



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA
EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CANOAS DE
TOTORA, COMO MEDIO DE TRANSPORTE DEPORTIVO Y DE TURISMO
EN LA COMUNIDAD DE CACHIVIRO, PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA
LAGUNA CANTÓN OTAVALO”**

PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR: JOSÉ JACINTO ESPINOSA CRIOLLO

DIRECTOR: Lic. ROSA RODRÍGUEZ Msc.

IBARRA, 2015

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene como finalidad Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de canoas de totora, como medio de transporte deportivo y turismo en la comunidad de Cachiviro, parroquia de San Rafael de la laguna cantón Otavalo. A continuación se expone una breve síntesis de lo tratado en cada capítulo del informe final del trabajo de grado, la misma cuenta con siete capítulos, conclusiones y recomendaciones finales. En el primer capítulo se realizó el Diagnóstico Situacional donde se pudo determinar que la Parroquia de San Rafael de la Laguna tiene una ubicación privilegiada en la provincia de Imbabura ya que se encuentra directamente al paso de la carretera que une la Provincia de Pichincha con la frontera norte del país; la zona cuenta con todos los elementos y recursos naturales especialmente la totora para atraer un turismo altamente rentable y beneficioso para esta comunidad El Capítulo dos contiene las bases teóricas y el marco referencial, las mismas que fueron recopiladas de fuentes bibliográficas, que sustentan los argumentos y análisis del estudio; en el capítulo tres, se realiza el análisis del estudio de mercado, proceso en el cual se llega a conclusiones para determinar que existe una demanda insatisfecha muy alta con relación a la oferta existe cuarto capítulo se plantea el estudio técnico, para establecer la estructura de la inversión fija e inicial del proyecto; el tamaño, ubicación, infraestructura de acuerdo al tipo de necesidades, distribución de las áreas y espacios que se requieran para la realización de las actividades; el capítulo cinco demuestra la factibilidad del proyecto utilizando indicadores financieros tales como el VAN, TIR, etc. El capítulo seis permite tener un enfoque de la estructura organizacional, normas legales, y todos los requerimientos administrativos del nuevo proyecto. El capítulo Siete resume los principales impactos derivados de la ejecución del proyecto y por último tenemos las principales conclusiones y recomendaciones que se deben tener en cuenta a la hora de ejecutar el trabajo.

SUMMARY

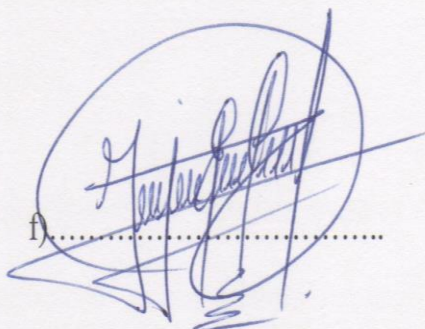
The current research intends to study the feasibility of the establishment of an enterprise focused on the production and commercialisation of totora canoes, as a mode of transportation for sports and tourism means in the Cachiviro community, located at San Rafael de la Laguna, Otavalo. Detailed next is a brief summary of each chapter of the final report, which is comprised by seven chapters, conclusions and final recommendations. The first chapter shows the situation analysis that allowed to determine that San Rafael de la Laguna has a privileged location in Imbabura since it's located right by the highway road that connects Pichincha to the north region of the country; the area also offers natural elements and resources, especially totora plant, therefore, calling for a highly profitable and beneficial tourism for the community. The second chapter includes the theoretical basis and framework that were gathered from bibliographic sources, supporting the arguments and analysis of the study; the third chapter shows the market research that concluded to determine a highly unmet demand in comparison to the existing offer. The fourth chapter develops the technical study, in order to establish the structure of the project's initial and fixed investment, size of the facilities, location, infrastructure according to the needs, distribution of the areas required for the operation; the fifth chapter reflects the feasibility of the project with the use of financial ratios such as NPV, IRR, etc. The sixth chapter allows an approach of the organizational structure, legal regulations and every managerial requirement of the starting project. The seventh chapter sums up the main impacts to be caused by the project and the main conclusions and recommendations to be taken into consideration when executing it.

AUTORÍA

Yo, **Espinosa Criollo José**, portador de CC 100370949-8, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CANOAS DE TOTORA, COMO MEDIO DE TRANSPORTE DEPORTIVO Y DE TURISMO EN LA COMUNIDAD DE CACHIVIRO, PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA CANTÓN OTAVALO”** que no ha sido previamente presentado para ningún trabajo de grado, ni calificación profesional, y que se han respetado las diferentes fuentes y referencias.

Examinado por parte del tribunal
examinador que se digno.

En la ciudad de Ibarra a los 30 días del mes de marzo del 2015.



