES AMBIENTALES

El proyecto que se desea implementar pretende desarrollar cada una de las actividades generando un impacto mínimo al medio ambiente; ya que los desechos se los reciclará, lo cual constituye desarrollar la producción sin poner en riesgo el entorno en el cual se desarrollará la nueva microempresa.

4.5. DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL PROYECTO

4.5.1. SUPERFICIE TOTAL

La Superficie Total de la microempresa de manualidades es de 100 m².

4.5.2. AMBIENTES

La microempresa dispone de las siguientes ambientes:

- ❖ Gerencia

- ❖ Secretaria
- ❖ Producción
- ❖ Bodega de Materia Prima e Insumos
- ❖ Almacenamiento de productos terminados (ventas)
- ❖ Baños y vestuarios

4.6. DISEÑO Y REMODELACIÓN DE LAS INSTALACIONES

El diseño y la remodelación de la microempresa deben ir de acuerdo al proceso de producción y comercialización de las manualidades, determinando áreas de almacenamiento de materia prima, producción, bodega y comercialización de las manualidades.

La remodelación de la microempresa se encuentra conformada por las siguientes áreas:

- ÁREA ADMINISTRATIVA

Esta área consta de los ambientes de gerencia, contabilidad; las instalaciones del área administrativa deberán tener una apariencia ordenada y bien distribuida, con la finalidad de brindar las comodidades necesarias a los empleados, y en especial a los visitantes de nuestras instalaciones.

- ÁREA DE PRODUCCIÓN

En esta área se encuentra el supervisor de producción, los trabajadores que se dedican a la producción de las manualidades, el área de producción deber estar bien iluminada y con suficiente ventilación, con la finalidad de brindar un buen ambiente para desempeñar las labores de elaboración de manualidades.

- BODEGA

En esta sección se encuentra el almacenamiento de las diferentes manualidades, los trabajadores del área de producción deben tener la bodega bien iluminada y con suficiente ventilación, con la finalidad de custodiar la mercadería y así brindar un buen ambiente para desempeñar las labores cotidianas.

- ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN

Esta área esta conforma por almacenamiento de productos terminados, exhibición de las manualidades y las ventas, las oficinas se instalará en un lugar estratégico donde pueda tener la suficiente visibilidad y acceso directo del cliente a las sala de exhibición y ventas.

La presentación externa e interna de la microempresa, será la que nos permita establecer una imagen que perdure en la memoria de los clientes.

- REMODELACIÓN DE LAS INSTALACIONES DE LA MICROEMPRESA

**TABLA N° 59
INSTALACIONES DE LA MICROEMPRESA**

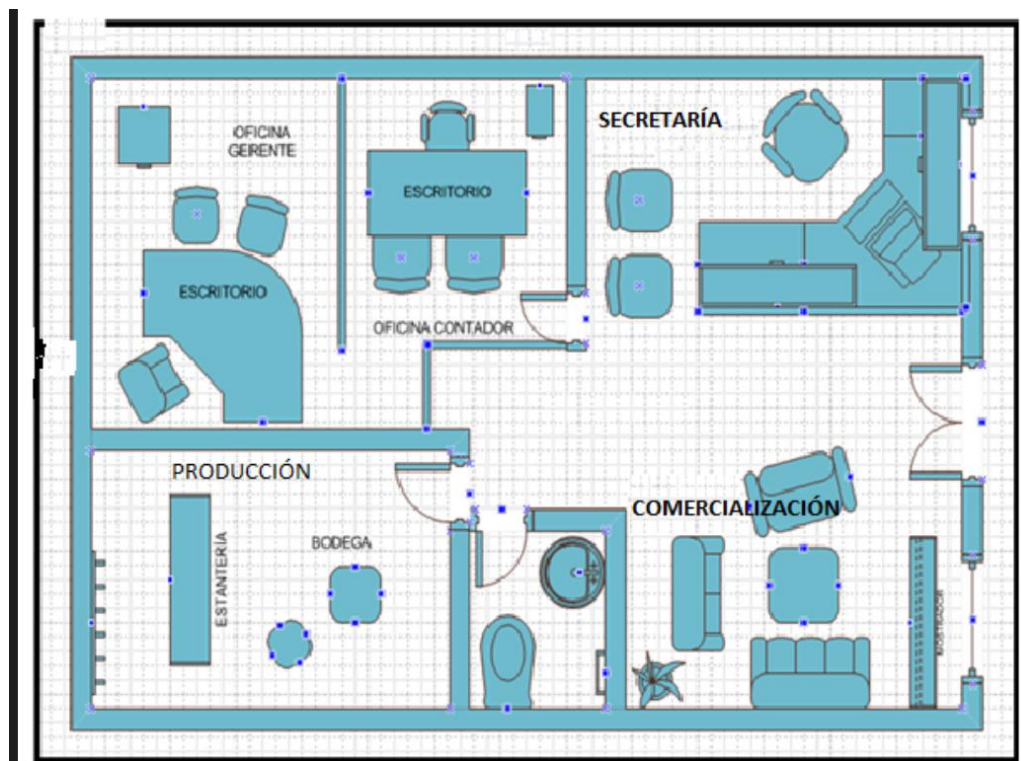
| Área | Unidad de Medida | Especificacion es Técnicas | Tamaño | Costo |
|---------------------|------------------|----------------------------|------------|------------------|
| Gerencia | m ² | Moderna | 12 | \$144,00 |
| Contabilidad | m ² | Moderna | 10 | \$120,00 |
| Secretaria | m ² | Moderna | 18 | \$216,00 |
| Producción y bodega | m ² | Moderna | 25 | \$300,00 |
| Comercialización | m ² | Moderna | 35 | \$420,00 |
| TOTAL | | | 100 | \$1200,00 |

FUENTE: ARQ. MIGUEL ÁNGEL VÁSQUEZ
ELABORADO: LAS AUTORAS

El arrendamiento del local comercial será de \$ 1.200,00; la misma que para su inicio necesitará ser remodelada en toda su área que es de 100 m², lugar dónde operará la microempresa “Sarylú el Arte de las Manualidades Cía. Ltda.”, el local dispondrá de oficinas para Gerencia y

Secretaría, Departamento de Producción-Bodega y el Área de Comercialización, su costo será de \$ 2.000,00.

GRÁFICO Nº 31 DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: ARQ. MIGUEL ÁNGEL VÁSQUEZ

4.7. PROCESO DE PRODUCCIÓN

4.7.1. DE LAS CARTERAS

- ADQUISICIÓN DE LA MATERIA PRIMA

En primera etapa se hace la solicitud de compra de la materia prima por parte del área de producción luego se envía la solicitud a secretaria para que el Gerente autorice la compra y mediante memorándum se comunique a Contabilidad para que realice el trámite correspondiente de la adquisición de materia prima con los proveedores.

- RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE MATERIA PRIMA

Se recibe la materia prima y se hace la constatación física con la orden de compra y luego se almacena los materiales, los conservamos en sus propios contenedores hasta el momento de su utilización procurando mantenerlas en lugares frescos y poco húmedos.

Las materias primas que se reciben son: gama de colores de colita de ratón, cola de rata, hilos, forros.

- DEFINICIÓN DEL MODELO

Se escoge los patrones de diseño y se define el modelo, el color, el tamaño de la cartera para comenzar la elaboración de la misma.

- ELABORACIÓN DEL BORDADO

Se comienza bordando la base de la cartera, luego se procede a realizar la puntada de la cartera, se lo borda de acuerdo a las características del modelo seleccionado.

- ACABADOS DEL PRODUCTO

Después de haber culminado el bordado se procede a forrar la cartera, se colocan los cierres, las agarraderas, los remaches, las argollas, mullos y se le da un acabado fino en cuero.

- EMPACADO DEL PRODUCTO

Se procede al empaqueo y colocación de la etiqueta de la cartera, se fija el precio y se envía a bodega.

- ALMACENAMIENTO DEL PRODUCTO

El producto terminado se almacena en la bodega para luego ser enviado al área de comercialización para su posterior venta.

GRÁFICO N°32
PROCESO DE PRODUCCIÓN

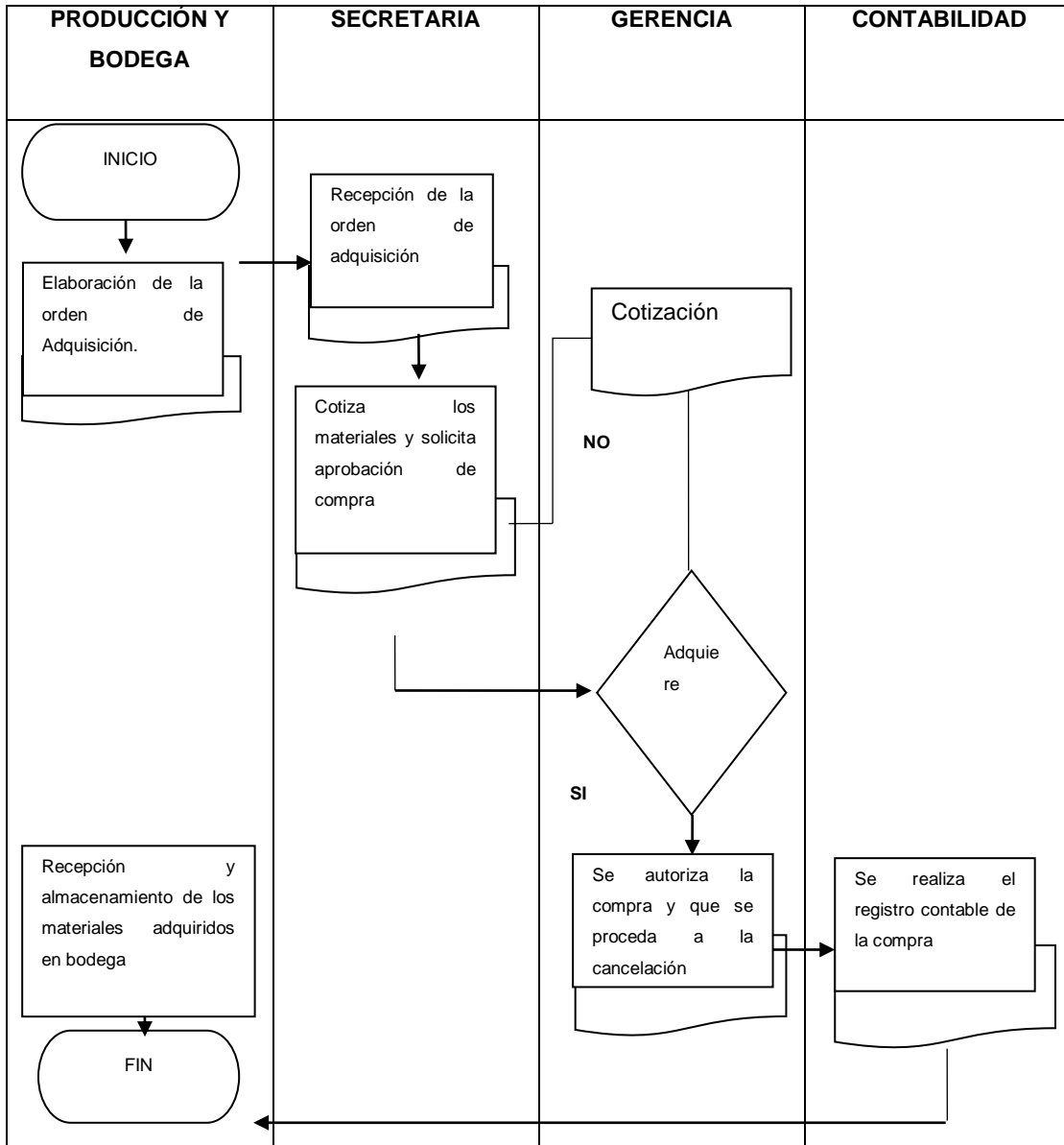


FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

4.7.1.1. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

GRÁFICO Nº 33

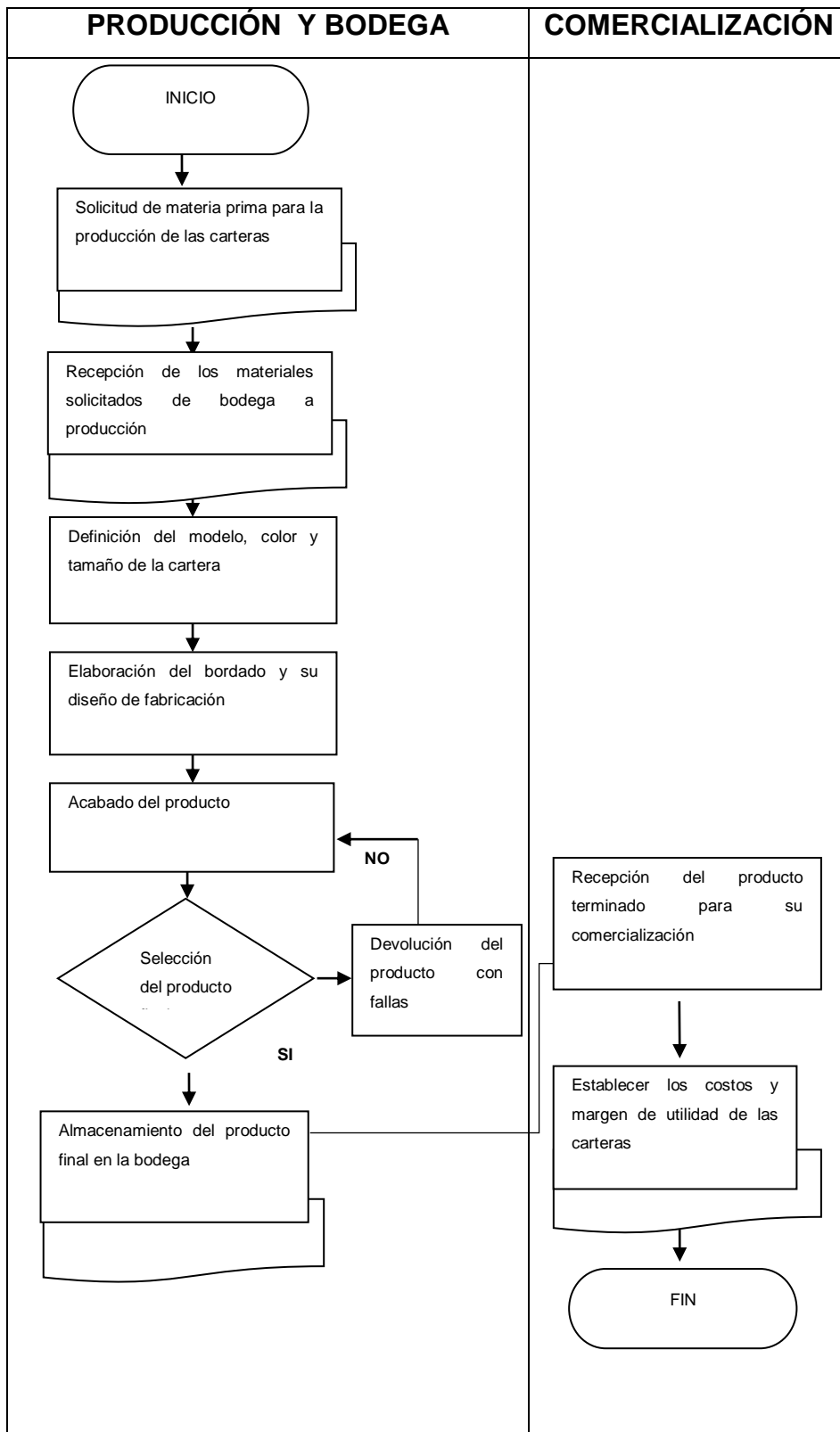
FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ADQUISICIÓN DE MATERIALES



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

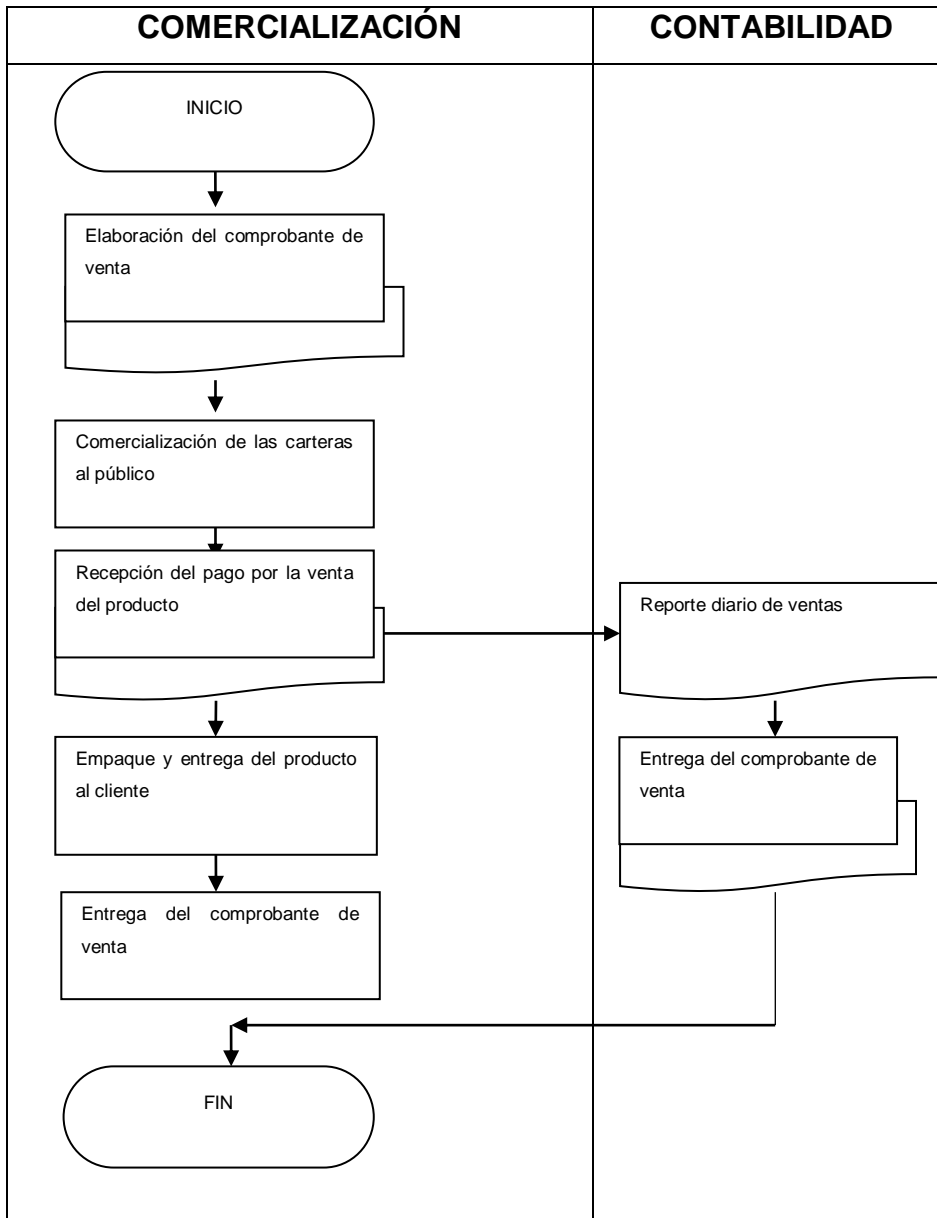
GRÁFICO N° 34

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE CARTERAS



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 35
FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE
CARTERAS



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

4.8. DE LOS TAPETES

- ADQUISICIÓN DE LA MATERIA PRIMA

En primera etapa se hace la solicitud de compra de la materia prima por parte del área de producción luego se envía la solicitud a secretaría para que el Gerente autorice la compra y mediante memorándum se comunique a Contabilidad para que realice el trámite correspondiente de la adquisición de materia prima con los proveedores.

- RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE MATERIA PRIMA

Se recibe la materia prima y se hace la constatación física con la orden de compra, luego se almacenan los materiales y los conservamos en sus propios contenedores hasta el momento de su utilización procurando mantenerlas en lugares frescos y poco húmedos.

Las materias primas que se reciben son: gamas de lanas, hilos, patrones.

- DEFINICIÓN DEL MODELO Y COLOR

Se escoge las plantillas y se define el modelo, el color, el tamaño, la forma del tapete para comenzar la elaboración de la misma.

- ELABORACIÓN DEL BORDADO

Se comienza bordando la base del tapete, luego se procede a realizar el bordado según las características de forma, color del tapete.

- ACABADOS DEL PRODUCTO

Después de haber culminado el bordado se procede a lavar, luego se plancha y se entrega para el empaclado.

- EMPACADO DEL PRODUCTO

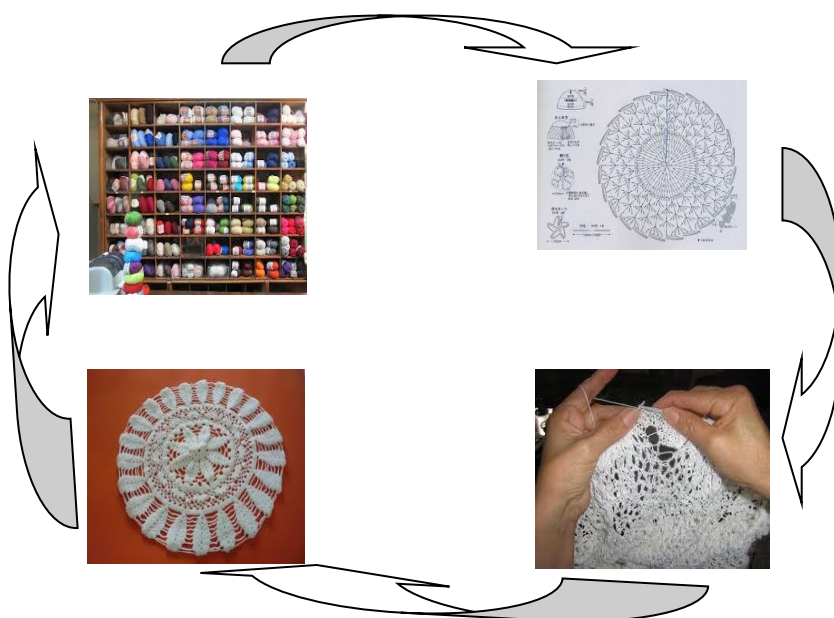
Se procede al empaqueo y colocación de la etiqueta, se fija el precio y se envía a bodega.

- ALMACENAMIENTO DEL PRODUCTO

El producto terminado se almacena en la bodega para luego enviar los productos al área de comercialización para su posterior venta.