AUTOR: Espinosa Criollo José

C.C. 100370949-8

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Directora del Trabajo de Grado presentado por el egresado, **ESPINOSA CRIOLLO JOSE JACINTO** para optar por el Título de Ingeniero Comercial cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CANOAS DE TOTORA, COMO MEDIO DE TRANSPORTE DEPORTIVO Y DE TURISMO EN LA COMUNIDAD DE CACHIVIRO, PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA CANTÓN OTAVALO”**, Considero 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 digne.

En la ciudad de Ibarra a los 30 días del mes de marzo del 2015.

Lda. Rosa Rodríguez Msc.

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **José Espinosa Criollo**, con cédula de ciudadanía N° 100370949-8, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: “Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Pequeña Empresa De Producción Y Comercialización De Canoas De Totora, Como Medio De Transporte Deportivo Y De Turismo En La Comunidad De Cachiviro, Parroquia De San Rafael De La Laguna Cantón Otavalo”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

(Firma):.....

Nombre: José Espinosa Criollo

Cédula: 100370949-8

Ibarra, a los 20 días del mes de mayo del 2015.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100370949-8		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Espinosa Criollo José		
DIRECCIÓN:	Otavalo-San Rafael- Cachiviro panamericana		
EMAIL:	j2espinosa_77@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062 918867	TELÉFONO MÓVIL:	0968207257

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CANOAS DE TOTORA, COMO MEDIO DE TRANSPORTE DEPORTIVO Y DE TURISMO EN LA COMUNIDAD DE CACHIVIRO, PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA CANTÓN OTAVALO”

AUTOR (ES):	José Espinosa Criollo		
FECHA:	2015-05-20		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	PREGRADO	X	POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO COMERCIAL		
ASESOR /DIRECTOR:	Lic. Rosa Rodríguez Msc.		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **José Espinosa Criollo**, con cédula de ciudadanía N° 100370949-8, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

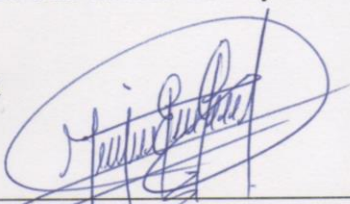
3. CONSTANCIAS

El Autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 20 días del mes de mayo del 2015

EL AUTOR

(FIRMA)


 JOSÉ JACINTO ESPINOSA CRIOLLO
 100370949-8

DEDICATORIA

Este Trabajo de Grado va dedicado a Dios cuyo poder infinito ha sido la guía en mi camino, fuente de amor y sabiduría.

A la memoria de mi abuela Rosita Burga, que está en el cielo que fue y será un ejemplo de amor, sacrificio y superación.

A mi Querida Esposa Lucy por toda la paciencia y confianza que me ha brindado y haber estado siempre presente en las buenas y en las malas a mi lado dándome su apoyo incondicional para seguir adelante y cumplir otra etapa en mi vida.

A mis Padres los cuales con su amor y ejemplo inculcaron los valores como el Respeto, Responsabilidad, Dedicación, Perseverancia y espirituales sin dejarse vencer en las adversidades y buscando siempre lo mejor para nosotros para alcanzar este objetivo.

A mis Hermanos, Tíos, Abuelos y los demás familiares por su incondicional y gran apoyo a lo largo de mi carrera universitaria, por estar siempre a mi lado con sus valiosos consejos.

A mi primo Josué Adael por ser la motivación más grande para cumplir mis metas y objetivos propuestos en mi vida.

¡MUCHISIMAS GRACIAS!

JOSÉ ESPINOSA

AGRADECIMIENTO

En especial a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad; con mucho amor, cariño a mis padres y hermanos por haberme dado su fuerza y apoyo incondicional

Agradezco a la acreditada Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativa y Económicas, a todos mis maestros universitarios, especialmente a la Msc. Rosa Rodríguez, directora del trabajo de grado quien desde el inicio de la investigación supo brindar sus valiosos y magnos conocimientos, a través de sus experiencias y observaciones.

Agradezco a la Familia Otavalo-Criollo quienes me apoyaron incondicionalmente con los recursos materiales y económicos a salir adelante con mis estudios universitarios.

Un profundo agradecimiento al Centro Evangélico la “Nueva Jerusalén” donde me formaron con sus valiosos consejos eclesiásticos, morales y espirituales en especial al Hno. Pastor José Manuel Otavalo por sus valiosas oraciones para salir adelante.

Así como también a todas las personas que de alguna u otra manera me colaboraron para la culminación de este proyecto.