GRÁFICO N°36

PROCESO DE PRODUCCIÓN

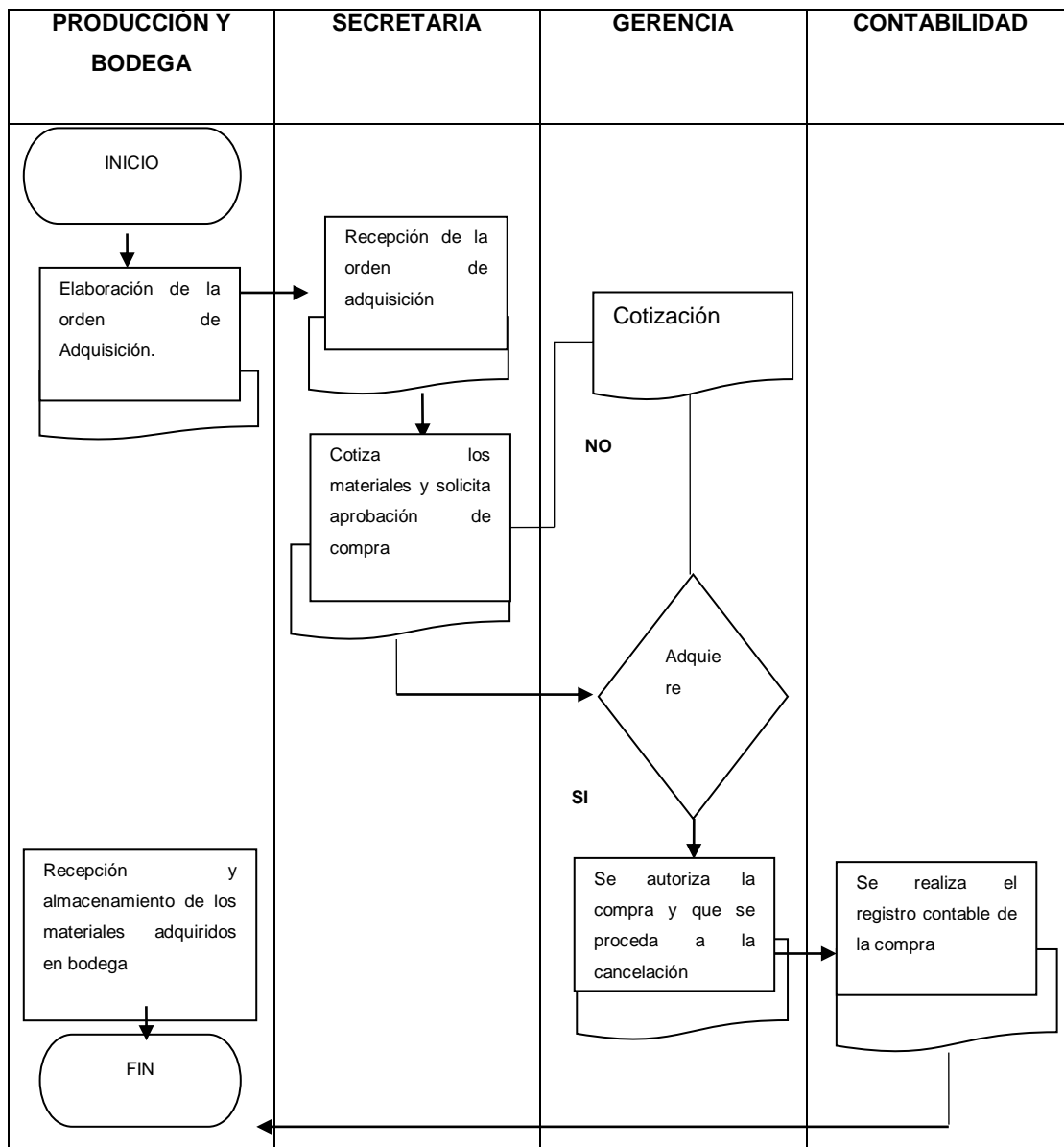


FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

4.8.1. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE TAPETES

GRÁFICO Nº 37

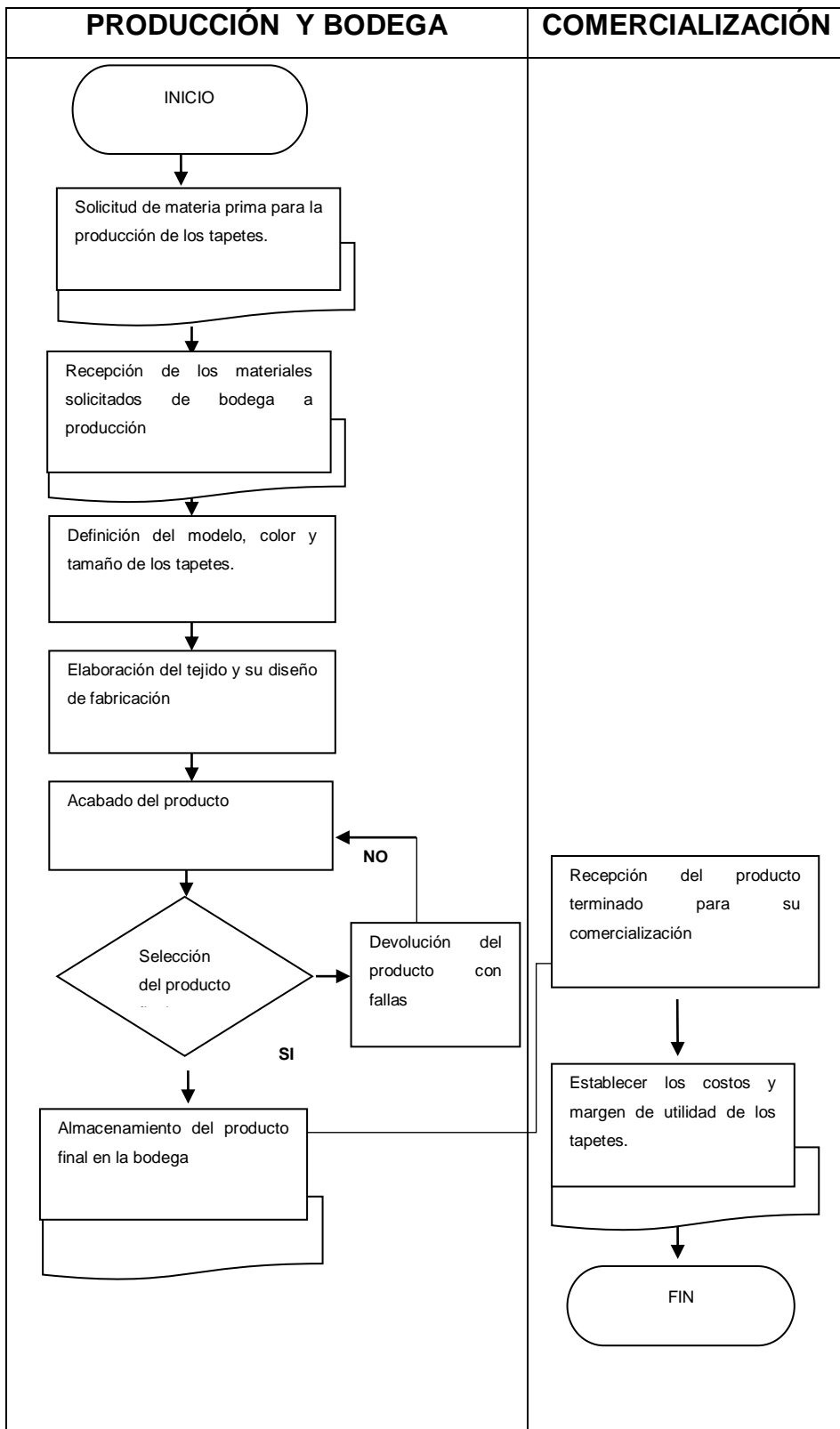
FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ADQUISICIÓN DE MATERIALES



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

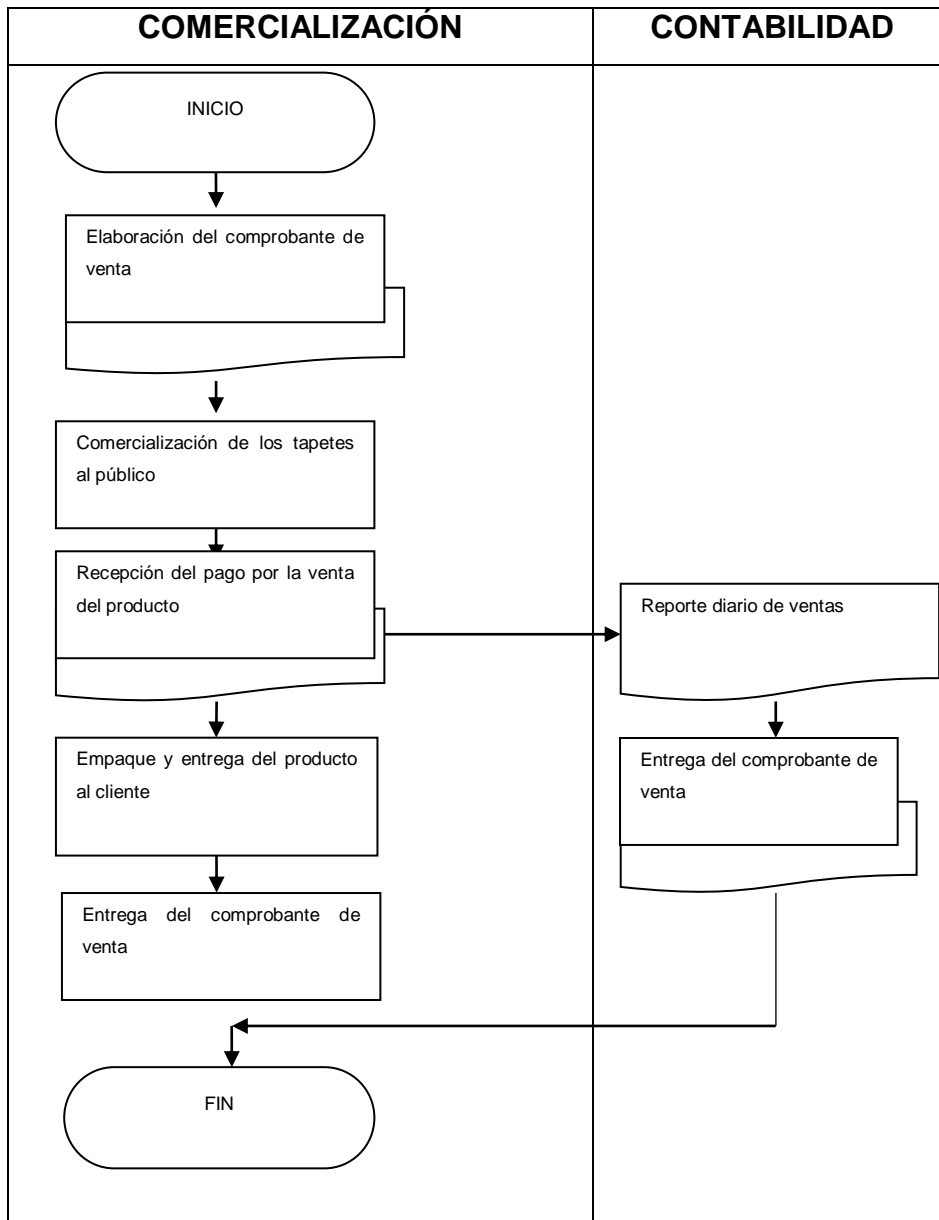
GRÁFICO N° 38

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE TAPETES



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 39
FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS TAPETES



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

4.9. DE LAS FIGURAS DE FÓMIX

- ADQUISICIÓN DE LA MATERIA PRIMA

En primera etapa se hace la solicitud de compra de la materia prima por parte del área de producción luego se envía la solicitud a secretaría para que el Gerente autorice la compra y mediante memorándum se comunique a Contabilidad para que realice el trámite correspondiente de la adquisición de materia prima con los proveedores.

- RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE MATERIA PRIMA

Se recibe la materia prima y se almacena, conservándose en sus propios empaques hasta el momento de su utilización y procurando mantenerlas en lugares frescos y poco húmedos.

La materia prima que se recibe son: gama de Fómix, palos de pincho, bolas espuma flex, envase de plástico, plumón, entre otros.

- DEFINICIÓN DEL DISEÑO, COLOR Y FORMA DE LAS FIGURAS DE FÓMIX

Se escoge los patrones y se define el diseño, el color, el tamaño, la forma del adorno y se procede a realizar los moldes para comenzar la elaboración de la misma.

- ELABORACIÓN DEL ADORNO O FIGURA DE FÓMIX

Se procede a copiar el patrón en moldes de Fómix, se corta las piezas del adorno de Fómix, se arma el adorno y se pega.

- ACABADO DEL ADORNO O FIGURA DE FÓMIX

Luego de elaborar el boceto del adorno se procede a culminar con el pintado, se coloca el adorno en su diseño original.

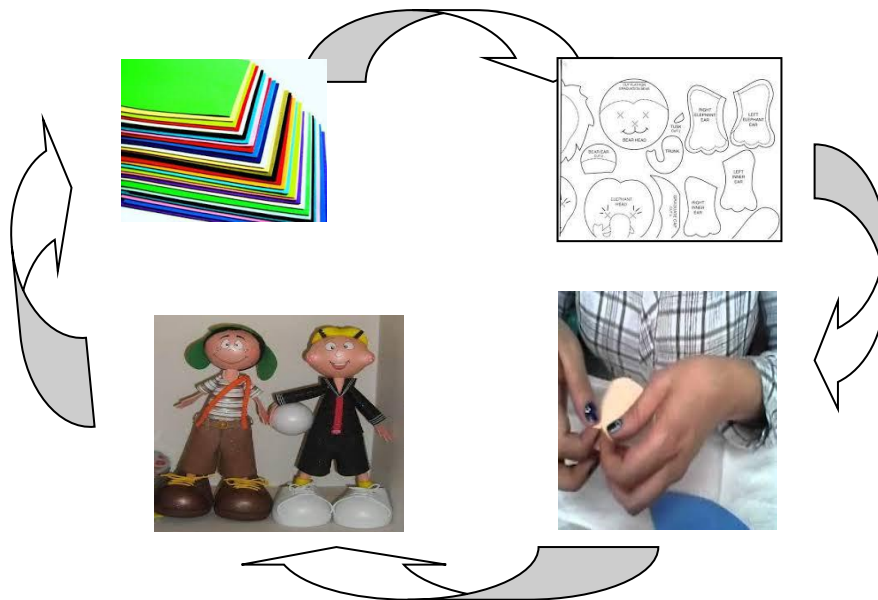
- EMPACADO

Se procede a la colocación de la etiqueta, se fija el precio de venta y se envía a bodega para su almacenamiento.

- ALMACENAMIENTO

El producto terminando se almacena en la bodega para luego ser enviado al área de comercialización para su posterior venta.

GRÁFICO N°40
PROCESO DE PRODUCCIÓN

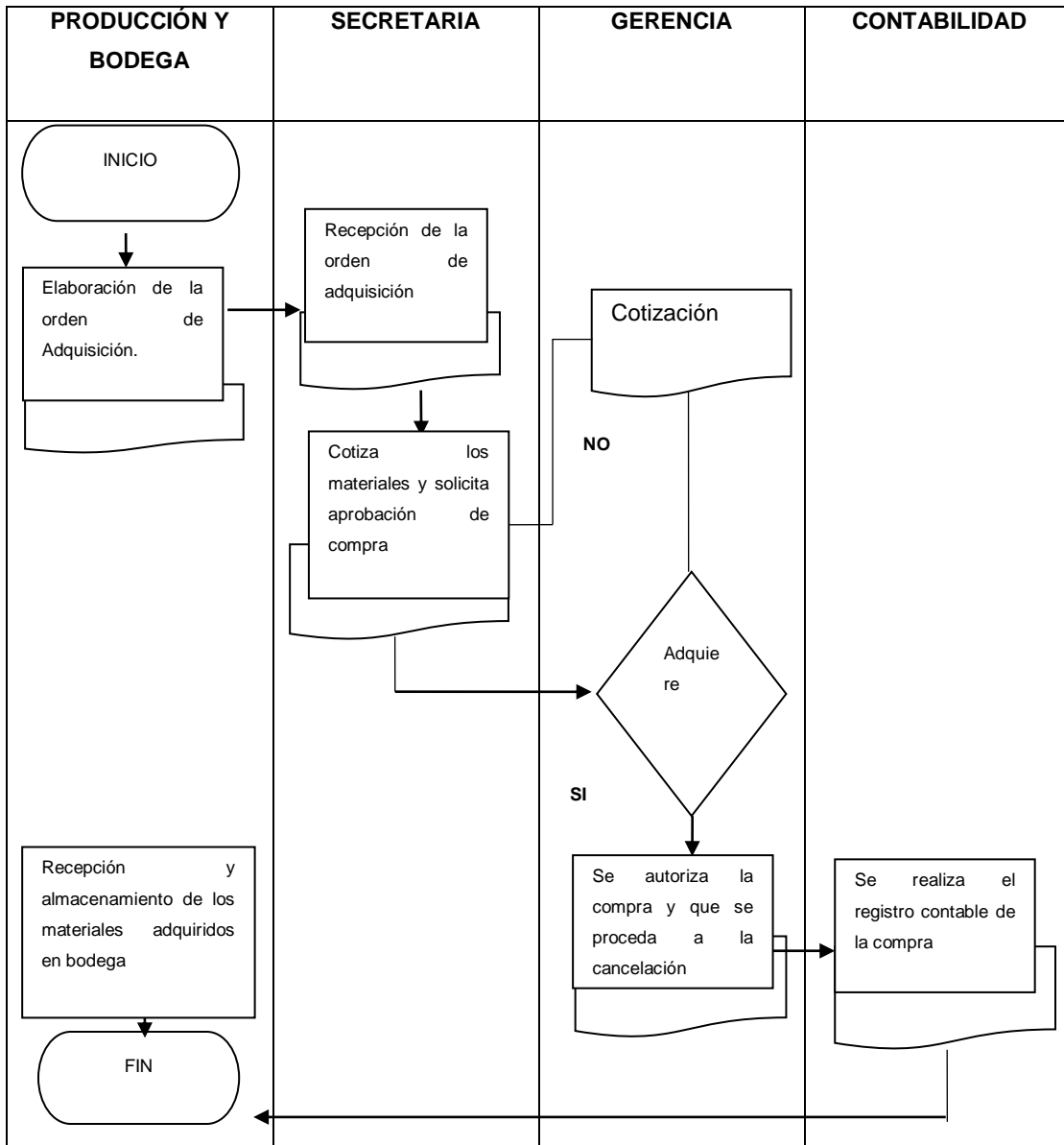


FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

4.9.1. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE FIGURAS

GRÁFICO Nº 41

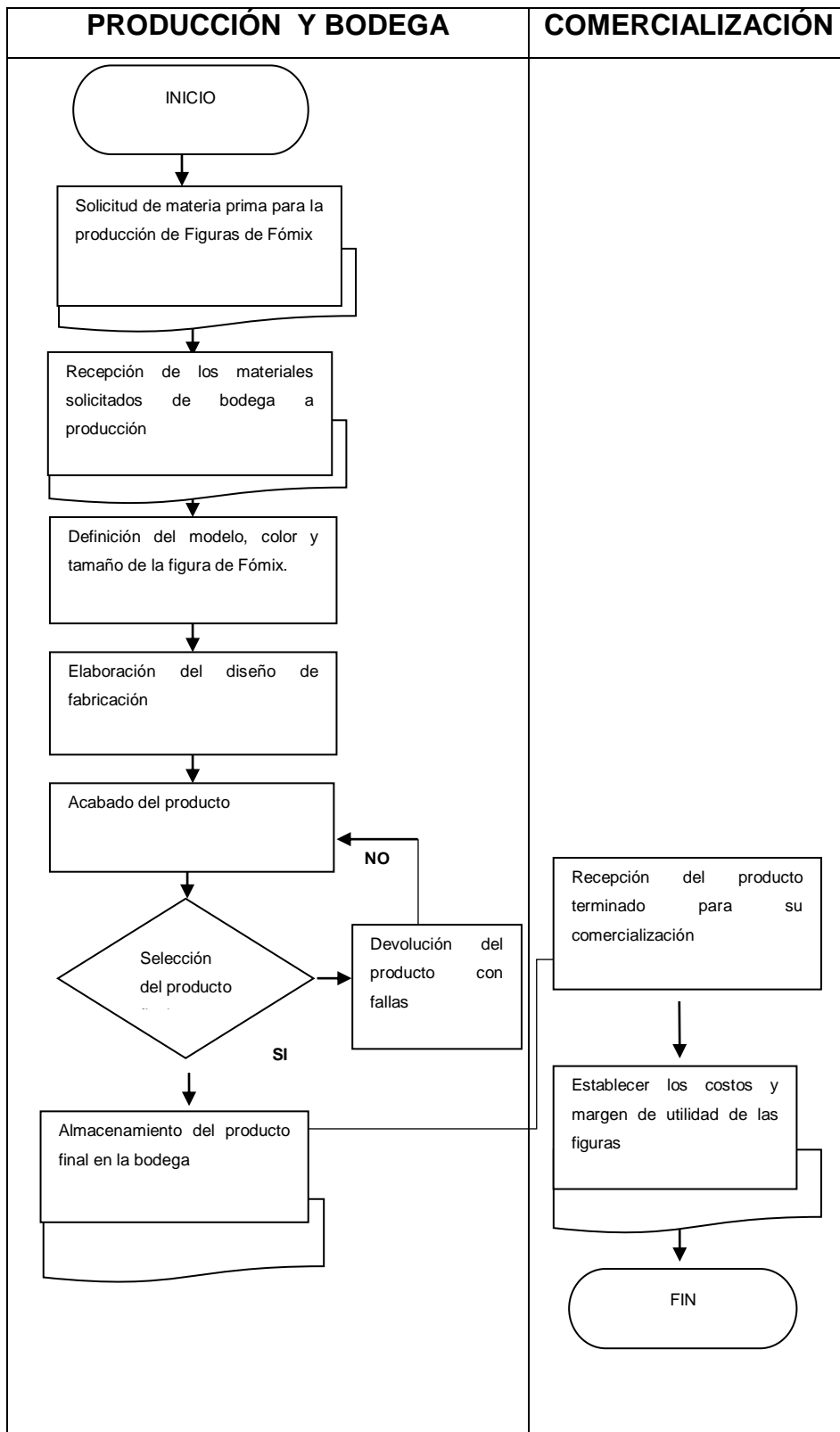
FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ADQUISICIÓN DE MATERIALES



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

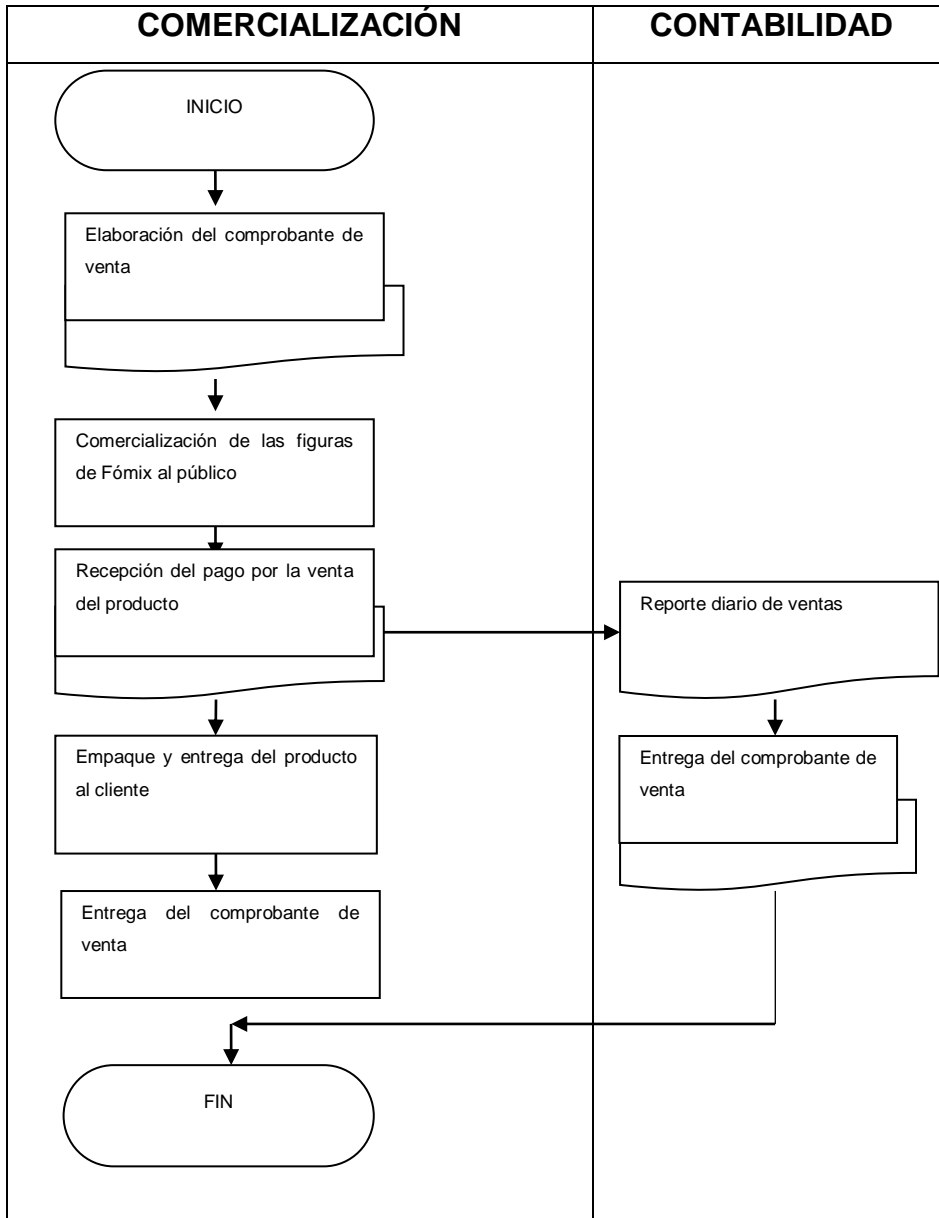
GRÁFICO N° 42

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE FIGURAS



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 43
FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS
FIGURAS



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
 ELABORADO: LAS AUTORAS

4.10. PRODUCTO

Los productos a ofrecer por parte de la microempresa de manualidades son de tres tipos que se detallan a continuación:

- ❖ Carteras
- ❖ Tapetes
- ❖ Figuras de Fómix

Cada presentación cumplirá con los requisitos de calidad y exhibición que las normas exigen y principalmente por las del cliente. Será un producto en condiciones de competitividad alta por la dedicación de la microempresa en ofrecer productos de muy buena calidad.

Los empaques serán de plástico con recubrimiento de laca, esto hará que las carteras se exhiban de manera adecuada y se evite la decoloración de los productos.

Los empaques serán de plástico con recubrimiento de laca, esto hará que los tapetes se exhiban de manera adecuada y se evite la decoloración de los productos.

Los empaques serán de forma cilíndrica, de plástico con recubrimiento de laca, esto hará que las figuras de Fómix se exhiban de manera adecuada y se evite el maltrato y la decoloración de los productos.

4.11. MATERIALES

Con el único objetivo de ofrecer un producto de alta calidad los materiales que utilizará la microempresa para la producción de manualidades son maquinarias y herramientas manuales de última tecnología, que ofrecen diferentes proveedores. Existen maquinarias que ayuda a la elaboración de las diferentes manualidades que se van a producir y ayudaran a la buena marcha del negocio.

A continuación se detallan las ilustraciones:

4.11.1. CARTERAS

- TELAR MAYA

El telar maya sirve para la elaboración del bordado de las carteras ya que depende del modelo, diseño, y tamaño para la fabricación del producto.

GRÁFICO N° 44
MATERIAL DE MADERA TELAR MAYA



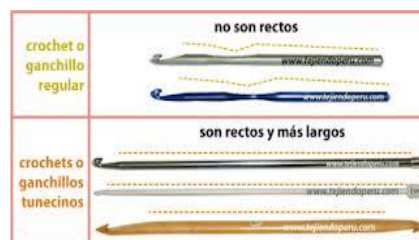
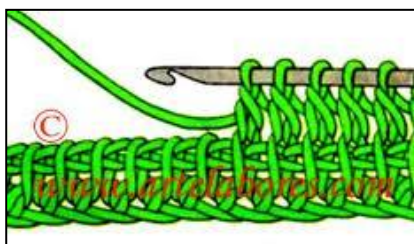
FUENTE: INVESTIGACIÓN
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

Una vez concluida la fase del bordado se procede a realizar el forrado y el acabado de la cartera para su posterior comercialización.

- GANCHILLO TUNECINO

El ganchillo tunecino sirve para elaborar los diferentes tipos de bordado de ciertos modelos trapezoidales que requieren las carteras que se fabrican de forma manual.

GRÁFICO N° 45
MATERIAL DE ACERO GANCHILLO TUNECINO



FUENTE: INVESTIGACIÓN
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

- ADORNOS DE LAS CARTERAS

Los adornos sirven para dar un toque de elegancia a la cartera los mismos que pueden ser de madera o de metal y son requeridos de acuerdo al diseño del producto.

GRÁFICO Nº 46 MATERIAL ADORNOS



FUENTE: INVESTIGACIÓN
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

- AGUJAS DE COSER

Las agujas se utilizan para unir las diferentes piezas de las carteras y su forrado esto se utiliza de acuerdo al diseño del producto.

GRÁFICO Nº 47 MATERIAL AGUJAS



FUENTE: INVESTIGACIÓN
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

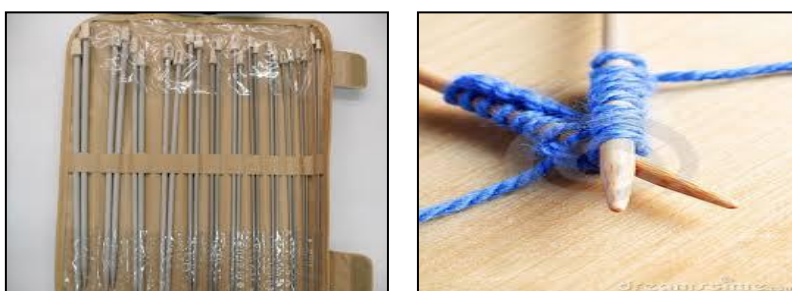
4.11.2. LOS TAPETES

- AGUJONES PARA TEJER

Los agujones sirven para la elaboración manual de los diferentes tipos de puntadas que requieren hacer el bordado a mano ya que son los instrumentos necesarios para que los tapetes sean producidos por la microempresa.

GRÁFICO N° 48

MATERIAL AGUJONES PARA TEJER



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: LAS AUTORAS

- AGUJETAS PARA TEJER

Las agujetas sirven para el bordado de lana gruesa y se realiza las diferentes puntadas que requieren hacer el bordado a mano ya que son los instrumentos apropiados para que los tapetes sean producidos por la microempresa.

GRÁFICO N° 49

MATERIAL AGUJETAS PARA TEJER



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: LAS AUTORAS

- TIJERAS

Se utiliza las tijeras para cortar los fillos de las lanas cuando se ha finalizado el proceso de bordado de los tapetes.

GRÁFICO Nº 50
MATERIAL TIJERAS



FUENTE: INVESTIGACIÓN
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

- VELAS DE CERA

Se utiliza para quemar los fillos de las lanas cuando se haya finalizado la elaboración de los tapetes y de esta manera culminar con el proceso.

GRÁFICO Nº 51
MATERIAL VELAS DE CERA



FUENTE: INVESTIGACIÓN
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

4.11.3. FIGURAS DE FÓMIX

- REPUJADORES DE FÓMIX

Los repujadores se los utiliza en la elaboración de las diferentes figuras de Fómix ya que con ellos se puede dar un mejor acabado al diseño.

GRÁFICO Nº 52
MATERIAL REPUJADORES DE FÓMIX



FUENTE: INVESTIGACIÓN
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

- MOLDES DE MADERA

Estos moldes sirven para la elaboración de los adornos de Fómix y ayudan a optimizar el material ya que solo se utiliza el necesario para hacer el diseño que se ha escogido para su fabricación-

GRÁFICO Nº 53
MATERIAL MOLDES DE MADERA



FUENTE: INVESTIGACIÓN
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

4.12. PRESUPUESTO TÉCNICO

4.12.1. INVERSIONES FIJAS

Las inversiones fijas son: la infraestructura, maquinaria, instalaciones y montaje de los equipos a utilizar en los procesos de producción.

- INVERSIONES FIJAS DE INFRAESTRUCTURA CIVIL

El local comercial tiene un área total de 100 m²; según el Arq. Miguel Ángel Vásquez la remodelación tendrá un costo de \$ 2000,00. Por lo tanto, tendrá un mes de ejecución de la construcción civil.

- INVERSIONES FIJAS DE MAQUINARIA

Se utilizará bienes considerados de corto plazo o duración, para el mejor funcionamiento de las operaciones de la microempresa los cuales son los siguientes:

TABLA N° 60
MATERIALES DE PRODUCCIÓN

| CANTIDAD | VOLUMEN | DESCRIPCIÓN | PRECIO UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------|----------|--------------------|-----------------|--------------------|
| 4 | Pares | Agujones de madera | \$ 3,50 | \$ 14,00 |
| 4 | Pares | Agujones metálicos | \$ 2,50 | \$ 10,00 |
| 4 | Unidades | Agujetas | \$ 1,25 | \$ 5,00 |
| 48 | Unidades | Agujas de coser | \$ 2,50 | \$ 120,00 |
| 4 | Unidades | Ganchillo Tunecino | \$ 3,00 | \$ 12,00 |
| 2 | Unidades | Telar Maya | \$ 3,00 | \$ 6,00 |
| 6 | Unidades | Tijeras | \$ 10,00 | \$ 60,00 |
| 120 | Unidades | Patrones | \$ 6,50 | \$ 780,00 |
| 2 | Unidades | Planchas | \$ 30,00 | \$ 60,00 |
| 50 | Unidades | Plantillas | \$ 1,50 | \$ 75,00 |
| 6 | Unidades | Sierra | \$ 1,25 | \$ 7,50 |
| 1 | Unidad | Máquina de Coser | \$ 250,00 | \$ 250,00 |
| 6 | Unidades | Repujadores | \$ 0,80 | \$ 4,80 |
| TOTAL | | | | \$ 1.404,30 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- MUEBLES Y ENSERES

Se considera a los muebles destinados a las operaciones de las áreas de administración, producción y comercialización.

TABLA N° 61
MUEBLES Y ENSERES

| Concepto | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
|------------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Escritorio | 3 | \$ 100,00 | \$ 300,00 |
| Archivador | 3 | \$ 98,00 | \$ 294,00 |
| Silla | 3 | \$ 50,00 | \$ 150,00 |
| Mesas de Trabajo | 2 | \$ 120,00 | \$ 240,00 |
| Vitrinas | 3 | \$ 150,00 | \$ 450,00 |
| Sillón espera Tripersonal C/Brazos | 1 | \$ 165,00 | \$ 165,00 |
| TOTAL | | \$ 683,00 | \$ 1.599,00 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- INVERSIONES FIJAS EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Es necesaria además, la adquisición de equipos de computación completos para la normal actividad comercial.

TABLA N° 62
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

| Equipo | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
|--------------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Computadora de escritorio Case Combo | 1 | \$ 760,00 | \$ 760,00 |
| Portátil HP G41388 | 1 | \$1200,00 | \$ 1200,00 |
| Impresora-Copiadora Samsung SCX 4300 | 1 | \$ 250,00 | \$ 250,00 |
| TOTAL | | \$ 2.210,00 | \$ 2.210,00 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- INVERSIONES FIJAS EQUIPO DE OFICINA

Las inversiones fijas de oficina ayudarán al óptimo funcionamiento de los diferentes departamentos: gerencia, administración, producción, bodega y ventas de la microempresa.

TABLA N° 63
EQUIPO DE OFICINA

| Concepto | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
|--------------|----------|------------------|------------------|
| Teléfono | 1 | \$ 45,25 | \$ 45,25 |
| Teléfono Fax | 1 | \$ 156,00 | \$ 156,00 |
| TOTAL | | \$ 201,25 | \$ 201,25 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS

TABLA N° 64
RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS

| Concepto | Anual USD |
|--|--------------------|
| Remodelación de Instalaciones y Planta | \$ 2.000,00 |
| Maquinaria | \$ 1.404,30 |
| Equipo de computo | \$ 2.210,00 |
| Muebles y enseres | \$ 1.599,00 |
| Equipo de Oficina | \$ 194,00 |
| Total | \$ 7.414,75 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

4.12.2. INVERSIONES DIFERIDAS

Se estima los rubros de permisos de funcionamiento para la puesta en marcha de la microempresa, registros sanitarios y trámites legales para la creación de la misma, además de los costos mencionados se toma en cuenta el arriendo mensual del inmueble.

TABLA Nº 65
INVERSIONES DIFERIDAS

| CONCEPTO | VALOR |
|---------------------------------------|--------------------|
| Honorarios notarios (1) | \$ 300,00 |
| Registro de la propiedad | \$ 300,00 |
| Pago para constitución de la compañía | \$ 400,00 |
| Publicación en el Diario | \$ 20,00 |
| TOTAL | \$ 1.020,00 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA Nº 66
INVERSIONES DIFERIDAS ARRENDAMIENTO INMUEBLE

| Concepto | Anual USD |
|------------------------|--------------------|
| Arrendamiento Inmueble | \$ 1.200,00 |
| Total | \$ 1.200,00 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

4.12.3. CAPITAL DE TRABAJO

La microempresa de manualidades mantendrá un capital de operación mensual en base a los siguientes rubros:

TABLA N° 67
CAPITAL DE TRABAJO

| DETALLE | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|---|----------|----------------|--------------------|
| MATERIA PRIMA IDIRECTA | | | |
| Carteras | | | \$ 537,00 |
| Tapetes | | | \$ 142,50 |
| Figuras de Fómix | | | \$ 187,50 |
| TOTAL | | | \$ 867,00 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | | | |
| Remuneración Obreros | 3 | \$ 317,17 | \$ 951,50 |
| TOTAL | | | \$ 951,50 |
| COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN | | | |
| Servicios Básicos | 1 | \$ 42,81 | \$ 42,81 |
| Depreciación Maquinaria | 1 | \$ 25,00 | \$ 25,00 |
| Etiquetas | | | \$ 50,00 |
| Envases Fig. de Fómix | | | \$ 100,00 |
| TOTAL | | | \$ 217,81 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | | |
| Remuneración Gerente | 1 | \$ 525,10 | \$ 525,10 |
| Servicios Profesionales Contador | 1 | \$ 200,00 | \$ 200,00 |
| Remuneración Secretaria | 1 | \$ 425,38 | \$ 425,38 |
| Suministros de oficina | 1 | \$ 32,31 | \$ 32,31 |
| Servicios Básicos | 1 | \$ 25,68 | \$ 25,68 |
| TOTAL | | | \$ 1.208,48 |
| GASTOS DE VENTAS | | | |
| Remuneración Vendedores | 1 | \$ 422,89 | \$ 422,89 |
| Publicidad | 1 | \$ 59,38 | \$ 59,38 |
| Servicios Básicos | 1 | \$ 17,12 | \$ 17,12 |
| TOTAL VENTAS | | | \$ 482,26 |
| SUBTOTAL | | | \$ 3.727,04 |
| Imprevistos 3% | | | \$ 111,81 |
| TOTAL | | | \$ 3.838,85 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Nota Explicativa: En la planta se contará con 3 obreros permanentes, ellos prestarán sus servicios de mano de obra de forma lícita y deberán cumplir las funciones como producción, empaque y almacenamiento de las manualidades por ello percibirán una remuneración unificada de acuerdo a las normas vigentes.

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1.1. EVALUACIÓN FINANCIERA

El estudio financiero busca establecer el monto necesario de la inversión de recursos económicos, el costo total de operación e indicadores que servirán de base para la evaluación financiera del proyecto.

El análisis económico contribuye a determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, que en este caso constituye las inversiones y el costo total de operación de la microempresa (que abarque las funciones producción, administración y ventas), así como otros indicadores que servirán de base para evaluar la parte final y definitiva del proyecto.

Para iniciar el análisis, primeramente tomaremos los datos del estudio de mercado y el precio; con el propósito de determinar los ingresos del proyecto y su proyección.

- ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

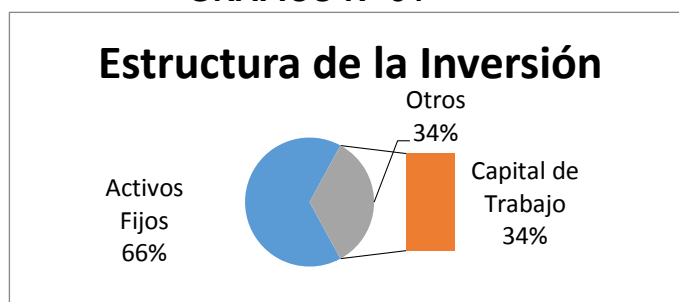
TABLA N° 68
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

| DESCRIPCIÓN | VALOR |
|--------------------|---------------------|
| Activos Fijos | \$ 7.414,75 |
| Capital de Trabajo | \$ 3.838,85 |
| TOTAL | \$ 13.473,40 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 54



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

5.2. INGRESOS

Los ingresos que la unidad productiva obtendrá, será por la venta de los productos tales como: carteras, tapetes y figuras de Fómix.

5.2.1. PROYECCIÓN DE INGRESOS

Para la proyección de los ingresos, se tomó como base el estudio de mercado y la capacidad de producción; los precios del producto fueron asignados mediante el análisis de costos y gastos más un margen de utilidad del 2.27% de acuerdo a nuestra capacidad instalada.

TABLA N° 69

PROYECCIÓN DE INGRESOS

| PRODUCTO | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 | AÑO 2017 |
|------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Carteras | 1230 | 1292 | 356 | 1424 | 1495 |
| Precio Unitarios | \$ 20,00 | \$ 20,45 | \$ 20,92 | \$21,39 | \$ 21,88 |
| Subtotal | \$ 24.604,77 | \$ 26.421,46 | \$ 28.372,29 | \$ 30.467,16 | \$ 32.716,70 |
| Tapetes | 1163 | 1222 | 1283 | 1347 | 1414 |
| Precio Unitarios | \$ 13,00 | \$ 3,30 | \$ 13,60 | \$ 13,91 | \$ 14,22 |
| Subtotal | \$ 15.123,56 | \$ 16.240,20 | \$ 17.439,30 | \$ 18.726,93 | \$ 20.109,63 |
| Adornos en Fómix | 9712 | 10198 | 10708 | 11243 | 11805 |
| Precio Unitarios | \$ 2,00 | \$ 2,05 | \$ 2,09 | \$ 2,14 | \$ 2,19 |
| Subtotal | \$ 19.424,62 | \$ 20.858,83 | \$ 22.398,94 | \$24.052,77 | \$25.828,71 |
| Ingresos Consolidados | \$ 59.152,94 | \$ 63.520,49 | \$ 68.210,53 | \$ 73.246,85 | \$ 78.655,04 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO: LAS AUTORAS

5.3. EGRESOS

Los egresos están representados por las erogaciones que la unidad productiva debe desembolsar para el normal funcionamiento de sus actividades, la cantidad de gastos crece en función a las necesidades de producción. Los costos crecerán de acuerdo a la inflación, tomando como base la inflación del año 2013 al 2,27%. El costo del talento humano crece al 9,9% según la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años.

5.4. COSTOS DE PRODUCCIÓN

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

TABLA N° 70

RENDIMIENTO FINAL DE MATERIA PRIMA PRODUCTO CARTERAS

| CANTIDAD | VOLUMEN | DESCRIPCIÓN | PRECIO UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-------------------------|----------------|----------------------|------------------------|--------------------|
| 3 | Unidades | Colita de Ratón | \$ 2,10 | \$ 6,30 |
| 1 | Unidades | Hilos de coser | \$ 0,35 | \$ 0,35 |
| 0,5 | metros | Forros de cartera | \$ 2,50 | \$ 1,25 |
| 2 | Unidad | Base de carteras | \$ 1,00 | \$ 2,00 |
| 1 | Unidades | Cierres | \$ 0,50 | \$ 0,50 |
| 2 | Unidades | Aladeras de carteras | \$ 1,25 | \$ 2,50 |
| 4 | Unidades | Botones | \$ 0,50 | \$ 2,00 |
| 4 | Unidades | Trozos de cuero | \$ 0,25 | \$ 1,00 |
| 4 | Unidades | Adornos | \$ 0,50 | \$ 2,00 |
| TOTAL POR UNIDAD | | | | \$ 17,90 |
| TOTAL ANUAL | | | | 6.533,50 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA N° 71

RENDIMIENTO FINAL DE MATERIA PRIMA PRODUCTO TAPETES

| CANTIDAD | VOLUMEN | DESCRIPCIÓN | PRECIO UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-------------------------|----------|---------------|-----------------|--------------------|
| | | | | |
| 3 | Unidades | Lana | \$ 1,50 | \$ 4,50 |
| 1 | Unidades | Velas de Cera | \$ 0,25 | \$ 0,25 |
| TOTAL POR UNIDAD | | | | \$ 4,75 |
| TOTAL ANUAL | | | | \$ 1.733,75 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA N° 72

RENDIMIENTO FINAL DE MATERIA PRIMA PRODUCTO FIGURAS DE FÓMIX

| CANTIDAD | VOLUMEN | DESCRIPCIÓN | PRECIO UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-------------------------|----------|------------------|-----------------|--------------------|
| | | | | |
| 1 | Pliegos | Fomix | \$ 1,25 | \$ 1,25 |
| 1 | Unidades | Silicona Líquida | \$ 2,50 | \$ 2,50 |
| 1 | Unidades | Velas de Cera | \$ 0,25 | \$ 0,25 |
| 5 | Unidades | Palos de Pincho | \$ 0,25 | \$ 1,25 |
| 1 | Unidades | Adornos | \$ 1,00 | \$ 1,00 |
| TOTAL POR UNIDAD | | | | \$ 6,25 |
| TOTAL ANUAL | | | | \$ 2.281,25 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA N° 73

COSTO DE PRODUCCIÓN POR UNIDADES

| PRODUCTOS | MPD | MOD | CIF | COSTO DE PRODUCCIÓN POR PRODUCTO | UNIDADES A PRODUCIRCE | COSTO DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD |
|------------|-------------|-------------|-------------|----------------------------------|-----------------------|--------------------------------|
| CARTERAS | \$ 6.533,50 | \$ 5.074,64 | \$ 2.330,33 | \$ 13.938,47 | 1.230 | \$ 11,33 |
| TAPETES | \$ 1.733,75 | \$ 5.074,64 | \$ 2.330,33 | \$ 9.138,72 | 1.163 | \$ 7,86 |
| FIG. FOMIX | \$ 2.281,25 | \$ 5.074,64 | \$ 2.330,33 | \$ 9.686,22 | 9.712 | \$ 1,00 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA Nº 74
COSTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

| PRODUCTO | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 | AÑO 2017 |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------------------|
| Carteras | 1230 | 1292 | 1356 | 1424 | 1495 |
| Precio Unitarios | \$ 11,33 | \$ 11,59 | \$ 11,85 | \$ 12,12 | \$ 12,39 |
| Subtotal | \$13.938,47 | \$14.967,62 | \$16.072,75 | \$ 17.259,48 | \$18.533,84 |
| Tapetes | 1163 | 1222 | 1283 | 1347 | 1414 |
| Precio Unitarios | \$ 7,86 | \$ 8,03 | \$ 8,22 | \$ 8,40 | \$ 8,59 |
| Subtotal | \$9.138,72 | \$9.813,48 | \$10.538,06 | \$ 11.316,13 | \$12.151,66 |
| Adornos en Fómix | 9712 | 10198 | 10708 | 11243 | 11805 |
| Precio Unitarios | \$ 1,00 | \$ 1,02 | \$ 1,04 | \$ 1,07 | \$ 1,09 |
| Subtotal | \$9.686,22 | \$10.401,40 | \$11.169,39 | \$ 11.994,08 | \$12.879,67 |
| Costo unitario en materia prima e insumos | \$32.763,41 | \$35.182,50 | \$37.780,20 | \$ 40.569,70 | \$43.565,16 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- MANO DE OBRA DIRECTA