JOSÉ ESPINOSA.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xx
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxi
PRESENTACIÓN.....	xxii
NOMBRE DEL ANTEPROYECTO.....	xxiii
ANTECEDENTES	xxiii
JUSTIFICACIÓN	xxv
OBJETIVOS	xxvi
OBJETIVO GENERAL.....	xxvi
OBETIVOS ESPECÍFICOS	xxvi
CAPÍTULO I	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	28
Antecedentes	28
Objetivos del Diagnóstico.....	31
Objetivo General.....	31
Objetivos Específicos.....	31
Variables diagnósticas	31
Macro Entrono	32
Micro entorno.....	32
Indicadores.....	32

Macro Entorno	32
Micro Entorno	32
Matriz de relación diagnostica	33
Mecánica operativa	35
Identificación de la población	35
Fórmula del cálculo.....	35
Calculo de la muestra.....	36
Diseño de instrumentos de la investigación	36
Información Primaria:	36
Información Secundaria	37
Análisis, evaluación e interpretación de datos.	41
Presentación y tabulación de datos	41
Determinación de aliados, oportunidades, oponentes, y riesgos.	52
Planteamiento del problema diagnostico	53
Resumen del capítulo	54
CAPÍTULO II	55
MARCO TEÓRICO	55
La Empresa y Pequeña Empresa.....	55
Definición de la Empresa.....	55
Objetivo de la empresa.....	55
Clasificación y características de la empresa.....	56
Pequeña empresa.....	57
Definición de pequeña empresa	57
Importancia de la pequeña empresa	58
Características de la pequeña empresa.....	58
Ventajas de la pequeña empresa	59
Desventajas de la pequeña empresa.....	59
Definición de la totora	60
Importancia de la totora	61
Antecedentes de la totora	61
Características de la totora	61
Las partes de la totora	62
Usos y beneficios de la totora	62
La cosecha de la totora.....	64

Procedimiento para el corte de la totora	64
Canoas de totora.....	65
Definición de canoas de totora.....	65
Importancia de canoas de totora	66
Antecedentes de las canoas de totora.....	66
La cosecha de la totora y su selección	67
Construcción de canoas de totora	67
Servicios que brinda las canoas de totora	70
Medio de transporte turístico en la laguna.....	70
Medio de transporte para la pesca.....	71
Medio de transporte deportivo	71
Turismo	71
Importancia del turismo	72
Turismo en el ecuador.....	72
Turismo comunitario.....	72
Estudio de mercado.....	73
Definición de estudio de mercado.....	73
Importancia del estudio de mercado	73
Estructura del análisis	74
Estudio técnico.....	78
Definición del estudio técnico.	78
Tamaño del proyecto.....	78
Localización del proyecto	79
Estudio financiero	80
Definición de estudio financiero	80
Ingresos	81
Gastos.....	81
Estados financieros	84
Flujo de caja.....	84
Evaluación financiera.....	85
Estructura organizacional y funcional	87
Estructura legal	87
Definición misión.....	87
Definición visión.....	87

Definición valores	87
Definición objetivos.....	88
Definición organigrama estructural	88
Definición manual administrativo.....	88
Impactos.....	88
Resumen del capítulo.....	89
CAPÍTULO III.....	90
ESTUDIO DE MERCADO	90
Antecedentes del estudio de mercado	90
Objetivos	91
Objetivo general.....	91
Objetivos específicos	91
Identificación del producto	91
Características del producto.....	91
Segmento del mercado	92
Variables de macro segmentación	92
Variables de micro segmentación	93
Población o universo.....	93
Tamaño de la muestra	94
Recopilación de información	95
Análisis de la demanda	106
Proyección de la demanda	106
Proyección de la demanda	107
Análisis de la oferta	107
Factores que afectan la oferta	107
Proyección de la oferta.....	108
Balance entre Demanda y Oferta	108
Plan de comercialización.	108
Producto o servicio	109
Precio	109
Proyección del Precio	110
Plaza.....	110
Publicidad	110
Promoción.....	111

Canales de comercialización.....	111
Presentación y Calidad del producto.....	112
Logotipo de la pequeña empresa “BALSA TOTORA”.....	112
Conclusiones del estudio de mercado	112
Resumen del capítulo.....	113
CAPÍTULO IV.....	114
ESTUDIO TÉCNICO	114
Tamaño del proyecto.....	114
Macrolocalización del proyecto.....	114
Microlocalización del proyecto.....	115
Ingeniería del proyecto	115
Procesos productivos	115
Diseño de instalación de la planta.....	118
Presupuesto técnico.....	119
Inversiones fijas	119
Inversión Diferidos	122
Capital de trabajo	122
Inversión total del proyecto	123
Financiamiento.....	123
Talento humano	124
CAPÍTULO V.....	126
EVALUACIÓN FINANCIERA	126
Determinación de ingresos.....	126
Determinación de egresos	127
Costos de producción.....	127
Mano de obra directa	128
Gastos administrativos.....	129
Gastos generales de administración.....	131
Gastos de ventas.....	131
Gastos financieros.....	132
Depreciación	133
Estados financieros	133
Estado de situación inicial	133
Estado de resultados.....	134