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

TABLA Nº 75
VARIACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

| AÑOS | SUELDO BÁSICO UNIFICADO | % INCREMENTO ANUAL $i=(C_n/C_o)-1$ |
|------------------------|-------------------------|---------------------------------------|
| 2009 | 218 | |
| 2010 | 240 | 0,101 |
| 2011 | 264 | 0,100 |
| 2012 | 292 | 0,106 |
| 2013 | 318 | 0,089 |
| $i = \frac{\sum i}{n}$ | $\sum i$ | 0,396 |

0,369/4

0,990
i = 9,90%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

**TABLA N° 76
REQUERIMIENTO MANO DE OBRA**

| DETALLE DEL CARGO | NÚMERO DE OBRERAS | | | | |
|---|-------------------|----------|----------|----------|----------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| SBU 2013 | 318 | | | | |
| Recepción de Materia Prima, Producción, Empaquetado y supervisión | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| TOTAL N° OBRERAS | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

**TABLA N° 77
SUELDO MENSUAL OPERARIAS**

| DETALLE DEL CARGO | AÑOS |
|-------------------------|--------------------|
| | AÑO 1 |
| Número de Obreras | 3 |
| SBU | \$ 954,00 |
| Aporte patronal 12,15% | \$ 115,91 |
| Fondos de Reserva 8,33% | \$ - |
| Décimo Tercer Sueldo | \$ 79,50 |
| Décimo Cuarto Sueldo | \$ 79,50 |
| Vacaciones | \$ 39,75 |
| TOTAL | \$ 1.268,66 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

**TABLA N° 78
SUELDOS ANUALES OPERARIAS**

| DETALLE DEL CARGO | AÑOS | | | | |
|-------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Número de Obreras | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| SBU | \$ 1.448,00 | \$ 2.581,35 | \$ 13.826,91 | \$ 15.195,77 | \$ 6.700,15 |
| Aporte patronal 12,15% | \$ 1.390,93 | \$ 1.528,63 | \$ 1.679,97 | \$ 1.846,29 | \$ 2.029,07 |
| Fondos de Reserva 8,33% | \$ - | \$ 953,62 | \$ 1.048,03 | \$ 1.151,78 | \$ 1.265,81 |
| Décimo Tercer Sueldo | \$ 954,00 | \$ 1.048,45 | \$ 1.152,24 | \$ 1.266,31 | \$ 1.391,68 |
| Décimo Cuarto Sueldo | \$ 954,00 | \$ 1.048,45 | \$ 1.152,24 | \$ 1.266,31 | \$ 1.391,68 |
| Vacaciones | \$ 477,00 | \$ 524,22 | \$ 576,12 | \$ 633,16 | \$ 695,84 |
| TOTAL | \$15.223,93 | \$17.684,72 | \$ 19.435,51 | \$ 21.359,62 | \$23.474,22 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Los materiales indirectos son los insumos necesarios para completar la producción. Ver Anexo Nro. 5 de la pág. 222

**TABLA N° 79
MATERIALES INDIRECTOS**

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Materiales Indirectos para la producción | \$1.800,00 | \$ 1.840,86 | \$ 1.882,65 | \$ 1.925,38 | \$ 1.969,09 |
| TOTAL | \$1.800,00 | \$1.840,86 | \$ 1.882,65 | \$ 1.925,38 | \$ 1.969,09 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

**TABLA N° 80
SERVICIOS BÁSICOS PRODUCCIÓN**

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Agua | \$ 66,00 | \$ 67,50 | \$ 69,03 | \$ 70,60 | \$ 72,20 |
| Luz | \$ 222,66 | \$ 227,71 | \$ 232,88 | \$ 238,17 | \$ 243,58 |
| Teléfono-Internet | \$ 225,00 | \$ 230,11 | \$ 235,33 | \$ 240,67 | \$ 246,14 |
| TOTAL | \$ 513,66 | \$ 525,32 | \$ 537,24 | \$ 549,44 | \$ 561,91 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

**TABLA N° 81
MANTENIMIENTO MAQUINARIA**

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Mantenimiento Máquina de Coser | \$ 50,00 | \$ 51,14 | \$ 52,30 | \$ 53,48 | \$ 54,70 |
| TOTAL | \$ 50,00 | \$ 51,14 | \$ 52,30 | \$ 53,48 | \$ 54,70 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

**TABLA Nº 82
RESUMEN COSTO DE PRODUCCIÓN**

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------------------|
| Costos Directos | | | | | |
| Materia Prima Directa | \$10.548,50 | \$10.787,95 | \$11.032,84 | \$11.283,28 | \$11.539,41 |
| Mano de Obra Directa | \$15.223,93 | \$17.684,72 | \$19.435,51 | \$21.359,62 | \$23.474,22 |
| Costos Indirectos | | | | | |
| Materiales Indirectos para la producción | \$ 1.800,00 | \$1.840,86 | \$ 1.882,65 | \$ 1.925,38 | \$ 1.969,09 |
| Servicios Básicos | \$ 513,66 | \$ 525,32 | \$ 537,24 | \$ 549,44 | \$ 561,91 |
| Mantenimiento | \$ 50,00 | \$ 51,14 | \$ 52,30 | \$ 53,48 | \$ 54,70 |
| TOTAL | \$ 28.136,09 | \$30.889,99 | \$32.940,53 | \$ 35.171,21 | \$37.599,34 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

5.5. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos lo conforman el pago de sueldos al personal administrativo, la compra de suministros de oficina, el pago de servicios básicos, servicios de comunicación, útiles de oficina, insumos de limpieza y el mantenimiento del equipo de computación; éstos crecen en base a la inflación del 2,27%, excepto los sueldos que crecen al 9,9% según la tendencia del sueldo básico.

- SUELDOS ADMINISTRATIVOS

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

TABLA N° 83

SUELDO ADMINISTRATIVO MENSUAL

| DETALLE DEL CARGO | MENSUAL | |
|-------------------------|------------------|----------------|
| | Total Personal 3 | |
| | SBU Gerente | SBU Secretaria |
| Sueldos | \$ 400,00 | \$ 320,00 |
| Aporte patronal 12,15% | \$ 48,60 | \$ 38,88 |
| Fondos de Reserva 8,33% | | |
| Décimo Tercer Sueldo | \$ 33,33 | \$ 26,67 |
| Décimo Cuarto Sueldo | \$ 26,50 | \$ 26,50 |
| Vacaciones | \$ 16,67 | \$ 13,33 |
| SUBTOTAL | \$ 525,10 | \$ 425,38 |
| TOTAL MENSUAL | \$ 950,48 | |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA N° 84

PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDOS ADMINISTRACIÓN

| DETALLE DEL CARGO | NÚMERO DE OBRERAS | | | | |
|-------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| SBU 2013 | \$8.640,00 | \$9.495,36 | \$10.435,40 | \$11.468,51 | \$12.603,89 |
| Aporte patronal 12,15% | \$1.049,76 | \$1.153,69 | \$ 1.267,90 | \$ 1.393,42 | \$ 1.531,37 |
| Fondos de Reserva 8,33% | | \$719,71 | \$ 790,96 | \$ 869,27 | \$ 955,33 |
| Décimo Tercer Sueldo | \$ 720,00 | \$ 791,28 | \$ 869,62 | \$ 955,71 | \$ 1.050,32 |
| Décimo Cuarto Sueldo | \$ 636,00 | \$ 698,96 | \$ 768,16 | \$ 844,21 | \$ 927,79 |
| Vacaciones | \$ 360,00 | \$ 395,64 | \$ 434,81 | \$ 477,85 | \$ 525,16 |
| TOTAL | \$11.405,76 | \$13.254,64 | \$14.566,85 | \$16.008,97 | \$ 17.593,86 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA WWW.MRL.GOB.EC

ELABORADO: LAS AUTORAS

- SERVICIOS PROFESIONALES

Corresponde al pago por los servicios ocasionales del contador.

TABLA N° 85
SERVICIOS PROFESIONALES

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| Honorario Contador | \$ 2.400,00 | \$2.454,48 | \$ 2.510,20 | \$ 2.567,18 | \$2.625,45 |
| TOTAL | \$ 2.400,00 | \$2.454,48 | \$ 2.510,20 | \$ 2.567,18 | \$2.625,45 |

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- SERVICIOS BÁSICOS

Son los gastos que se realizan por el consumo de agua, luz y telecomunicaciones de la parte administrativa de la organización.

TABLA N° 86
SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRACIÓN

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Agua | \$ 39,60 | \$ 40,50 | \$ 41,42 | \$ 42,36 | \$ 43,32 |
| Luz | \$ 133,60 | \$ 136,63 | \$139,73 | \$ 142,90 | \$ 146,15 |
| Teléfono-Internet | \$ 135,00 | \$ 138,06 | \$ 141,20 | \$ 144,40 | \$ 147,68 |
| TOTAL | \$ 308,20 | \$ 315,19 | \$ 322,35 | \$ 329,66 | \$ 337,15 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- SUMINISTROS DE OFICINA

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

**TABLA N° 87
SUMINISTROS DE OFICINA**

| SUMINISTROS DE OFICINA | | | | | |
|--|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE | AÑOS | | | | |
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Calculadora | \$ 25,50 | \$ 26,08 | \$ 26,67 | \$ 27,28 | \$ 27,90 |
| Papel Bond | \$ 33,00 | \$ 33,75 | \$ 34,52 | \$ 35,30 | \$ 36,10 |
| Grapadora | \$ 9,75 | \$ 9,97 | \$ 10,20 | \$ 10,43 | \$ 10,67 |
| Perforadora | \$ 10,50 | \$ 10,74 | \$ 10,98 | \$ 11,23 | \$ 11,49 |
| Archivadores | \$ 17,40 | \$ 17,79 | \$ 18,20 | \$ 18,61 | \$ 19,03 |
| Esfero Gráfico | \$ 6,00 | \$ 6,14 | \$ 6,28 | \$ 6,42 | \$ 6,56 |
| Borrador pelikan p2 20 | \$ 3,00 | \$ 3,07 | \$ 3,14 | \$ 3,21 | \$ 3,28 |
| Corrector the liquid paper | \$ 10,80 | \$ 11,05 | \$ 11,30 | \$ 11,55 | \$ 11,81 |
| Grapas alex 26/6 | \$ 6,30 | \$ 6,44 | \$ 6,59 | \$ 6,74 | \$ 6,89 |
| Regla plástica cartuca 30cm | \$ 0,90 | \$ 0,92 | \$ 0,94 | \$ 0,96 | \$ 0,98 |
| Tijera | \$ 6,30 | \$ 6,44 | \$ 6,59 | \$ 6,74 | \$ 6,89 |
| Resaltador staedtler | \$ 4,50 | \$ 4,60 | \$ 4,71 | \$ 4,81 | \$ 4,92 |
| Bandeja para escritorio/ papelerera | \$ 52,50 | \$ 53,69 | \$ 54,91 | \$ 56,16 | \$ 57,43 |
| Memo tip 3x3 | \$ 4,80 | \$ 4,91 | \$ 5,02 | \$ 5,13 | \$ 5,25 |
| Portaminas rotring 0.5 | \$ 33,00 | \$ 33,75 | \$ 34,52 | \$ 35,30 | \$ 36,10 |
| Caja de minas 0,05 | \$ 3,50 | \$ 3,58 | \$ 3,66 | \$ 3,74 | \$ 3,83 |
| Tóner impresora multifunción | \$160,00 | \$ 163,63 | \$ 167,35 | \$ 171,15 | \$ 175,03 |
| TOTAL | \$387,75 | \$ 396,55 | \$ 405,55 | \$ 414,76 | \$ 424,17 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- INSUMOS DE LIMPIEZA

Los insumos de limpieza son necesarios para mantener orden y aseo en la organización.

TABLA N° 88
INSUMOS DE LIMPIEZA

| Concepto | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Detergente 400 gramos | \$ 30,00 | \$ 30,68 | \$ 31,38 | \$ 32,09 | \$ 32,82 |
| Uniformes | \$100,00 | \$ 102,27 | \$ 104,59 | \$ 106,97 | \$ 109,39 |
| Escobas | \$ 6,00 | \$ 6,14 | \$ 6,28 | \$ 6,42 | \$ 6,56 |
| Clorox por litros | \$ 12,50 | \$ 12,78 | \$ 13,07 | \$ 13,37 | \$ 13,67 |
| Trapeador | \$ 6,00 | \$ 6,14 | \$ 6,28 | \$ 6,42 | \$ 6,56 |
| Toallas | \$ 9,00 | \$ 9,20 | \$ 9,41 | \$ 9,63 | \$ 9,85 |
| Jabón | \$ 9,00 | \$ 9,20 | \$ 9,41 | \$ 9,63 | \$ 9,85 |
| Recogedor basura | \$ 3,00 | \$ 3,07 | \$ 3,14 | \$ 3,21 | \$ 3,28 |
| Basureros | \$ 25,00 | \$ 25,57 | \$ 26,15 | \$ 26,74 | \$ 27,35 |
| TOTAL | \$ 200,50 | \$ 205,05 | \$ 209,71 | \$ 214,47 | \$ 219,33 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Es indispensable realizar el mantenimiento constante del equipo de computación.

TABLA N° 89
MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Mantenimiento Equipo de Computación | \$ 75,00 | \$ 76,70 | \$ 78,44 | \$ 80,22 | \$82,05 |
| TOTAL | \$ 75,00 | \$ 76,70 | \$ 78,44 | \$ 80,22 | \$82,05 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA N° 90
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| Sueldos | \$11.405,76 | \$13.254,64 | \$ 14.566,85 | \$ 16.008,97 | \$17.593,86 |
| Honorarios Profesionales | \$ 2.400,00 | \$ 2.454,48 | \$ 2.510,20 | \$ 2.567,18 | \$ 2.625,45 |
| Servicios Básicos | \$ 308,20 | \$ 315,19 | \$ 322,35 | \$ 329,66 | \$ 337,15 |
| Mantenimiento Equipo de Computación | \$ 75,00 | \$ 76,70 | \$ 78,44 | \$ 80,22 | \$ 82,05 |
| Útiles de Limpieza | \$ 200,50 | \$ 205,05 | \$ 209,71 | \$ 214,47 | \$ 219,33 |
| Útiles de Oficina | \$ 387,75 | \$ 396,55 | \$ 405,55 | \$ 414,76 | \$ 424,17 |
| TOTAL | \$14.777,21 | \$16.702,62 | \$ 18.093,10 | \$ 19.615,26 | \$21.282,01 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

5.6. GASTOS DE VENTAS

Los gastos de ventas están compuestos por los sueldos del vendedor, servicios básicos correspondientes al área de ventas, publicidad que se utiliza para dar a conocer el producto, éstos crecen al ritmo de la inflación.

- SUELDO DE VENTAS

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

TABLA N° 91
SUELDO BÁSICO MENSUAL VENTAS

| DETALLE DEL CARGO | MENSUAL |
|-------------------------|------------------|
| Número de vendedores | 1 |
| SBU 2013 | \$ 318,00 |
| Sueldo Vendedores | \$ 318,00 |
| Aporte patronal 12,15% | \$ 38,64 |
| Fondos de Reserva 8,33% | \$ - |
| Décimo Tercer Sueldo | \$ 26,50 |
| Décimo Cuarto Sueldo | \$ 26,50 |
| Vacaciones | \$ 13,25 |
| TOTAL | \$ 422,89 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA N° 92
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDO EN VENTAS

| DETALLE DEL CARGO | NÚMERO DE VENDEDORES | | | | |
|----------------------------|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| SBU | \$ 3.816,00 | \$ 4.193,78 | \$ 4.608,97 | \$ 5.065,26 | \$ 5.566,72 |
| Aporte patronal 12,15% | \$ 463,64 | \$ 509,54 | \$ 559,99 | \$ 615,43 | \$ 676,36 |
| Fondos de Reserva 8,33% | \$ - | \$ 317,87 | \$ 349,34 | \$ 383,93 | \$ 421,94 |
| Décimo Tercer Sueldo | \$ 318,00 | \$ 349,48 | \$ 384,08 | \$ 422,10 | \$ 463,89 |
| Décimo Cuarto Sueldo | \$ 318,00 | \$ 349,48 | \$ 384,08 | \$ 422,10 | \$ 463,89 |
| Vacaciones | \$ 159,00 | \$ 174,74 | \$ 192,04 | \$ 211,05 | \$ 231,95 |
| TOTAL | \$5.074,64 | \$5.894,91 | \$6.478,50 | \$7.119,87 | \$ 7.824,74 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA/WWW.MRL.GOB.EC

ELABORADO: LAS AUTORAS

- PUBLICIDAD

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

TABLA N° 93
PUBLICIDAD

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Prensa | \$ 450,00 | \$ 460,22 | \$ 470,66 | \$ 481,35 | \$ 492,27 |
| Radio | \$ 172,50 | \$ 176,42 | \$ 180,42 | \$ 184,52 | \$ 188,70 |
| Volantes | \$ 90,00 | \$ 92,04 | \$ 94,13 | \$ 96,27 | \$ 98,45 |
| TOTAL | \$ 712,50 | \$ 728,67 | \$ 745,21 | \$ 762,13 | \$ 779,43 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- SERVICIOS BÁSICOS

Son los gastos que se realizan por el consumo de agua, luz y telecomunicaciones correspondiente al área de ventas.

TABLA N° 94
SERVICIO BÁSICO VENTAS

| DETALLE | AÑOS | | | | |
|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Agua | \$ 26,40 | \$ 27,00 | \$ 27,61 | \$ 28,24 | \$ 28,88 |
| Luz | \$ 89,06 | \$ 91,09 | \$ 93,15 | \$ 95,27 | \$ 97,43 |
| Teléfono-Internet | \$ 90,00 | \$ 92,04 | \$ 94,13 | \$ 96,27 | \$ 98,45 |
| TOTAL | \$ 205,46 | \$ 210,13 | \$ 214,90 | \$ 219,78 | \$ 224,77 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA N° 95
RESUMEN GASTO DE VENTAS

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Sueldos | \$ 5.074,64 | \$ 5.894,91 | \$ 6.478,50 | \$ 7.119,87 | \$ 7.824,74 |
| Servicios Básicos | \$ 205,46 | \$ 210,13 | \$ 214,90 | \$ 219,78 | \$ 224,77 |
| Publicidad | \$ 712,50 | \$ 728,67 | \$ 745,21 | \$ 762,13 | \$ 779,43 |
| TOTAL | \$ 5.992,61 | \$ 6.833,71 | \$ 7.438,61 | \$ 8.101,78 | \$ 8.828,94 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

5.7. GASTOS FINANCIEROS

Para cubrir la inversión total del proyecto, se considera indispensable solicitar un préstamo bancario de \$14.233,40 dólares en el Banco Nacional de Fomento.

TABLA N° 96
FINANCIAMIENTO

| | | |
|--------------------------|--------------|-------|
| TASA | 11,00% | BNF |
| PAGOS POR PERÍODO | 12 | |
| PLAZO EN AÑOS | 5 | |
| PLAZO EN MESES | 60 | MESES |
| MONTO | \$ 13.473,40 | |

| PERÍODOS | CUOTA | CAPITAL | INTERES | SALDO |
|----------|-----------|-----------|-----------|--------------|
| | | | | \$ 13.473,40 |
| 1 | \$ 292,94 | \$ 169,44 | \$ 123,51 | \$ 13.303,96 |
| 2 | \$ 292,94 | \$ 170,99 | \$ 121,95 | \$ 13.132,97 |
| 3 | \$ 292,94 | \$ 172,56 | \$ 120,39 | \$ 12.960,41 |

| | | | | | | | | |
|----|----|--------|----|--------|----|--------|----|-----------|
| 4 | \$ | 292,94 | \$ | 174,14 | \$ | 118,80 | \$ | 12.786,27 |
| 5 | \$ | 292,94 | \$ | 175,74 | \$ | 117,21 | \$ | 12.610,53 |
| 6 | \$ | 292,94 | \$ | 177,35 | \$ | 115,60 | \$ | 12.433,19 |
| 7 | \$ | 292,94 | \$ | 178,97 | \$ | 113,97 | \$ | 12.254,21 |
| 8 | \$ | 292,94 | \$ | 180,61 | \$ | 112,33 | \$ | 12.073,60 |
| 9 | \$ | 292,94 | \$ | 182,27 | \$ | 110,67 | \$ | 11.891,33 |
| 10 | \$ | 292,94 | \$ | 183,94 | \$ | 109,00 | \$ | 11.707,39 |
| 11 | \$ | 292,94 | \$ | 185,63 | \$ | 107,32 | \$ | 11.521,76 |
| 12 | \$ | 292,94 | \$ | 187,33 | \$ | 105,62 | \$ | 11.334,43 |
| 13 | \$ | 292,94 | \$ | 189,05 | \$ | 103,90 | \$ | 11.145,39 |
| 14 | \$ | 292,94 | \$ | 190,78 | \$ | 102,17 | \$ | 10.954,61 |
| 15 | \$ | 292,94 | \$ | 192,53 | \$ | 100,42 | \$ | 10.762,08 |
| 16 | \$ | 292,94 | \$ | 194,29 | \$ | 98,65 | \$ | 10.567,79 |
| 17 | \$ | 292,94 | \$ | 196,07 | \$ | 96,87 | \$ | 10.371,72 |
| 18 | \$ | 292,94 | \$ | 197,87 | \$ | 95,07 | \$ | 10.173,85 |
| 19 | \$ | 292,94 | \$ | 199,68 | \$ | 93,26 | \$ | 9.974,16 |
| 20 | \$ | 292,94 | \$ | 201,51 | \$ | 91,43 | \$ | 9.772,65 |
| 21 | \$ | 292,94 | \$ | 203,36 | \$ | 89,58 | \$ | 9.569,29 |
| 22 | \$ | 292,94 | \$ | 205,23 | \$ | 87,72 | \$ | 9.364,06 |
| 23 | \$ | 292,94 | \$ | 207,11 | \$ | 85,84 | \$ | 9.156,95 |
| 24 | \$ | 292,94 | \$ | 209,01 | \$ | 83,94 | \$ | 8.947,95 |
| 25 | \$ | 292,94 | \$ | 210,92 | \$ | 82,02 | \$ | 8.737,03 |
| 26 | \$ | 292,94 | \$ | 212,85 | \$ | 80,09 | \$ | 8.524,17 |
| 27 | \$ | 292,94 | \$ | 214,81 | \$ | 78,14 | \$ | 8.309,37 |
| 28 | \$ | 292,94 | \$ | 216,78 | \$ | 76,17 | \$ | 8.092,59 |
| 29 | \$ | 292,94 | \$ | 218,76 | \$ | 74,18 | \$ | 7.873,83 |
| 30 | \$ | 292,94 | \$ | 220,77 | \$ | 72,18 | \$ | 7.653,06 |
| 31 | \$ | 292,94 | \$ | 222,79 | \$ | 70,15 | \$ | 7.430,27 |
| 32 | \$ | 292,94 | \$ | 224,83 | \$ | 68,11 | \$ | 7.205,44 |
| 33 | \$ | 292,94 | \$ | 226,89 | \$ | 66,05 | \$ | 6.978,54 |
| 34 | \$ | 292,94 | \$ | 228,97 | \$ | 63,97 | \$ | 6.749,57 |
| 35 | \$ | 292,94 | \$ | 231,07 | \$ | 61,87 | \$ | 6.518,49 |
| 36 | \$ | 292,94 | \$ | 233,19 | \$ | 59,75 | \$ | 6.285,30 |
| 37 | \$ | 292,94 | \$ | 235,33 | \$ | 57,62 | \$ | 6.049,97 |
| 38 | \$ | 292,94 | \$ | 237,49 | \$ | 55,46 | \$ | 5.812,49 |
| 39 | \$ | 292,94 | \$ | 239,66 | \$ | 53,28 | \$ | 5.572,82 |
| 40 | \$ | 292,94 | \$ | 241,86 | \$ | 51,08 | \$ | 5.330,96 |
| 41 | \$ | 292,94 | \$ | 244,08 | \$ | 48,87 | \$ | 5.086,89 |
| 42 | \$ | 292,94 | \$ | 246,31 | \$ | 46,63 | \$ | 4.840,57 |
| 43 | \$ | 292,94 | \$ | 248,57 | \$ | 44,37 | \$ | 4.592,00 |
| 44 | \$ | 292,94 | \$ | 250,85 | \$ | 42,09 | \$ | 4.341,15 |
| 45 | \$ | 292,94 | \$ | 253,15 | \$ | 39,79 | \$ | 4.088,00 |
| 46 | \$ | 292,94 | \$ | 255,47 | \$ | 37,47 | \$ | 3.832,53 |

| | | | | | | | | |
|----|----|--------|----|--------|----|-------|----|----------|
| 47 | \$ | 292,94 | \$ | 257,81 | \$ | 35,13 | \$ | 3.574,71 |
| 48 | \$ | 292,94 | \$ | 260,18 | \$ | 32,77 | \$ | 3.314,54 |
| 49 | \$ | 292,94 | \$ | 262,56 | \$ | 30,38 | \$ | 3.051,98 |
| 50 | \$ | 292,94 | \$ | 264,97 | \$ | 27,98 | \$ | 2.787,01 |
| 51 | \$ | 292,94 | \$ | 267,40 | \$ | 25,55 | \$ | 2.519,61 |
| 52 | \$ | 292,94 | \$ | 269,85 | \$ | 23,10 | \$ | 2.249,76 |
| 53 | \$ | 292,94 | \$ | 272,32 | \$ | 20,62 | \$ | 1.977,44 |
| 54 | \$ | 292,94 | \$ | 274,82 | \$ | 18,13 | \$ | 1.702,62 |
| 55 | \$ | 292,94 | \$ | 277,34 | \$ | 15,61 | \$ | 1.425,29 |
| 56 | \$ | 292,94 | \$ | 279,88 | \$ | 13,07 | \$ | 1.145,41 |
| 57 | \$ | 292,94 | \$ | 282,44 | \$ | 10,50 | \$ | 862,96 |
| 58 | \$ | 292,94 | \$ | 285,03 | \$ | 7,91 | \$ | 577,93 |
| 59 | \$ | 292,94 | \$ | 287,65 | \$ | 5,30 | \$ | 290,28 |
| 60 | \$ | 292,94 | \$ | 290,28 | \$ | 2,66 | \$ | - |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA N° 97
GASTOS FINANCIEROS

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------|--------------------|--------------------|------------------|------------------|------------------|
| Interés | \$ 1.376,37 | \$ 1.128,85 | \$ 852,69 | \$ 544,57 | \$ 200,79 |
| TOTAL | \$ 1.376,37 | \$ 1.128,85 | \$ 852,69 | \$ 544,57 | \$ 200,79 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

- DEPRECIACIÓN

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

TABLA N° 98
DEPRECIACIÓN

| DETALLE | VALOR TOTAL | VALOR RESIDUAL | VIDA UTIL | AÑOS | | | | |
|----------------------------------|--------------------|----------------|-----------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | | | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Muebles y Enseres | 1599,00 | 159,90 | 10 | \$ 159,90 | \$ 159,90 | \$ 159,90 | \$ 159,90 | \$ 159,90 |
| Maquinaria | 250,00 | 25,00 | 10 | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 25,00 |
| Equipo de Computación | 2210,00 | 736,59 | 3 | \$ 736,59 | \$ 736,59 | \$ 736,59 | \$ - | \$ - |
| Renovación Equipo de Computación | 2260,17 | 753,31 | 3 | | | | \$ 753,31 | \$ 753,31 |
| Equipo de Oficina | 201,25 | 10,06 | 5 | \$ 20,13 | \$ 20,13 | \$ 20,13 | \$ 20,13 | \$ 20,13 |
| TOTAL | \$ 6.520,42 | | | \$ 941,62 | \$ 941,62 | \$ 941,62 | \$ 958,34 | \$ 958,34 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

5.8. GASTOS DIFERIDOS

TABLA N° 99
GASTOS DIFERIDOS

| Concepto | Anual USD |
|--------------------------|--------------------|
| Honorarios Notarios(1) | \$ 300,00 |
| Registro de la Propiedad | \$ 300,00 |
| Const. Compañía | \$ 400,00 |
| Publicación | \$ 20,00 |
| Total | \$ 1.020,00 |

| Concepto | Anual USD |
|------------------------|--------------------|
| Arrendamiento Inmueble | \$ 1.200,00 |
| Total | \$ 1.200,00 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

TABLA N° 100
RESUMEN COSTOS Y GASTOS

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Costos de Producción | \$ 28.136,09 | \$ 30.889,99 | \$ 32.940,53 | \$ 35.171,21 | \$ 37.599,34 |
| Gastos Administrativos | \$ 14.777,21 | \$ 16.702,62 | \$ 18.093,10 | \$ 19.615,26 | \$ 21.282,01 |
| Gasto de Ventas | \$ 5.992,61 | \$ 6.833,71 | \$ 7.438,61 | \$ 8.101,78 | \$ 8.828,94 |
| Gasto Depreciación | \$ 941,62 | \$ 941,62 | \$ 941,62 | \$ 958,34 | \$ 958,34 |
| Gastos Financieros | \$ 1.376,37 | \$ 1.128,85 | \$ 852,69 | \$ 544,57 | \$ 200,79 |
| Gastos Diferidos | \$ 2.220,00 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| TOTAL | \$ 53.443,89 | \$ 56.496,78 | \$ 60.266,55 | \$ 64.391,16 | \$ 68.869,42 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

5.9. ESTADOS PROFORMA

5.9.1. BALANCE GENERAL

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

TABLA N° 101
BALANCE GENERAL

| ACTIVOS | | PASIVOS | |
|---------------------------------|--------------------|----------------------------------|------------------|
| INVERSIÓN VARIABLE | | | |
| Capital de Trabajo | 11.516,55 | Préstamo a Pagar | 13.473,40 |
| TOTAL INVERSIÓN VARIABLE | 11.516,55 | TOTAL PASIVO | 13.473,40 |
| INVERSIONES FIJAS | | PATRIMONIO | |
| Infraestructura Civil | \$ 2.000,00 | | |
| Maquinaria y Equipo | \$ 1.404,30 | TOTAL PATRIMONIO | 7.677,70 |
| Muebles y Enseres | \$ 1.599,00 | | |
| Equipo de Computación | \$ 2.210,00 | | |
| Equipo de Oficina | \$ 201,25 | | |
| TOTAL INVERSIONES FIJAS | \$ 7.414,55 | | |
| INVERSION DIFERIDA | | | |
| Gastos de Constitución | \$ 1.020,00 | | |
| Arrendamiento Inmueble | \$ 1.200,00 | | |
| TOTAL OTROS ACTIVOS | 2.220,00 | | |
| TOTAL ACTIVOS | 21.151,10 | TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 21.151,10 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

5.9.2. ESTADO DE RESULTADOS

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

TABLA N° 102
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Ingresos Proyectados | \$ 59.152,94 | \$ 63.520,49 | \$ 68.210,53 | \$ 73.246,85 | \$78.655,04 |
| Costos Proyectados | \$ 28.136,09 | \$ 30.889,99 | \$ 32.940,53 | \$ 35.171,21 | \$ 37.599,34 |
| Utilidad Bruta | \$ 31.016,84 | \$ 32.630,51 | \$ 35.270,00 | \$ 38.075,64 | \$ 41.055,70 |
| COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN | | | | | |
| Gastos Administrativo | \$ 14.777,21 | \$ 16.702,62 | \$ 18.093,10 | \$ 19.615,26 | \$ 21.282,01 |
| Gastos de Ventas | \$ 5.992,61 | \$ 6.833,71 | \$ 7.438,61 | \$ 8.101,78 | \$ 8.828,94 |
| Gasto Depreciación | \$ 941,62 | \$ 941,62 | \$ 941,62 | \$ 958,34 | \$ 958,34 |
| Gasto Financiero | \$ 1.376,37 | \$ 1.128,85 | \$ 852,69 | \$ 544,57 | \$ 200,79 |
| Gasto Amortización Diferido | \$ 2.220,00 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| TOTAL CIF | \$ 25.307,80 | \$ 25.606,79 | \$ 27.326,02 | \$ 29.219,95 | \$ 31.270,08 |
| (=) UTILIDAD OPERACIONAL | \$ 5.709,05 | \$ 7.023,71 | \$ 7.943,98 | \$ 8.855,69 | \$ 9.785,61 |
| (-)15% de utilidades trabajadores | \$ 856,36 | \$ 1.053,56 | \$ 1.191,60 | \$ 1.328,35 | \$ 1.467,84 |
| Utilidad proyectada antes de impuesto | \$ 4.852,69 | \$ 5.970,16 | \$ 6.752,38 | \$ 7.527,34 | \$ 8.317,77 |
| (-) 22% de impuesto a la renta | \$ 1.067,59 | \$ 1.313,43 | \$ 1.485,52 | \$ 1.656,01 | \$ 1.829,91 |
| UTILIDAD NETA PROYECTADA | \$ 3.785,10 | \$ 4.656,72 | \$ 5.266,86 | \$ 5.871,32 | \$ 6.487,86 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

5.9.3. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO FINANCIERO PROYECTADO

Son estimaciones de entrada y salida de efectivo presupuestados. Es una base que permite evaluar la liquidez o solvencia en que se encuentra la empresa.

TABLA N° 103
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO FINANCIERO PROYECTADO

| DESCRIPCIÓN | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------------------------------|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| INGRESOS | | | | | | |
| Inversión Inicial | \$ (13.473,40) | | | | | |
| Utilidad Operacional | | \$ 5.709,05 | \$ 7.023,71 | \$ 7.943,98 | \$ 8.855,69 | \$ 9.785,61 |
| (+)Depreciación | | \$ 941,62 | \$ 941,62 | \$ 941,62 | \$ 958,34 | \$ 958,34 |
| (+) Diferido | | \$ 2.220,00 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (-) Reversión | | | | | \$ 2.260,17 | |
| (-)Participación Trabajadores | | \$ 856,36 | \$ 1.053,56 | \$ 1.191,60 | \$ 1.328,35 | \$ 1.467,84 |
| (-)Impuestos | | \$ 1.067,59 | \$ 1.313,43 | \$ 1.485,52 | \$ 1.656,01 | \$ 1.829,91 |
| (+) Recuperación de la Inversión | | | | | | |
| FLUJO DE CAJA PROYECTADO | \$(13.473,40) | \$ 6.946,72 | \$ 5.598,34 | \$ 6.208,48 | \$ 4.569,50 | \$ 7.446,20 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

5.10. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.10.1. TASA DE REDESCUENTO (TRM)

Se tomará en cuenta la tasa de interés activa del 11% del BNF, gasto que demandará el crédito y la tasa inflacionaria acumulada al año 2013 dato proporcionado por el BCE de 8.17%. Estos cálculos constituyen un referéndum para los indicadores financiero VAN, TIR y el Costo Beneficio.

TABLA N° 104
TASA DE REDESCUENTO

| DESCRIPCIÓN | VALOR | % | TASA DE PONDERACIÓN | VALOR PONDERADO |
|--------------------|--------------|--------|---------------------|-----------------|
| Capital Financiado | \$ 13.473,40 | 100 | 11 | \$ 1.482,07 |
| TOTAL | \$ 13.473,40 | 100,00 | 11,00 | \$ 1.482,07 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

$$\text{Tasa de Redescuento} = (1+kp) \cdot (1+Inf) - 1$$

$$\text{Tasa de Redescuento} = (1,0817) \cdot (1,0227) - 1$$

$$\text{Tasa de Redescuento} = 0,10625$$

$$\text{Tasa de Redescuento} = 10,63\%$$

El 0.1063 constituirá la tasa de redescuento para ser aplicado en los indicadores económicos.

5.10.2. VALOR ACTUAL NETO.

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

TABLA N° 105
VALOR ACTUAL NETO

| AÑO | INVERSIÓN INICIAL | ENTRADAS DE EFECTIVO | FACTORES DESCUENTO 10,63 % | ENTRADAS ACTUALES |
|-----|-------------------|----------------------|----------------------------|-------------------|
| 0 | \$ (13.473,40) | | | \$ (13.473,40) |
| 1 | | \$ 6.946,72 | 0,904 | 6.279,49 |
| 2 | | \$ 5.598,34 | 0,817 | 4.574,56 |
| 3 | | \$ 6.208,48 | 0,739 | 4.585,85 |
| 4 | | \$ 4.569,50 | 0,668 | 3.051,04 |
| 5 | | \$ 7.446,20 | 0,604 | 4.494,27 |
| | | | | \$ 9.511,81 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

❖ CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Tomando los datos obtenidos en el flujo de efectivo y la tasa de redescuento se obtuvo el Valor Actual Neto (VAN), empleando la siguiente fórmula:

$$VAN = < Inversión Inicial + \frac{\sum Flujo de Caja Neto}{(1 + i)^n}$$

$$\begin{matrix} \$ (13.473,40) & \$ 6.946,72 & \$ 5.598,34 & \$ 6.208,48 & \$ 4.569,50 & \$ 7.446,20 & VAN= \\ & 1,106 & 1,224 & 1,354 & 1,498 & 1,657 & \end{matrix}$$

$$\begin{matrix} \$ (13.473,40) & \$ 6.279,49 & \$ 4.574,56 & \$ 4.585,85 & \$ 3.051,04 & \$ 4.494,27 & VAN= \\ & & & & & & \end{matrix}$$

$$\begin{matrix} \$ (13.473,40) & \$ 22.985,21 & VAN= \\ & & \end{matrix}$$

$$VAN= \quad \$ 9.511,81$$

Éste análisis demuestra que el proyecto es factible de realizarlo; ya que su rentabilidad es de \$ 9.511,81 dólares a tiempo real.

5.10.3. TASA INTERNA DE RETORNO

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

- CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Genera la inversión a largo de su vida, es decir, es el rendimiento anual en porcentaje que se obtiene del capital que se ha invertido a continuación se detallan los cuadros que se han realizado.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) * \frac{VANTi}{VANTI - VANTs}$$

$$TIR = \frac{\$ (13.473,40) + \$ 6.279,49 + \$ 4.574,56 + \$ 4.585,85 + \$ 3.051,04 + \$ 4.494,27}{\$ 13.473,40} = 23,19\%$$

$$TIR = 23,19\%$$

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

5.10.4. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

**TABLA N° 106
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

| AÑO | CAPITAL | UTILIDAD | RECUPERACION DEL CAPITAL | TIEMPO DE RECUPERACIÓN | |
|-----|--------------|-------------|--------------------------|------------------------|-------|
| 1 | \$ 13.473,40 | \$ 6.946,72 | \$ 6.946,72 | 1 | AÑO |
| 2 | | \$ 5.598,34 | \$ 5.598,34 | 2 | AÑO |
| 3 | | \$ 6.208,48 | \$ 1.020,57 | 2 | MESES |
| 4 | | \$ 4.569,50 | | | |
| 5 | | \$ 7.446,20 | | | |
| | | | \$ 13.565,63 | | |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

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

5.10.5. COSTO BENEFICIO

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los costos/beneficios. El cuadro de los ingresos y egresos actualizados se muestra a continuación, los cuales fueron calculados con la tasa de redescuento 10,63%.

TABLA N° 107
COSTO-BENEFICIO

| AÑO | FNE | FACTOR 10,63% | FNEA |
|-----|-------------|---------------|---------------------|
| 1 | \$ 6.946,72 | \$ 0,904 | \$ 6.279,49 |
| 2 | \$ 5.598,34 | \$ 0,817 | \$ 4.574,56 |
| 3 | \$ 6.208,48 | \$ 0,739 | \$ 4.585,85 |
| 4 | \$ 4.569,50 | \$ 0,668 | \$ 3.051,04 |
| 5 | \$ 7.446,20 | \$ 0,604 | \$ 4.494,27 |
| | | | \$ 22.985,21 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Fórmula:

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\sum \text{FNEA}}{\sum \text{Inversión Inicial}}$$

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\$22.985,21}{\$13.473,40}$$

$$C/B = 1,71$$

El índice de rentabilidad es mayor que uno. Entonces el proyecto si es aceptable. Por cada dólar invertido se recupera \$1,71 o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit de \$0,71 centavos de dólar.

5.10.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio, es el nivel de producción en que los beneficios por ventas son iguales a la suma de los costos fijos y variables.

De acuerdo al volumen de ventas, se puede establecer el punto de equilibrio con la utilización de la siguiente formula.

TABLA N° 108

DETERMINACIÓN DE COSTOS PUNTO DE EQUILIBRIO

| DESCRIPCIÓN | COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES | COSTO TOTAL |
|-------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Materia Prima Directa | | \$ 10.548,50 | |
| Mano de Obra Directa | \$ 15.223,93 | | |
| Materiales para la Producción | | \$ 1.800,00 | |
| Servicios Básicos | | \$ 513,66 | |
| Mantenimiento Maquinaria | \$ 50,00 | | |
| Sueldos Administrativos | \$ 11.405,76 | | |
| Servicios Profesionales | \$ 2.400,00 | | |
| Servicios Básicos | \$ 308,20 | | |
| Mantenimiento Computación | \$ 175,00 | | |
| Útiles de Oficina | \$ 387,75 | | |
| Útiles de Aseo | \$ 209,71 | | |
| Sueldo en Ventas | \$ 5.074,64 | | |
| Servicios Básicos | \$ 205,46 | | |
| Publicidad | | \$ 712,50 | |
| Gasto Interés | \$ 1.454,00 | | |
| Depreciación | \$ 1.194,93 | | |
| Gastos Diferidos | \$ 2.220,00 | | |
| TOTAL | \$ 40.309,38 | \$ 13.574,66 | \$ 53.884,04 |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

$$PE\$ = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - (\text{Cotos Variables/Ventas})}$$

$$PEQ = \frac{\text{Punto de Equilibrio \$}}{PVU}$$

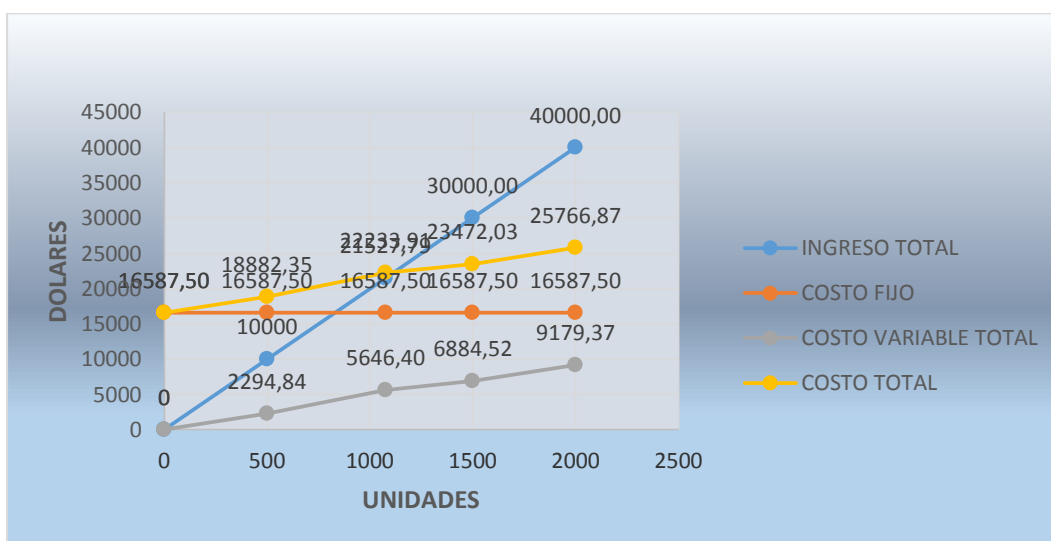
TABLA N° 109
DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO
PRODUCTO: CARTERAS

| DESCRIPCIÓN | VALOR | % | COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES | COSTO TOTAL | PE\$ | PEQ |
|-----------------------|-------------|--------|--------------|------------------|-------------|-------------|-------|
| CARTERAS | | | | | | | |
| Ingresos por ventas\$ | \$24.604,77 | 41,60% | 16.587,50 | 5.646,40 | 22.233,91 | \$21.527,79 | 1.076 |
| Cantidad U | 1230 | | | | | | |
| Precio \$ | 20 | | | | | | |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 55
PRODUCTO: CARTERAS



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

El gráfico del punto de equilibrio de Carteras demuestra que para poder cubrir los costos de producción se requiere la elaboración de 1.076 unidades, en la que la microempresa no generará ni pérdida ni utilidad.

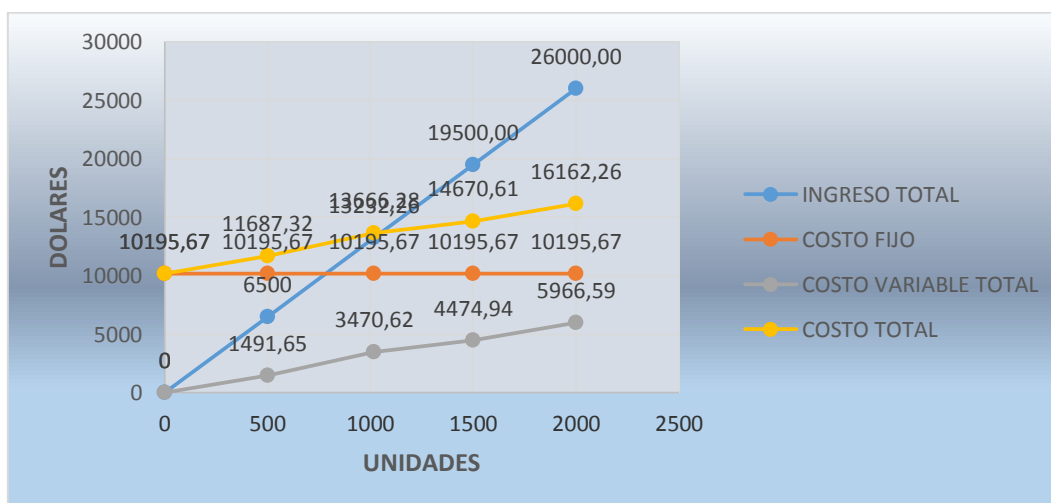
TABLA N° 110
PRODUCTO: TAPETES

| DESCRIPCIÓN | VALOR | % | COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES | COSTO TOTAL | PE\$ | PEQ |
|-----------------------|-------------|--------|--------------|------------------|-------------|-------------|-------|
| TAPETES | | | | | | | |
| Ingresos por ventas\$ | \$15.123,56 | 25,57% | 10.195,67 | 3.470,62 | 20.058,12 | \$13.232,26 | 1.018 |
| Cantidad U | 1163 | | | | | | |
| Precio \$ | 13 | | | | | | |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 56
PRODUCTO: TAPETES



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

El gráfico del punto de equilibrio de tapetes nos indica que para poder cubrir los costos de producción se requiere la confección de 1.018 unidades, en la que la microempresa no generará ni pérdida ni utilidad.

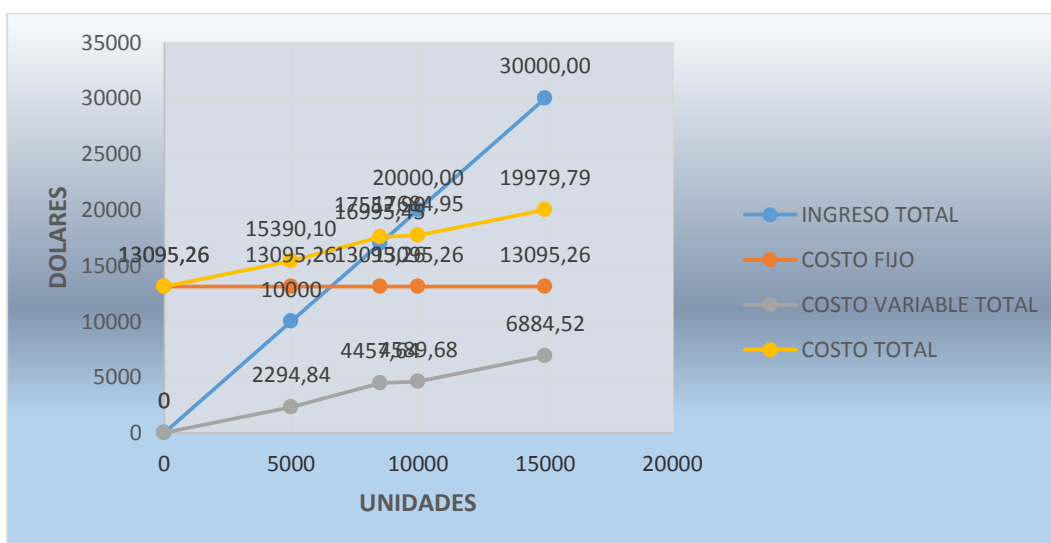
TABLA N° 111
PRODUCTO: FIGURAS DE FÓMIX

| DESCRIPCIÓN | VALOR | % | COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES | COSTO TOTAL | PE\$ | PEQ |
|-------------------------|-------------|--------|--------------|------------------|-------------|-------------|-------|
| FIGURAS DE FOMIX | | | | | | | |
| Ingresos por ventas\$ | \$19.424,62 | 32,84% | 13.095,26 | 4.457,64 | 21.045,15 | \$16.995,45 | 8.498 |
| Cantidad U | 9712 | | | | | | |
| Precio \$ | 2 | | | | | | |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

GRÁFICO N° 57
PRODUCTO: FIGURAS DE FÓMIX



FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

Análisis:

El gráfico del punto de equilibrio de las figuras de fómox nos indica que para poder cubrir los costos de producción se requiere la elaboración de 8.498 unidades, en la que la microempresa no generará ni pérdida ni utilidad.

5.10.7. RESUMEN DE EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

**TABLA N° 112
EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN**

| RATIO EVALUADOR | CRITERIO DE EVALUACION | VALOR | RESULTADO |
|------------------------|-------------------------------|--------------|------------------|
| TRM= | | 8,17% | |
| VAN= | VAN>0 | \$ 9.511,81 | Aceptable |
| TIR%= | TIR>TRM | 23,19% | Aceptable |
| PRI= | | 2,2 | Años |
| B/C= | RB/C>1 | \$ 1,71 | Aceptable |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA

ELABORADO: LAS AUTORAS

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

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Toda microempresa debe contar necesariamente con una forma organizacional por medio del cual se puede ordenar las actividades, los procesos diferenciando adecuadamente las características de cada una de las estructuras que integran la organización micro empresarial.

6.1. LA MICROEMPRESA

- RAZÓN SOCIAL

El nombre de la microempresa; una vez que se constituyan los estatutos deberá inscribirse la razón social con la que va a funcionar la microempresa, para realizar todas sus transacciones comerciales y actividad económica, se determinará con el acuerdo y consentimiento de todos los accionistas.

En el registro mercantil se deberá inscribir como **“SARYLÚ EL ARTE DE LAS MANUALIDADES CÍA. LTDA.”**, con domicilio en la parroquia cuna del arte San Antonio de Ibarra.

El logotipo mediante el cual se comercializará las manualidades será el siguiente:

GRÁFICO N° 58
LOGOTIPO



FUENTE: ESTUDIO TÉCNICO
ELABORADO: LAS AUTORAS.

6.2. CONFORMACIÓN JURÍDICA

- CONSTITUCIÓN

De acuerdo con el objeto de la microempresa se constituye como COMPAÑÍA LIMITADA, estando sujeta a cumplir con todas las obligaciones legales que se describe a continuación:

- MINUTA DE CONSTITUCIÓN.

Documento que se redacta por un abogado que establece el pacto social, siguiente:

- ❖ Estatutos,
- ❖ Designación de representantes,
- ❖ Duración de los cargos.

- ESCRITURA PÚBLICA

Documento que realiza un notario público en el que se incluye o inserta, la minuta de constitución y los estatutos. Se lo conoce también como testimonio de constitución.

**ESCRITURA DE POR CUANTIA DE: TRECEMIL
CONSTITUCIÓN DE CUATROCIENTOS SETENTA
COMPAÑÍA LIMITADA Y TRES CON 40/100.**

QUE OTORGAN:

ANDRADE CARDONA ANA
LUCÍA
MALES MORALES MARÍA
SARA

En la ciudad de Ibarra, día lunes veinte y seis de Agosto del dos mil trece, ante mí doctor Jorge Aníbal Erazo Ferigra, Notario Tercero del Cantón Ibarra,
Comparecen las señoritas ANDRADE CARDONA ANA LUCÍA y MALES MORALES MARÍA SARA

A FAVOR DE ELLOS MISMO:

MARÍA SARA

ESCRITURA # 31425 solteras; portadores de sus cédulas de identidad, mayores de edad, hábiles para contratar y obligarse, a quienes de conocerles doy fe; y dicen que elevan a escritura pública la minuta que me presentan, la misma que copiada literalmente es como sigue: SEÑOR NOTARIO.- En el Registro de Escrituras Públicas a su cargo, sírvase insertar una de la que conste el contrato de Compañía Limitada, que se expresa en las siguientes cláusulas: PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Comparecen a la celebración del presente contrato: ANDRADE CARDONA ANA LUCÍA de estado civil soltera, de Profesión Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría; MALES MORALES MARÍA SARA de estado civil soltera, de Profesión Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría; portadores de las cédulas de ciudadanía constantes al pie de la presente, por sus propios derechos, declaran su voluntad de constituir como por la presente constituyen una Compañía Limitada que se regirá por los Estatutos siguientes.- SEGUNDA.- ARTÍCULO PRIMERO.- DENOMINACION.- La Compañía Limitada se denominará "SARYLÚ".-Tendrá una duración limitada, a partir de la inscripción en el Registro Mercantil. Los socios quedan sujeto a las Leyes vigentes.- ARTÍCULO SEGUNDO.- DOMICILIO DE LA COMPAÑÍA LIMITADA.- La Compañía Limitada es de nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal es la parroquia de San Antonio de Ibarra localizada entre la calle principal 27 de Noviembre entre hermanos Mideros y Luis Enrique Cevallos. ARTÍCULO TERCERO.- OBJETIVO SOCIAL.- El objeto Social de producción y comercialización de Manualidades.- La Compañía podrá realizar todo tipo de contratos que la Ley lo permita ya sean con personas naturales o jurídicas, públicos o privados, podrán participar en licitaciones del sector público o privado, a nombre propio en su representación de firmas nacionales, como agentes representantes o comisionistas. Para el cumplimiento de su objetivo social podrá firmar en cualquier clase de actos y contratos.- ARTÍCULO CUARTO.- CAPITAL SOCIAL.- El capital social de la Compañía Limitada es TRECEMIL CUATROCIENTOS SETENTA Y TRES CON CUARENTA CTVS.

Los socios de la Compañía expedirán el respectivo documento de aportaciones mensuales que garantizan la conformación de la Compañía Limitada.- ARTICULO QUINTO.- La Compañía Limitada será administrada por un directorio compuesto por un presidente, y un Gerente.- El directorio se reunirá de acuerdo al Estatuto y Reglamento vigente o cuantas veces sean necesarias por simple convocatoria realizada por su Presidente. Las resoluciones deberán ser tomadas por mayoría de votos. ARTÍCULO SEXTO.- La señorita ANDRADE CARDONA ANA LUCÍA es nombrada Presidente y Gerente, aclarando que este nombramiento tendrá una validez de dos años, procediendo a su renovación después de cada periodo tomando en cuenta desde su inscripción en el Registro Mercantil, como la socia en el presente acto han nombrado a la Ingeniera MALES MORALES MARÍA SARA, como Presidente de la Compañía Limitada, este nombramiento por esta vez deberá inscribirse conjuntamente con esta escritura pública. Le corresponde al Presidente toda administración de la Compañía Limitada quedando facultado para realizar todas las gestiones que la administración conlleva. El presidente se guiará en sus funciones por las normas generales de una buena administración.- El Gerente suscribirá todo acto o contrato en que intervenga la Compañía.- ARTÍCULO SÉPTIMO .- PRESIDENTE.- El señor Presidente deberá ser accionista principal de la microempresa.- ATRIBUCIONES DEL PRESIDENTE Y GERENTE.- Son atribuciones del Presidente:

- a) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones y acuerdos a las que lleguen la junta de socios;
- b) Presidir las sesiones de la Junta de Socios;
- c) Vigilar las operaciones de la marcha de la Sociedad Civil;
- d) En general las demás atribuciones que la confiera la Ley, estos estatutos y la junta de socios.-

ARTÍCULO OCTAVO.- DEL GERENTE.- Será el representante legal y gozará de todas las facultades conferidas por la Ley, será parte de los accionistas y será renovado cada dos años.- ARTÍCULO NOVENO.- DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.- Esta sociedad podrá disolverse o liquidarse por las causales previstas en la Ley o por voluntad de uno de los socios; por ello habrá que nombrarse un liquidador conforme lo

establece la Ley de Compañías. La Compañía Limitada no se disolverá por muerte de uno de los socios o separación; continuará con sus herederos y con las personas que subsisten como socios de la misma.

En caso de varios herederos nombrarán un procurador común ante la Compañía Limitada.- ARTÍCULO DÉCIMO .- DISTRIBUCION DE UTILIDADES.- Los socios acuerdan que la distribución de utilidades de la producción y comercialización de Manualidades será en partes iguales.- DISPOSICIONES TRANSITORIAS.- A) Los componentes resuelven dirigir y facultar, para que realice todos y cada uno de los trámites y diligencias necesarias para el perfeccionamiento de esta constitución y participe de asesoría legal judicial de la microempresa.- Todos los servicios como luz, Agua, teléfono, empleados, y otros, serán equitativamente pagados por la Compañía.- Usted señor Notario, sírvase agregar todas y cada una de las cláusulas de estilo para la plena validez de este instrumento.- Hasta aquí la minuta firma ilegible Doctor Cornelio Palomeque.- Matrícula número diecinueve.- del Colegio de Abogados de Imbabura.- Hasta aquí la minuta que los comparecientes aprueban en todo.-PROSIGUIENDO.- En el otorgamiento de ésta escritura se observaron todos y cada uno de los preceptos legales del caso; se agregan a la matriz los documentos habilitantes respectivos y leído este instrumento íntegramente por mí el Notario a los comparecientes, aquellos se ratifican en todo lo expuesto y firman conmigo en unidad de acto. De todo lo cual doy fe.

- INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL

El notario, luego de que la escritura pública ha sido suscrita por los accionistas, envía al registro público para su debida inscripción.

- OBTENCIÓN DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

Inscrita la Compañía, se procede a solicitar el Registro Único de Contribuyentes (RUC) al Servicio de Rentas Internas (S.R.I.) presentando los siguientes documentos:

- REQUISITOS:

- a) Formularios RUC 01-A que corresponde a la inscripción y actualización de la información del registro único de contribuyentes; y el RUC 01-B, que corresponde a la inscripción y actualización de los establecimientos de las compañías, sociedades; ambos formularios serán suscritos por el representante legal.
- b) Original y copia, o copia certificada del documento de constitución, debidamente legalizado y entregar una copia simple del mismo.
- c) Original y copia, o copia certificada del nombramiento vigente del representante legal otorgado ante el notario o juez, con reconocimiento de firmas y entregar una copia simple.
- d) Original y copia de uno de los siguientes documentos que acrediten donde realice la actividad económica:

Plantilla del servicio eléctrico, telefónico, de agua potable o televisión por cable, estados de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito de hasta 3 meses anteriores a la fecha de registro, comprobante de pago del impuesto predial correspondiente al año en que se realiza el registro o del inmediato anterior, contrato de arrendamiento inscrito ante la respectiva oficina de inquilinato o notariado, según corresponda. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía, Sociedad o el Representante Legal o de uno de los accionistas.

Siempre que no haya sido posible la entrega de cualquiera de estos documentos presentar una carta simple donde el propietario declare que ha cedido en forma gratuita el uso del inmueble, donde conste nombres y apellidos completos, número de cédula y firma del cedente y la razón social y el número de identificación de la compañía, sociedad a la cual se está cediendo y adjuntar la copia del documento de identificación del cedente, así como la copia de cualquiera de los documentos señalados anteriormente (excepto

en los estados de cuenta y televisión por cable), que reflejen la dirección del local objeto de la cesión.

- e) Nombres y apellidos completos y número de Ruc del contador.
- f) Si son más de 8 socios o accionistas debe presentar una ficha técnica en medio magnético con la información de los mismos. El formato deberá ser solicitado también en medio magnético en las ventanillas de RUC.

- OBTENER LA PATENTE MUNICIPAL

En el Ilustre Municipio de Ibarra el funcionario de atención al cliente facilitó la documentación que se necesita para obtener la patente municipal los cuales son los siguientes:

- REQUISITOS:

- a) Copia del Ruc
- b) Copia del nombramiento del representante Legal
- c) Copia de la cedula de Identidad y certificado de votación, en la cual se incluirá los datos personales del representante legal: Dirección domiciliaria, número telefónico convencional del domicilio y el número celular.
- d) Nombre completo del dueño de casa de donde funciona la actividad económica, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica.
- e) Certificado del contador del capital de operación con el que inicia la actividad económica.

- OBTENER EL PERMISO SANITARIO

El funcionario de la Dirección Provincial de Salud de Imbabura suministró La información necesaria para obtener el permiso sanitario los cuales son:

- REQUISITOS:

a) Formulario único de Solicitud de Registro Sanitario para alimentos procesados nacionales.

Datos del fabricante

Descripción del producto

b) Certificado de constitución y existencia de la empresa fabricante y nombramiento del representante legal actualizado o RUC y cédula de identidad (Persona Natural)

c) Informe técnico del proceso de elaboración

d) Certificado de control de calidad

e) Recibo de pago

f) Ficha de estabilidad del producto

g) Tres proyectos de rótulo o etiqueta del producto.

h) Permiso de funcionamiento de la planta procesadora (Fabricante del producto)

i) Facturas por derechos de inscripción de registro sanitario.

- OBTENER LA LICENCIA AMBIENTAL

El funcionario de la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura pudo facilitar la documentación sobre la licencia ambiental que establece los requisitos, obligaciones y condiciones que el proponente de un proyecto debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos indeseables que el proyecto autorizado pueda causar en el ambiente.

El procedimiento para obtener la licencia es el siguiente:

a) El Proponente debe solicitar al Subsecretario de Calidad Ambiental, el Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas Bosques Protectores y Patrimonio Forestal del Estado.

Esta solicitud debe contener la siguiente información:

- ❖ Fecha de la solicitud del Certificado de Intersección
 - ❖ Razón Social del Proponente
 - ❖ Apellidos y Nombres del Representante Legal
 - ❖ Dirección: Ciudad, Calle Nro., Número de teléfono, e-mail
- b) Nombre del Proyecto**
- ❖ Actividad y una breve descripción del proyecto
 - ❖ Ubicación del Proyecto en coordenadas UTM
 - ❖ Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente de la tasa correspondiente de \$ 50.00.
 - ❖ Esta solicitud debe ser suscrita por el representante legal.

La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, emitirá el Certificado de Intersección del proyecto con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas Bosques Protectores y Patrimonio Forestal del Estado adjuntando el mapa correspondiente y la referencia del No. de Expediente asignado, el cual deberá ser mencionado por el Proponente en futuras comunicaciones.

c) El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la aprobación de los Términos de Referencia para la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental y Plan de Manejo Ambiental para proyectos nuevos, para actividades en funcionamiento deben presentar los Términos de Referencia para la Elaboración de la Auditoría Ambiental de Situación y el Plan de Manejo Ambiental.

Esta solicitud debe contener los datos:

- ❖ Fecha de la solicitud de los Términos de Referencia
- ❖ Razón Social del Proponente

- ❖ Nombre del Proyecto
- ❖ Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección
- ❖ Términos de Referencia (documento escrito y en medio magnético (WORD); una copia si NO INTERSECTA con el Sistema Nacional de áreas protegidas, 3 copias SI INTERSECTA con el Sistema Nacional de áreas protegidas).
- ❖ Constancia debidamente documentada de que los términos de referencia fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía.

La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, analizará los términos de referencia y notificará al Proponente con su aprobación o con las observaciones si las hubiere, que deberán ser atendidas por el Proponente hasta lograr su aprobación.

d) El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la aprobación del Estudio de Impacto Ambiental y el Plan de Manejo Ambiental del proyecto para proyectos nuevos.

Esta solicitud debe contener la siguiente información:

- ❖ Fecha de la solicitud del Estudio de Impacto Ambiental
- ❖ Razón Social del Proponente
- ❖ Nombre del Proyecto
- ❖ Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección
- ❖ Estudio de Impacto Ambiental y Plan de manejo ambiental (documento escrito y en medio magnético (textos en WORD, mapas en formato JPG); una copia si NO INTERSECTA con el

SNAP, 3 copias SI INTERSECTA con el Sistema Nacional de áreas protegidas)

- ❖ Constancia debidamente documentada de que el Estudio de Impacto Ambiental y Plan de manejo ambiental fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía.
- ❖ Copia de la Factura que certifique el costo del Estudio de Impacto Ambiental y Plan de manejo ambiental Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente.

La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente evaluará los estudios y notificará al Proponente con la aprobación del Estudio de Impacto Ambiental y Plan de manejo ambiental o con las observaciones si las hubiere, que deberán ser atendidas por el Proponente hasta lograr su aprobación.

e) El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto.

Esta solicitud debe contener:

- ❖ Fecha de la solicitud de la Licencia Ambiental
- ❖ Razón Social del Proponente
- ❖ Nombre del Proyecto
- ❖ Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.
- ❖ Cronograma valorado de ejecución del Plan de manejo ambiental anual. (en caso de proyectos a ejecutarse en un tiempo menor a un año, cronograma por los meses de duración)
- ❖ Certificación del costo total del Proyecto

f) La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente notificará al Proponente con el valor de la tasa por emisión de la Licencia Ambiental, que corresponde al 1 por mil del costo total del proyecto y la tasa por el primer año de Seguimiento y Monitoreo al Plan de manejo ambiental.

g) El Proponente deberá remitir a la Subsecretaria de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente lo siguiente:

- ❖ Razón Social del Proponente
- ❖ Nombre del Proyecto
- ❖ Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.
- ❖ Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente correspondientes a la emisión de la Licencia Ambiental y Seguimiento y Monitoreo.
- ❖ Garantía de Fiel Cumplimiento del Plan Anual de Manejo Ambiental, equivalente al 100% del Cronograma Anual Valorado, a nombre del Ministerio del Ambiente
- ❖ Póliza de Seguros por daños ambientales o daños a terceros a nombre del Ministerio del Ambiente.

h) La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente **inscribirá la Licencia Ambiental** en el Registro de Licencias Ambientales y notificará y entregará al Proponente el original de la Licencia Ambiental emitida por el Ministro del Ambiente, que rige desde la fecha de la Resolución Ministerial, la cual contiene todas las obligaciones y responsabilidades que el Proponente asume en materia ambiental por el tiempo de vigencia de la Licencia.

6.3. ESTRUCTURA ESTRATÉGICA

6.3.1. MISIÓN

La misión de la microempresa es:

Producir y comercializar manualidades de alta calidad, satisfaciendo las expectativas y necesidades de los consumidores mediante un producto que brinde un alto nivel decorativo para el Hogar.

6.3.2. VISIÓN

La visión de la microempresa es la siguiente:

En los próximos cinco años la microempresa será un referente de producción de manualidades en la parroquia de San Antonio de Ibarra, reconocido a nivel provincial por la calidad del producto y el servicio altamente especializado y profesional.

6.4. POLÍTICAS

Las políticas que se aplicaran en la microempresa son las siguientes:

- ❖ Brindar trato justo a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la microempresa es el servicio a la comunidad.
- ❖ Realizar todo trabajo con excelencia.
- ❖ Definir por escrito, el tiempo máximo de respuesta de todo requerimiento interno o externo, es responsabilidad de cada una de las áreas.

- ❖ Todos los integrantes de la microempresa deben mantener un comportamiento ético.
- ❖ Ignorar toda forma de favoritismo, cumpliendo la reglamentación vigente.
- ❖ Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la organización.
- ❖ Mantener una sesión mensual documentada de trabajo de cada unidad, a fin de coordinar, planear y evaluar planes, programas definir prioridades y plantear soluciones.
- ❖ El empleado deberá estar bien uniformado en las diferentes áreas.
- ❖ Entregar los pedidos a tiempo.

6.5. VALORES

Los valores primordiales que se basa la microempresa son los siguientes:

- ❖ **Ética.-** Brindar los servicios bajo estrictas normas y gran calidad humana que satisfaga las necesidades del consumidor.
- ❖ **Calidad.-** Satisfacer tanto al cliente externo como interno, ser altamente competitivo y tener una mejora continúa.
- ❖ **Creatividad.-** Relativo a la identificación de habilidades profesionales, capacidades, cualidades cognitivas, intelectuales y personales; este test se fundamenta en la habilidad resolutoria del individuo.
- ❖ **Puntualidad.-** La puntualidad es necesario para dotar a nuestra personalidad de carácter, orden y eficacia, pues al vivir este valor en plenitud estamos en condiciones de realizar más actividades, desempeñar mejor nuestro trabajo, ser merecedores de confianza.
- ❖ **Desarrollo Humano.-** Consiste en el desarrollo del ser humano en todas sus dimensiones, considerando todas las áreas que necesita para su realización como persona y como profesional. Incluye el desarrollo de los criterios, actitudes y habilidades requeridas para un eficaz desempeño en su carrera profesional.

- ❖ **Trabajo en equipo.-** Las actividades fluyen de manera más rápida y eficiente. Sin embargo, no es fácil que los miembros de un mismo grupo se entiendan entre sí con el objeto de llegar a una conclusión final.
- ❖ **Compromiso y responsabilidad social.-** Esta nueva forma de accionar y gestionar comprende todas las acciones y decisiones que llevan a cabo las personas y las organizaciones -sociales, económicas, políticas, y/o culturales-, tendientes a contribuir al bienestar de la sociedad de la que forman parte.

6.6. PRINCIPIOS

Los principios de la microempresa son los siguientes:

- ❖ **BUSCAR SIEMPRE UN MAYOR NIVEL DE CALIDAD.-**

La calidad será un factor determinante en la decisión de compra de las personas, por lo tanto es necesario mejorar siempre las especificaciones de las manualidades.

- ❖ **BUSCAR ESTABLECER LOS PRECIOS MÁS COMPETITIVOS**

Producir a menor costo sin sacrificar la calidad será la garantía de competitividad que tiene la empresa.

- ❖ **MEJORAR CONSTANTEMENTE**

Ofrecer mejoramiento continuo en el producto y en todos los procesos de la microempresa.

- ❖ **CAPITAL RECURSOS HUMANOS**

Se considera a todos los colaboradores como principal capital humano y como tal se le ofrecerá un ambiente organizacional adecuado para el cumplimiento de sus tareas en el cual tendrá remuneraciones justas.

❖ CULTURA ORGANIZACIONAL

Nuestra cultura organizacional contará con una estructura que promueva el trabajo en equipo, los empleados deben estar dispuestos a colaborar entre compañeros para alcanzar los objetivos de la microempresa.

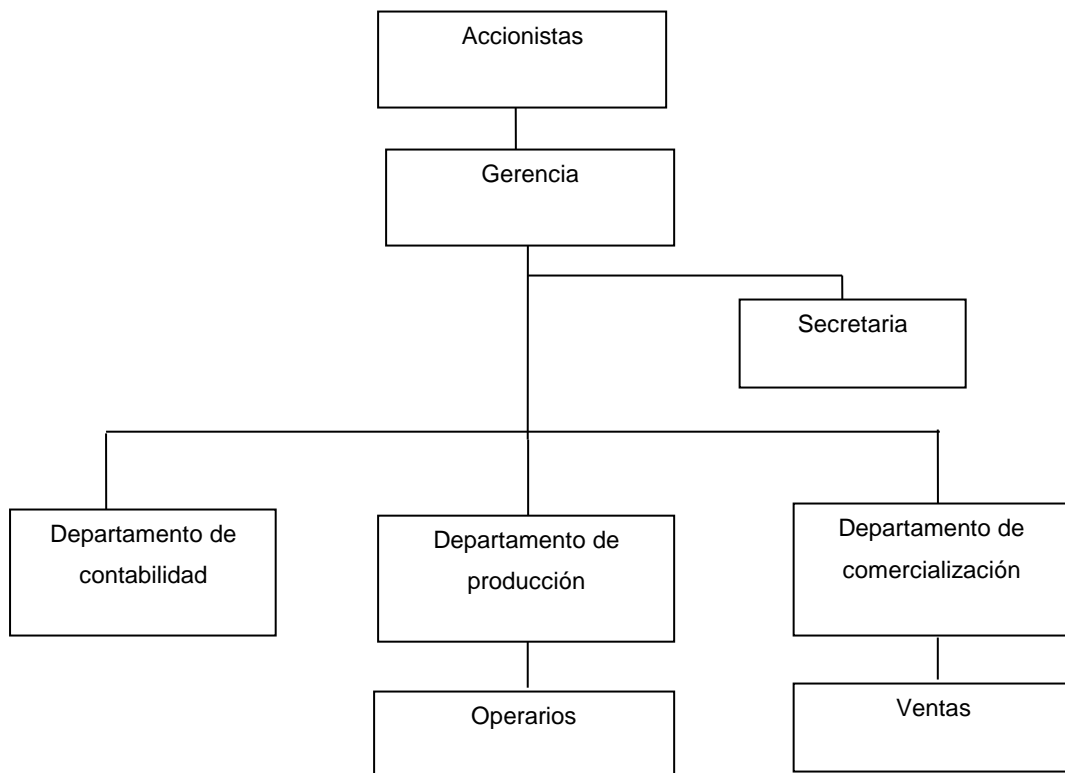
6.7. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA MICROEMPRESA “SARYLU”

La estructura organizacional es básica, puesto que es una microempresa que recién está iniciando su actividad. Contará con Accionistas, Gerente, Contador externo, Jefe de Producción, Empleadas que se encargaran de la producción y un vendedor.

Definiendo su organigrama de la siguiente manera:

GRÁFICO Nº 59
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



FUENTE: ESTUDIO TÉCNICO
ELABORADO: LAS AUTORAS

6.8. ESTRUCTURA FUNCIONAL

Las funciones y responsabilidades de las personas que conforman la microempresa "SARYLU" se detallan a continuación:

6.8.1. ACCIONISTAS

| NOMBRE | ACCIONISTAS |
|--------------------|--|
| DESCRIPCIÓN | Está constituido por los accionistas de la microempresa y serán los responsables de la conducción de la misma, hacia la obtención de los objetivos que se persigue, que es la producción y comercialización de manualidades. |
| FUNCIONES | <ul style="list-style-type: none">❖ Legislar las políticas que deben ser encaminadas por la microempresa,❖ Aprobar la planificación y las metas anuales,❖ Tomar decisiones sobre la marcha de la organización,❖ Dictar reglamentos internos y reparto de utilidades,❖ Resolver la forma de reparto de utilidades,❖ Aprobar los planes, programas, presupuestos anuales y sus reformas, responsabilizar al gerente por su ejecución. |

6.8.2. GERENTE GENERAL

| NOMBRE | GERENTE GENERAL |
|-----------------------|---|
| REQUISITOS DEL PUESTO | <p>INSTRUCCIÓN: Estudios Superiores en Administración o carreras afines, es elegido por la junta general de socios.</p> <p>EXPERIENCIA: En funciones afines</p> |
| PERFIL DEL PUESTO | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Acostumbrado a trabajar en equipo, ❖ Ser objetivo, ❖ Actitud de líder, ❖ Tener don de mando, ❖ Iniciativa propia, ❖ Capacidad de toma de decisiones, ❖ Ética moral ❖ Habilidades de solucionar conflictos. |
| FUNCIONES | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ser el representante legal de la microempresa, ❖ Es el responsable por la marcha administrativa, operativa y financiera de la microempresa, ❖ Hacer uso adecuado de la información disponible para la toma de decisiones, ❖ Velar por el cumplimiento de los objetivos establecidos, ❖ Supervisar al personal y preocuparse por mantener niveles óptimos de eficiencia y eficacia, ❖ Planeamiento estratégico de actividades, ❖ Dirigir las actividades generales de la microempresa, ❖ Autorizar convenios a nombre de la microempresa. |

6.8.3. SECRETARIA

| NOMBRE | SECRETARIA |
|------------------------------|--|
| REQUISITOS DEL PUESTO | Instrucción: Estudios Superiores en Secretariado Ejecutivo o carreras afines Experiencia: De 2 años en cargos similares. |
| PERFIL DEL PUESTO | <ul style="list-style-type: none">❖ Persona de buen trato, amable, cortés y seria,❖ Facilidad de expresión verbal y escrita,❖ Dominio de Windows, Microsoft Office, Internet ,❖ Habilidades para el planeamiento, motivación, liderazgo y toma de decisiones,❖ Confiabilidad e integridad. |
| FUNCIONES | <ul style="list-style-type: none">❖ Asumir el control de la documentación y custodia del archivo,❖ Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente,❖ Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de éstos,❖ Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado,❖ Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos,❖ Obedecer y realizar instrucciones que sean asignadas por el jefe inmediato,❖ Mejora y aprendizaje continuo. |

6.8.4. CONTADOR

| NOMBRE | CONTADOR |
|------------------------------|--|
| REQUISITOS DEL PUESTO | Instrucción: Estudios Superiores en Contabilidad C.P.A. Experiencia: En manejo contables financieros y tributarios. |
| PERFIL DEL PUESTO | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Tener buenas relaciones Humanas, ❖ Honradez,, ❖ Ética moral, ❖ Responsabilidad, ❖ Confiabilidad e integridad. |
| FUNCIONES | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Registrar todas las transacciones en los registros contables basándose en el manual de contabilidad, ❖ Elaborar puntualmente los estados financieros, ❖ Presentar las obligaciones tributarias a tiempo, ❖ Realizar los roles de pagos mensuales de los trabajadores y proceder a su pago, ❖ Cancelar al IESS, las aportaciones de los trabajadores, realizará las actividades de agente de retención y proceder al pago de los impuestos de forma oportuna, ❖ Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permita lograra mejoras, ❖ Llevar a cabos estudios de los problemas económicos y financieros que aquejen a la microempresa y las instituciones, ❖ Asesorar a la gerencia en planes económicos y financieros, tales como presupuestos. |

6.8.5. JEFE DE PRODUCCIÓN

| NOMBRE | JEFE DE PRODUCCIÓN |
|------------------------------|--|
| REQUISITOS DEL PUESTO | INSTRUCCIÓN: Estudios Superiores Diseño de moda. Mínimo en 2 años en funciones similares. |
| PERFIL DEL PUESTO | <ul style="list-style-type: none">❖ Tener buenas relaciones Humanas,❖ Honradez,,❖ Responsabilidad para cumplir las actividades encomendadas,❖ Don de mando,❖ Honestidad. |
| FUNCIONES | <ul style="list-style-type: none">❖ Supervisar, dirigir y controlar las actividades productivas de una manera eficiente,❖ Controlar la producción y la calidad del producto,❖ Supervisar al personal operativo en las labores diarias de la producción de las manualidades,❖ Elaborar presupuestos de recursos materiales, insumos para la producción y personal necesario,❖ Administrar la bodega de materiales e insumos,❖ Resolver problemas del área de producción. |

6.8.6. OPERARIOS

| NOMBRE | OBRERAS |
|------------------------------|--|
| REQUISITOS DEL PUESTO | Tener conocimientos y práctica en diseño y elaboración de manualidades. |
| PERFIL DEL PUESTO | <ul style="list-style-type: none">❖ Puntualidad,❖ Responsabilidad en las tareas encomendadas,❖ Actitud para trabajar en equipo,❖ Ser colaboradora y honesta. |
| FUNCIONES | <ul style="list-style-type: none">❖ Cumplir con las actividades que se programan para el desarrollo de la producción ,❖ Llevar a cabalidad los procedimientos para elaborar las manualidades,❖ Realizar las tareas en los tiempos previstos,❖ Producir las cantidades encomendadas para cumplir puntualmente con los pedidos. |

6.8.7. VENDEDORAS

| NOMBRE | VENDEDORAS |
|------------------------------|---|
| REQUISITOS DEL PUESTO | INSTRUCCIÓN: Estudios superiores en marketing, EXPERIENCIA: mínimo 2 años en funciones similares |
| PERFIL DEL PUESTO | <ul style="list-style-type: none">❖ Ética moral,❖ Dinamismo y liderazgo,❖ Responsabilidad en las tareas encomendadas,❖ Tener iniciativa y creatividad,❖ Actitudes positivas para atención al cliente,❖ Capacidad de trabajo bajo presión y por objetivos. |
| FUNCIONES | <ul style="list-style-type: none">❖ Abrir nuevas plazas para el producto,❖ Proporcionar la atención adecuada, amable, cordial y oportuna,❖ Cumplir puntualmente con los pedidos realizados por los clientes,❖ Planificar, dirigir y coordinar la venta del producto,❖ Organizar los documentos que soporten la venta,❖ Convencer al cliente de la utilidad del producto,❖ Entregar mensualmente el informe de las actividades,❖ Tener un inventario de los productos destinados a la venta,❖ Entregar a los canales de distribución los pedidos realizados. |

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

Este capítulo requiere de un análisis de impactos que ocasiona la creación de la microempresa, los impactos están relacionados tanto en el aspecto:

- ❖ Económico
- ❖ Empresarial
- ❖ Ambiental
- ❖ Social
- ❖ Educativo

Para mejores resultados se aplica la matriz de impactos, que permita dar el valor correspondiente a cada indicador que interfiera en el proyecto que se indica en la siguiente tabla:

TABLA Nº 113
MATRIZ DE IMPACTOS

| VALORACIÓN | NIVEL DE IMPACTO |
|------------|---------------------|
| 5 | Impacto muy elevado |
| 4 | Impacto alto |
| 3 | Impacto medio |
| 2 | Impacto bajo |
| 1 | Impacto muy bajo |
| 0 | Indiferente |

FUENTE: ESTUDIO TÉCNICO
ELABORADO: LAS AUTORAS

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

7.1. IMPACTO ECONÓMICO

TABLA N° 114

IMPACTO ECONÓMICO

| FACTORES | VALORACIÓN | | | | | | | | | | | Σ |
|-----------------------|------------|----|----|----|----|---|---|---|---|---|---|-----------|
| | -5 | -4 | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Ingresos | | | | | | | | | X | | | |
| Generación del empleo | | | | | | | | | | X | | |
| Estabilidad laboral | | | | | | | | | X | | | |
| Ayuda comunitaria | | | | | | | | | X | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| TOTAL | | | | | | | | | 9 | 4 | | 13 |

FUENTE: ESTUDIO TÉCNICO

ELABORADO: LAS AUTORAS

$$NI(Económico)^n = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI(Económico)^n = \frac{13}{4}$$

$$NI(Económico)^n = 3,25$$

ANÁLISIS.-

El nivel de impacto es medio; los socios de la microempresa recibirán ingresos al poner en funcionamiento el negocio, creando fuentes de empleo directo e indirecto que generan ingresos para las personas y trabajadores que intervienen en la elaboración de las manualidades, proveedores de insumos y materia prima logrando solventar sus necesidades económicas.

El Proyecto dinamizará el trabajo de las mujeres que confeccionarán las manualidades mediante el incremento de la eficiencia y reducción de los costos operacionales del sistema de producción.

La actividad dará mayor competitividad y permitirá un posicionamiento del producto dentro del mercado sanantonense.

Además se ofrecerá productos tales como: bolsos, carteras, tapetes, y figuras de fomix, cabe mencionar que este tipo de proyectos benefician a la comunidad debido a que se incrementa su imagen empresarial, logrando así el crecimiento del número de empresas en el sector.

7.2. IMPACTO EMPRESARIAL

TABLA N° 115
IMPACTO EMPRESARIAL

| FACTORES | VALORACIÓN | | | | | | | | | | | Σ |
|---|------------|----|----|----|----|---|---|---|---|---|----|-----------|
| | -5 | -4 | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Espíritu emprendedor | | | | | | | | | | X | | |
| Creatividad | | | | | | | | | | | X | |
| Cultura de organización y planificación | | | | | | | | | | | X | |
| Toma de decisiones | | | | | | | | | | | X | |
| Administración técnica | | | | | | | | | | | X | |
| Asignación óptima de recursos | | | | | | | | | | | X | |
| Rentabilidad financiera | | | | | | | | | | X | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| TOTAL | | | | | | | | | | 8 | 25 | 33 |

FUENTE: ESTUDIO TÉCNICO

ELABORADO: LAS AUTORAS

$$NI(\text{Empresarial})^n = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE FACTORES}}$$

$$NI(\text{Empresarial})^n = \frac{33}{7}$$

$$NI(\text{Empresarial})^n = 4,71$$

ANÁLISIS.-

El impacto empresarial es alto, en la actualidad el medio en que nos desenvolvemos nos exige cada día ser más emprendedores para lograr

un buen desempeño dentro del mismo, aplicando la creatividad, liderazgo, gestión competitiva, productividad y el trabajo corporativo.

La creación de una nueva microempresa exige crear una cultura empresarial es decir, la conducción de la producción con una visión más amplia llena de expectativas que ayudan a brindar un producto cada vez más especializado y de calidad, a su vez se realice las gestiones pertinentes para poder ampliar los horizontes de la microempresa y expandir su producción a otras ciudades, convirtiéndose en una empresa reconocida y competitiva.

Este negocio operará en forma potencial para cubrir los nuevos estándares turísticos mediante la realización de charlas motivacionales para el manejo adecuado de los recursos materiales, tecnológicos y humanos.

Se tendrá un mejor aprovechamiento de la plataforma tecnológica que se utilizará para la administración del negocio.

Hay que tomar en cuenta que la administración técnica contribuye a que asigne los recursos de manera óptima sin desperdiciarlos, teniendo como resultado una mejor rentabilidad financiera que beneficie a la microempresa y a las personas que laboran en ella.

7.3. IMPACTO AMBIENTAL

**TABLA Nº 116
IMPACTO AMBIENTAL**

| FACTORES | VALORACIÓN | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|------------|----|----|----|----|---|---|---|---|---|---|----------|
| | -5 | -4 | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Σ |
| Manejo de desechos de materia prima | | | | | | | | X | | X | | |
| Contaminación auditiva | | | | | | | X | | | | X | |
| Contaminación visual | | | | | | | | X | | | X | |
| TOTAL | | | | | | | 1 | 4 | | | | 5 |

FUENTE: ESTUDIO TÉCNICO

ELABORADO: LAS AUTORAS

$$NI(Ambiental)^n = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ FACTORES}$$

$$NI(Ambiental)^n = \frac{4}{3}$$

$$NI(Ambiental)^n = 1,67$$

ANÁLISIS.-

El impacto ambiental es bajo puesto que no contamina el medio ambiente, el proceso de elaboración de las manualidades se hace en etapas establecidas y controladas y los desperdicios se los puede reciclar.

Se tomará las medidas adecuadas para disminuir los posibles daños ambientales que se podrían generar con el desarrollo de esta actividad, cabe mencionar que realizaremos acciones productivas que favorezcan el cuidado del ambiente y apoyaremos a la creación de nuevos esquemas de desarrollo sostenible.

7.4. IMPACTO SOCIAL

TABLA Nº 117
IMPACTO SOCIAL

| FACTORES | VALORACIÓN | | | | | | | | | | | |
|----------------------|------------|----|----|----|----|---|---|---|---|---|---|-----------|
| | -5 | -4 | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Σ |
| Calidad de vida | | | | | | | | | | X | | |
| Estabilidad familiar | | | | | | | | | X | | | |
| Seguridad familiar | | | | | | | | | X | | | |
| Ayuda comunitaria | | | | | | | | | | X | | |
| TOTAL | | | | | | | | | 6 | 8 | | 14 |

FUENTE: ESTUDIO TÉCNICO

ELABORADO: LAS AUTORAS

$$NI(Social)^n = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ FACTORES}$$

$$NI(Social)^n = \frac{14}{4}$$

$$NI(Social)^n = 3,50$$

ANÁLISIS.-

El impacto social es alto, ya que la creación de una nueva microempresa propicia la estabilidad y seguridad familiar dado que los trabajadores tendrán un lugar donde laborar y no necesitan salir de la parroquia para buscar nuevas oportunidades de vida.

El proyecto generará fuentes de trabajo en la localidad, así mismo incentivará a las mujeres del sector a prepararse académicamente en las nuevas alternativas y mejorando la autoestima de las moradoras; pues el trabajo que realizarán con sus manos hábiles y destrezas serán reconocidas por turistas nacionales y extranjeras.

7.5. IMPACTO EDUCATIVO

TABLA N° 118
IMPACTO EDUACTIVO

| FACTORES | VALORACIÓN | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|------------|----|----|----|----|---|---|---|---|---|---|-----------|
| | -5 | -4 | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Σ |
| Aplicación de conocimientos | | | | | | | | | | X | | |
| Generación de conocimientos | | | | | | | | | | x | | |
| Cultura de la comunidad | | | | | | | | | X | | | |
| Tradiciones | | | | | | | | | x | | | |
| Valores ancestrales | | | | | | | | x | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| TOTAL | | | | | | | | 2 | 6 | 8 | | 16 |

FUENTE: ESTUDIO TÉCNICO

ELABORADO: LAS AUTORAS

$$NI(Educativo)^n = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ FACTORES}$$

$$NI(Educativo)^n = \frac{16}{5}$$

$$NI(Educativo)^n = 3,20$$

ANÁLISIS.-

El impacto educativo es medio, debido a que la microempresa contará con talento humano técnico y profesional idóneo para cada cargo los cuales aplicarán sus conocimientos en cada una de las actividades a desarrollar.

El presente proyecto pondrá en práctica todos los conocimientos obtenidos y su aplicación en el medio administrativo contable de la

microempresa dedicada a la producción y comercialización de manualidades.

La producción de las manualidades involucra la creatividad de los humanos para impregnar la belleza con sus manos en la elaboración de los diferentes modelos, mediante los cuales tendremos la oportunidad de ayudar a nuestros semejante a tener nuevas oportunidades de mejorar su calidad de vida.

7.6. IMPACTO GENERAL

TABLA Nº 119
IMPACTO GENERAL

| FACTORES | VALORACIÓN | | | | | | | | | | | Σ |
|---------------------|------------|----|----|----|----|---|---|---|---|---|---|-----------|
| | -5 | -4 | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Impacto económico | | | | | | | | | X | | | |
| Impacto empresarial | | | | | | | | | | | X | |
| Impacto ambiental | | | | | | | | X | | | | |
| Impacto social | | | | | | | | | | X | | |
| Impacto educativo | | | | | | | | | X | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| TOTAL | | | | | | | | 2 | 6 | 4 | 5 | 17 |

FUENTE: ESTUDIO TÉCNICO

ELABORADO: LAS AUTORAS

$$NI(I. General)^n = \frac{SUMATORIA TOTAL}{NÚMERO DE FACTORES}$$

$$NI(I. General)^n = \frac{17}{5}$$

$$NI(I. General)^n = 3,40$$

ANÁLISIS.-

El impacto a nivel general que tiene el proyecto es de 3,40 lo cual constituye un impacto medio positivo.

Esto implica que la microempresa de manualidades será beneficiosa a nivel tanto individual como colectivo en los aspectos económicos, empresariales, ambientales, sociales y educativos permitiendo generar una alternativa de progreso para la parroquia.

CONCLUSIONES

De la investigación realizada sobre el “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de manualidades elaboradas a base de lana, colita de ratón y figuras de fomix, ubicada en la Parroquia de San Antonio de Ibarra, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura” se concluye lo siguiente:

1. San Antonio de Ibarra; como parte de un país de grandes emprendedores, luchadores y forjadores de sueños, que se ha caracterizado por su habilidad natural en las diferentes manifestaciones de arte, ha engendrado hábiles artesanos que son sus diestras manos han dado forma a lo que la naturaleza les provee. Es por eso que se ve con buen agrado la creación de la microempresa de comercialización y producción de manualidades.
2. La realización de este proyecto ayuda a conocer como se producen y comercializan las manualidades, y como obtener beneficios de él; ya que las microempresas que se han creado en el país, por diferentes circunstancias y sin conocimientos previos, no han perdurado en el tiempo y han sido un fracaso económico y psicológico para sus emprendedores.
3. El sector de la parroquia de San Antonio de Ibarra, presentan las condiciones favorables para el desarrollo productivo y comercial, debido al creciente volumen comercial, artesanal y turístico, que recibe diariamente la parroquia.
4. “Sarylú”, mejorará los niveles de producción y comercialización de las manualidades, mediante la aplicación de estrategias empresariales, basadas en la asociatividad con artesanos, que busquen mejorar sus estándares productivos. Como también al

contar con un recurso humano calificado en cada área, esto permitirá alcanzar los objetivos de éxito de la microempresa.

5. El proyecto ayudará a fortalecer la identidad cultural no solo del sector sino del país, ya que se lo representa con las manualidades con sus diseños y estilos de sus creadores.

Así como también busca mejorar la creatividad para que se plasme en cada diseño que se elabore.

6. El proyecto generará nuevas fuentes de trabajo, y mejorará los niveles de vida de la población, así mismo coadyuvará al desarrollo social, económico del sector, la provincia y el país.

7. La sostenibilidad del proyecto está basada en estudios, de mercado, técnicos y financieros debidamente sustentados y planificados para que la inversión a realizarse tenga el éxito deseado por los ejecutores del presente proyecto.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se deben aplicar en la investigación son:

1. Gestionar ante las autoridades gubernamentales, promover y fortalecer las prácticas micro empresariales, mediante el otorgamiento de créditos a corto y mediano plazo con la finalidad de que este tipo de actividad mejore su competitividad. Esto permitirá que el consumidor prefiera nuestros productos.
2. Los resultados obtenidos de la evaluación financiera, demuestran que el proyecto es financieramente rentable, por lo que se recomienda aunar esfuerzos que tiendan a conseguir la ejecución del proyecto, ya que significan beneficios sociales y económicos.
3. La organización de la microempresa es fundamental para su creación, desarrollo y sostenibilidad, por lo que es necesario todas y cada uno de los pasos expuestos dentro de los estudios de mercado, técnicos, financieros-contables y organizativos, esto permitirá tener seguridad en la inversión del proyecto.
4. Es necesario proporcionar la debida información a los involucrados en la ejecución del proyecto, con la finalidad de motivarlos a participar activamente, en el desarrollo productivo y económico de la microempresa, ya que serán los más beneficiados del éxito que alcance.
5. Será importante que la microempresa tenga un recurso humanos capacitados, que permita que sus colaboradores tengan los conocimientos técnicos, científicos necesarios, especialmente en el caso del gerente, contador, vendedores y trabajadores cada uno en su área de ocupación.

6. Es importante aprovechar las condiciones geográficas de la microempresa, para aplicar estrategias en el área de ventas y comercialización que permitan lograr el acercamiento de los clientes, para mantener una cultura de calidad.

ABREVIATURAS:

| Abreviatura | Nomenclatura |
|--------------------------------|---|
| GAD | Gobierno Autónomo Descentralizado |
| INEC | Instituto Nacional de Estadística y Censo |
| A.O.O.R. | Amenaza, Oportunidad, Oponente, Riesgo |
| P.E.S.T. | Variable Político, Económico, Social, Tecnológico y Ecológico |
| VAN | Valor Actual Neto |
| TIR | Tasa de Retorno Interna |
| P.E. | Punto de Equilibrio |
| RUC | Registro Único de Contribuyentes |
| SRI | Servicio de Rentas Internas |
| MSNM | Metros sobre el nivel del mar |
| N | Tamaño de la Muestra |
| Z | Nivel de confianza (95% dos colas) = 1.96 |
| σ | Varianza 0.25 |
| ϵ^2 | Nivel de error 5% |
| 3D | Tercera Dimensión |
| 4D | Cuarta Dimensión |
| MPD | Materia prima directa |
| MPI | Materia prima indirecta |
| MOD | Mano de obra directa |

| | |
|-----------------------|--|
| MOI | Mano de obra indirecta |
| GGF | Gastos generales de fabricación |
| NIIF'S | Normas Internacionales de Información Financiera |
| KM | Kilómetros |
| KM² | Kilómetros cuadrados |
| % | Porcentaje |
| PEA | Población Económicamente Activa |
| MM | Milímetros |
| 4P | Producto, Precio, Plaza y Promoción |
| M² | Metros cuadrados |
| ETC | Etcétera |
| Nº | Número |
| ARQ. | Arquitecto |
| ING. | Ingeniero |
| UNIT. | Unitario |
| KWH | Kilovatios |
| M³ | Metros cúbicos |
| CNT | Corporación Nacional de Telecomunicación |
| USD | Dólares |
| MBPS | Mega Bytes |
| CÍA. LTDA. | Compañía Limitada |
| PROM. | Promedio |

| | |
|-------------|---|
| CPA | Contador Público Autorizado |
| IESS | Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social |
| SBU | Sueldo Básico Unificado |
| FIG. | Figura |
| BNF | Banco Nacional de Fomento |
| C/B | Costo-Beneficio |
| VTA | Ventas |
| CF | Costo fijo |
| CV | Costo /variable |
| Σ | Sumatoria |
| ACB | Análisis costo beneficio |
| FNEA | Flujo neto efectivo actualizado |

FUENTES DE INFORMACIÓN

- BIBLIOGRAFÍA

- ❖ ANZOLA ROJAS Sérvulo; "**Administración de pequeñas empresas**", México D.F., 2012, Vol. 3ra. Edición.
- ❖ ARMOSTRONG Gary y KOTLER Philip; "**Fundamentos de Marketing**", México, [s.n.], 2013, Vol. 11ava Edición.
- ❖ BACA URBINA Gabriel; "**Evaluación de proyectos**", México D.F.,2013, Vol. 7ma. Edición.
- ❖ MEZA OROZCO Jhonny; "**Evaluación financiera de proyectos**", Colombia- Bogota, 2010, Vol. 2da. Edición.
- ❖ OLANO ASUAD Franklin "**Contabilidad General un sistema de Información**", México, Ediciones U, 2012.
- ❖ TREVIÑO M Ruben; "**Publicidad: Comunicación Integral en Marketing**", México, [s.n.], 2010, Vol. 3ra Edición.
- ❖ WOULDRIIDGE Jeffrey; "**Introducción a la Economía**", Cengage Learning, México, 2010, Vol. 4ta Edición.
- ❖ HURNGER Charles T.; "**Contabilidad de Costos un Enfoque Gerencial**"; Pearson Educación, México, 2012.
- ❖ CHIAVENATO Idalberto, "**Administración de Recursos Humanos El capital humano de las organizaciones**", 9na Edición, Macgregor; Rio de Janeiro-Brasil, 2011.
- ❖ DAFT Richard; "**Introducción a la Administración**", 6ta Edición Cengage Learning, México, 2010.
- ❖ WARREN Carl S; REEVE James M; DUCAHC Jonathan E; "**Contabilidad Financiera**", 11va Edición, Mexico, 2010.

- ❖ MAYES Timothy R., TOOD M. Shank; **“Análisis financiero con Microsoft Excel”**, 5ta. Edición, México, ARTgraph, 2010.
- ❖ CASTRO ORTEGA Alonso; **“Proyectos de inversión”**, 1ra. Edición, México, 2010.
- ❖ PACHECO CONTRERAS Jhonny; **“Contabilidad financiera con Excel”**, Editorial macro EIRL, Perú Lima, 2013.
- ❖ CHUQUIPIONDO Richard, **“Superación de objeciones y cierre de ventas”**, 1ra. Edición, Editorial macro EIRL, Perú Lima, 2013.

- LINGÜÍSTICA

- ❖ [http:// www.blancaineparada.blogspot.com](http://www.blancaineparada.blogspot.com)
- ❖ [http:// www. es.wikipedia.org.](http://www.es.wikipedia.org)
- ❖ [http:// www. terapiasnaturalesmaria.blogspot.com.](http://www.terapiasnaturalesmaria.blogspot.com)
- ❖ [http:// www. andrea-blogeducativo.blogspot.com.](http://www.andrea-blogeducativo.blogspot.com)
- ❖ [http:// www.artesanum.com.](http://www.artesanum.com)
- ❖ [http://. www.es.wikipedia.org](http://.www.es.wikipedia.org)
- ❖ [http:// www. ppryc.files.wordpress.com.](http://www.ppryc.files.wordpress.com)
- ❖ [http:// www.deportes.glosario.net.](http://www.deportes.glosario.net)
- ❖ [http:// www.manualidadesfoamy.com](http://www.manualidadesfoamy.com)
- ❖ [http:// www.manualidadesfomi.wordpress.com](http://www.manualidadesfomi.wordpress.com)

ANEXOS

ANEXO Nº 1

**FORMATO DE LA ENCUESTA A PROVEEDORES DE
MANUALIDADES DE LA CIUDAD DE IBARRA**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA SUPERIOR DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS TIENDAS DE MANUALIDADES QUE SE
ENCUENTRAN UBICADAS EN LA CIUDAD DE IBARRA

1. ¿De las siguientes opciones qué manualidades ofrece su negocio?

a) Adornos en fomix ()

b) Carteras ()

c) Tapetes ()

d) Otros Especifique _____

2. ¿Desde qué año su negocio ofrece estos productos?

3. ¿Entre qué edades se concentra la mayor parte de sus clientes?

Seleccione una opción.

- a) Niños ()
- b) Adolescentes ()
- c) Jóvenes ()
- d) Adultos ()
- e) Adultos mayores ()

4. ¿Con qué frecuencia sus clientes adquieren las carteras que usted oferta en su negocio? Seleccione una opción

- a) Quincenal ()
- b) Mensual ()
- c) Semestral ()
- d) Anual ()

5. ¿Entre que costos distribuye usted las carteras? Seleccione una opción.

- a) De \$5 a \$20 ()
- b) De \$21 a \$35 ()
- c) De \$36 a \$45 ()
- d) De \$46 a \$60 ()

6. ¿Con que frecuencias sus clientes adquieren las figuras de fomix?

Seleccione una opción

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

7. ¿Entre que costos distribuye usted las figuras de fomix? Seleccione una opción

a) De \$1 a \$5 ()

b) De \$6 a \$ 10 ()

c) De \$ 11 a \$ 20 ()

d) De \$ 21 a \$ 35 ()

8. ¿Con que frecuencia sus clientes adquieren los tapetes? Seleccione una opción

a) Quincenal ()

b) Mensual ()

c) Semestral ()

d) Anual ()

9. ¿Entre que costos distribuye usted los tapetes? Seleccione una opción.

a) De \$5 a \$20 ()

b) De \$21 a \$35 ()

c) De \$36 a \$45 ()

LA ENCUESTA HA CONCLUIDO. GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 2

FORMATO DE LA ENCUESTA A POSIBLES CONSUMIDORES



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA SUPERIOR DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MUJERES DE ENTRE 18 A 60 AÑOS, PARA DETERMINAR LA DEMANDA DE MANUALIDADES (CARTERAS, TAPETES, FIGURAS DE FOMIX) EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA.

1. ¿A usted le gustaría comprar las carteras elaboradas en la parroquia de San Antonio de Ibarra?
 - a) SI ()
 - b) NO ()

2. ¿De qué material prefiere usted las carteras? Seleccione una opción,
 - a) Cuero ()
 - b) Crojeth ()
 - c) Sintético ()
 - d) Tela ()

Otros cuáles.....
.....
.....
.....

3. ¿En qué tipo de ocasiones utiliza usted las carteras? Seleccione una opción
- a) Fiesta ()
 - b) Casual ()
 - c) Informal ()
 - d) Deportiva ()
 - e) En toda ocasión ()
4. ¿Con qué frecuencia compra usted las carteras? Seleccione una opción.
- a) Quincenal ()
 - b) Mensual ()
 - c) Semestral ()
 - d) Anual ()
5. ¿En qué rango de precios adquiere usted las carteras? Seleccione una opción.
- a) De \$ 5 a \$ 20 ()
 - b) De \$ 21 a \$ 35 ()
 - c) De \$ 36 a \$ 45 ()
 - d) De \$ 46 a \$ 60 ()
6. ¿A usted le gusta comprar los tapetes para su hogar?
- c) SI ()
 - d) NO ()
7. ¿De qué manera utiliza usted los tapetes? Seleccione una opción.
- a) Decoración de muebles ()
 - b) Regalo ()

8. ¿De qué forma prefiere los tapetes? Seleccione una opción.
- a) Rectangular ()
 - b) Redondos ()
 - c) Cuadrados ()
 - d) Todos los anteriores ()
9. ¿Cada que tiempo usted adquiere los tapetes? Seleccione una opción.
- a) Quincenal ()
 - b) Mensual ()
 - c) Semestral ()
 - d) Anual ()
10. ¿En qué rango de precios adquiere usted los tapetes? Seleccione una opción.
- a) De \$5 a \$10 ()
 - b) De \$11 a \$20 ()
 - c) De \$21 a \$30 ()
11. ¿A usted le gustaría adquirir las figuras de fomix?
- a) Si ()
 - b) No ()
12. ¿Qué modelo de figuras de fomix prefiere comprar? Seleccione una opción.
- a) Personajes ()
 - b) Porta retratos ()
 - c) Figuras de cocina ()
 - d) Adornos ()
- Otros cuáles.....

.....
.....
.....

13. ¿Con qué frecuencia compra usted las figuras de fomix?
Seleccione una opción.

- a) Quincenal ()
- b) Mensual ()
- c) Semestral ()
- d) Anual ()

14. ¿En qué rango de precios adquiere usted las figuras de fomix?
Seleccione una opción.

- e) De \$1 a \$5 ()
- f) De \$6 a \$ 10 ()
- g) De \$ 11 a \$ 20 ()
- h) De \$ 21 a \$ 35 ()

15. ¿Qué lugares frecuenta usted para adquirir las manualidades
(carteras, tapetes, figuras de fomix)? Seleccione una opción.

- a) Centros comerciales ()
- b) Plazas artesanales ()
- c) Boutique ()
- d) Por catálogo ()
- e) Papelerías ()
- f) Mercados ()
- g) Vendedores ambulantes ()
- h) Bazares ()

16. ¿Cómo establece usted la calidad del producto que adquiere?

Seleccione una opción.

- a) Por el precio ()
- b) Por el diseño ()
- c) Por el color ()
- d) Por el lugar donde lo compra ()
- e) Por el material ()
- f) Por el acabado del producto ()

LA ENCUESTA HA CONCLUIDO. GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 3

ENTREVISTA APLICADA A LOS LOCALES COMERCIALES DE MANUALIDADES EN LA CIUDAD DE IBARRA

- INDICADOR: Competencia

1. ¿Qué tipo de manualidades comercializa usted?

Las tiendas de manualidades nos indicaron que enseñan a elaborar y comercializan diferentes tipos de manualidades.

2. ¿De las manualidades que comercializa cuál es la de mayor aceptación?

De acuerdo a la entrevista realizada a las tiendas de manualidades de la Ciudad de Ibarra los 5 entrevistados concuerdan que los productos de mayor aceptación por parte de los consumidores son las Figuras de Fomix y las Carteras de crojeth.

- INDICADOR: Presentación del producto

3. ¿En qué presentaciones comercializa las figuras de fomix, los tapetes y las carteras?

Los entrevistados manifiestan que las manualidades que se ofrecen en la ciudad de Ibarra son envases cilíndricos de plásticos para exhibir las figuras de fomix, fundas de plástico para los tapetes y fundas de plástico con la respectiva identificación de la microempresa para ofrecer mayor atracción al cliente en la venta de las manualidades.

- INDICADOR: Precio

4. ¿Cuál es el precio promedio general de venta de los siguientes productos?

Los precios de las manualidades varían en pequeñas cantidades dependiendo de la marca y de los lugares de distribución.

Según las estadísticas de los entrevistados y su análisis el precio promedio al que distribuyen los productores de las manualidades son los siguientes:

| Variedad de manualidades que oferta la competencia | Precio Prom. \$ |
|---|----------------------------|
| Carteras | \$ 25,00 |
| Tapetes | \$ 15,00 |
| Figuras de Fomix | \$ 8,50 |

- **INDICADOR:** Compras-Oferta

5. ¿Cuáles son los proveedores de materia prima?

Después de analizar y tabular la cantidad de materia prima que se adquiere para la elaboración de las manualidades, los cinco locales comerciales más representativos de la ciudad nos mencionan que la materia prima es importada de Colombia considerando su bajo costo y el beneficio al transformarla.

- **INDICADOR:** Canales de Distribución

6. ¿La distribución de sus productos lo realiza a través de intermediarios o los comercializa de forma directa?

Todos los locales de manualidades entrevistados manifiestan que ellos comercializan de manera directa sus productos en la Ciudad de Ibarra impulsando el emprendimiento y la economía de la ciudad y brindando productos de calidad garantizados a los clientes.

ANEXO Nº 4

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

| |
|---|
| <p style="text-align: center;">FICHA DE OBSERVACIÓN Nº 1</p> <p style="text-align: center;">VISITA A LOS LOCALES COMERCIALES DE SAN ANTONIO DE IBARRA</p> |
| <p>RESPONSABLES: ANITA ANDRADE, MARÍA MALES</p> <p>FUENTE: COMERCIANTES DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO</p> |
| <p>La Parroquia de San Antonio de Ibarra o también conocida como la “CUNA DEL ARTE” se encuentra ubicada en la panamericana sur a 6km de la Ciudad de Ibarra, su principal actividad económica se basa en la producción y comercialización de artesanías fabricadas a base de madera, muebles, arte religiosa y adornos en policromado, a la parroquia llegan aproximadamente alrededor de 100 a 200 turistas nacionales y extranjeros.</p> <p>Se puede apreciar a simple vista que existen 30 locales comerciales donde se exhiben y se comercializan las artesanías antes descritas y los productos antes mencionados, se hizo un reconocimiento y se determinó que no existen locales comerciales donde se comercialicen manualidades es por ello que se determina en el sector la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de manualidades, dicho de otra manera en el sector turístico se pretende implementar una microempresa de manualidades para dar un complemento a la parroquia artesanal.</p> |

ANEXO N° 5

PROFORMAS DE LOS ACTIVOS FIJOS



Cayambe, 19 de abril de 2014

Señorita.
Maria Males
Presente.

El motivo de la presente es para darle a conocer los precios de los productos solicitados:

| | ARTICULO | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-------|--------------------|----------|----------------|-------------|
| 1 | COM. DE ESCRITORIO | 2 | 760.00 | 1520.00 |
| 2 | PORTATIL HACER | 1 | 1200.00 | 1200.00 |
| 3 | TELEFONO FAX | 1 | 156.00 | 156.00 |
| 4 | TELEFONO BASE | 1 | 45.25 | 45.25 |
| TOTAL | | | 2161.25 | 2921.25 |

REG COMP. ESCRI: MESA, REGULADOR, WEBCAM, AUDIFONOS, PARLANTES.
PORTATIL: MOCHILA, MAUSE, AUDIFONOS, PEN DRIVE.
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL

NUETROS PRECIOS YA INCLUYEN IVA
CUENTAN CON GARANTIA DE UN AÑO

Saludos Cordiales,


Elizabeth Sánchez

Jefe Agencia Cayambe

Teléfono: (02)2360464

Dirección: Ascazubi y Vargas Esq.

Cayambe - Ecuador cayambe@marcimex.com.ec



PORTATIL



LINEAMIENTO GENERAL

- LINEA: TECNOLOGIA
- DESCRIPCIÓN: LAP - ACER - S3-391-6644 - CI5 3337M 2.7Ghz/4GB/500GB/W8/14"
- GARANTÍA: 1 AÑO
- CÓDIGO DE BARRA:
- MEDIDAS: 34.2 x 23.1 x 3.55 cm
- REEMPLAZO: NO

ESPECIFICACIONES

- PROCESADOR INTEL CORE I5 3337M 2.7GHz
- PANTALLA LED HD 14.0 PULGADAS
- MEMORIA RAM 4 GB
- DISCO DURO 500 GB
- UNIDAD DVD – PUERTOS USB – PUERTO HDMI
- WEBCAM – AUDIO – WIFI
- BATERIA DE 3 CELDAS
- WINDOWS 8



GTC m27

- ✦ Procesador AMD E 350.
- ✦ 4 GB RAM
- ✦ 1000 GB Disco Duro
- ✦ Monitor 18.5"
- ✦ Case Ultra Slim
- ✦ Card Reader
- ✦ Teclado, Mouse, Parlantes.



MARGEN COMERCIAL 30%
ENTRADA US \$ 80.00
CUOTA 18 MESES: US \$ 69



IMPRESORA



LINEAMIENTO GENERAL

- **LINEA:** TECNOLOGIA
- **DESCRIPCIÓN:** IMP-CANON-MG2410-IMPRESORA FOTOGRAFICA MULTIFUNCIONAL
- **GARANTÍA:** 1 AÑO
- **CÓDIGO DE BARRA:**
- **MEDIDAS:** 48 x 19.3 x 37.1 cm
- **REEMPLAZO:** SI (4436) PROMOCIONAL (4435) VENTA

ESPECIFICACIONES

- RESOLUCION DE IMPRESIÓN HASTA 4800 x 1200 ppp
- IMPRESORA MULTIFUNCIONAL DE TINTA, CON IMPRESORA, COPIADORA Y ESCANER
- CARTUCHOS DE IMPRESIÓN 2 (NEGRO Y COLOR)
- CONECTIVIDAD USB 2.0
- IMPRESIÓN A DOBLE CARA
- VELOCIDAD DE IMPRESIÓN DE HASTA 8.0 ipm EN NEGRO Y 4 ipm COLOR
- CICLO DE IMPRESIÓN MENSUAL DE 2000 PAGINAS AL MES
- RESOLUCION DE ESCANER DE HASTA 600 x 1200 dpi



ANEXO Nº 6

REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE UN PRÉSTAMO EN EL BANCO NACIONAL DE FOMENTO

The screenshot shows the website of the Banco Nacional de Fomento (BNF). The main navigation menu includes: Banca Electrónica, Tasas y Tarifas, Servicios, Convenios, Encuentranos, Conoce nuestra Red de Oficinas, Sucursales, and Cajeros Automáticos. The page title is "Servicios Bancarios" with the subtitle "Aperturas de cuentas, certificaciones, cheques, cobros, depósitos y mucho más." The main content area is titled "Microfomento" and "MICROCRÉDITO". It lists the requirements for a microcredit loan, including the subject of the credit, financing details, interest rates, and a list of required documents. The website URL is https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=360&Itemid=318&lang=es.

Servicios Bancarios
Aperturas de cuentas, certificaciones, cheques, cobros, depósitos y mucho más.

Microfomento
Con el Respaldo del Banco Nacional de Fomento

MICROCRÉDITO

Sujeto de crédito: Personas naturales o jurídicas, que tengan relación con actividades de producción, comercio o servicios.

| Financiamiento: | Interés: | Montos: |
|--|---|----------------|
| Hasta el 100% del proyecto de la inversión a realizar. | Tasa del 11% para producción y 15% para comercio y servicios. | Hasta \$20.000 |

| Plazo | Destino del crédito: | Garantía: |
|---------------|--|--|
| Hasta 5 años. | Capital de trabajo y de activos fijos. | Quirografaria (personal), prendaria o hipotecaria. |

Requisitos

- Copia blanco/negro o a color legible del certificado de votación del solicitante, garante y cónyuges (si son casados) (último proceso electoral).
- Copia del comprobante de luz, agua, o teléfono del cliente y garante según sea el caso (con una antigüedad no mayor a 60 días).
- Para compras de activos fijos: cotización o proforma de los bienes a adquirir.

PARA CRÉDITOS SUPERIORES A \$3.000:

- Copia legible del Registro Único de Contribuyentes RUC o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano RISE del solicitante.
- Copia legible del título de propiedad o pago del impuesto predial o contrato de arrendamiento del lugar de la inversión, o certificado actualizado de posesión o del trámite de adjudicación contenido por el organismo competente.

Inicio | Tasas y tarifas | Servicios Bancarios | Micro Fomento

Inicio | capitulo para revis... | calculos van tr y c... | TRABAJO DE GRA... | Proyecto.pdf - Ad... | Micro Fomento - G... | Vinculos ES | 14:06

ANEXO Nº 7

TASA INFLACIONARIA ACUMULADA AGOSTO 2013 DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