Estructura del financiamiento	135
Costo de capital y tasa de rendimiento medio	136
Estado de flujo de caja	137
Evaluación financiera.....	137
Cálculo del valor actual neto (VAN)	137
Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR).....	138
Razón beneficio costo B/C.....	140
Periodo de recuperación de la inversión	141
Análisis de sensibilidad del proyecto.....	141
Punto de equilibrio.....	143
CAPÍTULO VI.....	145
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	145
La Empresa	145
Aspecto legal de la Pequeña Empresa	145
Aspectos fundamentales para su funcionamiento	148
Requisitos para obtener el RUC.....	148
Requisitos Permiso De Cuerpo De Bomberos	149
Requisitos Para La Obtención De La Patente Municipal Por Primera Vez.....	149
Estructura organizacional y funcional de la pequeña empresa.	149
Estructura funcional	151
Descripción de las funciones de puestos.....	151
CAPÍTULO VII	156
IMPACTOS DEL PROYECTO.	156
Impacto socio-económico	157
Impacto cultural educativo.....	158
Impacto comercial.....	159
Impacto Ecológico – Ambiental	160
Impactos generales.....	161
Resumen del capítulo.....	161
CONCLUSIONES	162
RECOMENDACIONES.....	163
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	164
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA.....	164
LINKOGRAFÍA	167

ANEXOS	168
ANEXOS N° 1: Encuesta a los artesanos de la comunidad de Cachiviro	169
ANEXOS N° 2: Encuesta a los turistas nacionales y extranjeros.....	171
ANEXOS N° 3: Diseño de Tríptico Lado exterior	173
ANEXOS N° 4: Diseño de Afiche.....	174
ANEXOS N° 5: Fotografías de la totora	174
ANEXOS N° 6: Diseño y planta de la Microempresa.....	176
ANEXO N° 7: Tabla de Amortización	177

ÍNDICE DE CUADROS

1. Diagnóstico situacional.....	34
2. Fuente de ingreso	42
3. Ingreso promedio mensual	43
4. Oferta laboral	44
5. Creación de la pequeña Empresa	45
6. Imagen y turismo en la zona	46
7. Atractivos turísticos de la comunidad de Cachiviro	47
8. Elaboración de canoas de totora	48
9. Totora Recolectada	49
10. Materia prima.....	50
11. Lugares de destino del producto	51
12. Matriz AOOR.....	52
13. Macro segmentación	93
14. Micro segmentación.....	93
15. Turistas que visitaron a San Rafael.....	94
16. Turistas de preferencia comunitario.....	94
17. La nacionalidad.....	96
18. Adquisición de canoas de totora	97
19. Tipos de canoas.....	98
20. Frecuencia de compra	99
21. Características de la canoa	100
22. Exigencia para la Adquisición	101
23. Productos de totora	102
24. Tipo de publicidad	103
25. Precios dispuestos a pagar por canoas de totora	104
26. Creación de pequeña empresa.....	105
27. Proyección de la demanda preferencia comunitario	106
28. Proyección de la demanda	107
29. Determinación de la demanda insatisfecha.....	108
30. Análisis de Precios.....	109
31. Proyección de los precios.....	110
32. Área de construcción.....	119
33. Maquinaria y equipo	120
34. Muebles y enseres	121
35. Equipos de cómputo.....	121
36. Resumen de inversiones en activos fijos	122
37. Gastos de constitución	122
38. Capital de trabajo	123
39. Inversión total	123
40. Financiamiento.....	124
41. Talento humano	124

42. Proyección de ingresos	126
43. Materia prima.....	127
44. Proyección de egresos.....	127
45. Crecimiento de salario mínimo vital por años	128
46. S.B.U. de la mano de obra directa	129
47. Mano de obra indirecta	130
48. Gastos generales de administración	131
49. Gastos de ventas.....	132
50. Tabla de amortización.....	132
51. Intereses anual.....	132
52. Depreciación de producción planta y equipo.....	133
53. Estado de Situación Inicial.....	134
54. Estado de resultados.....	135
55. Estructura del financiamiento	136
56. Costo de capital y tasa de rendimiento medio	136
57. Flujo de caja.....	137
58. Valor actual neto	138
59. Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR).....	139
60. Tasa interna de retorno.....	139
61. Beneficio costo.....	140
62. Período de recuperación de la inversión	141
63. Análisis de sensibilidad.....	142
64. Análisis de sensibilidad.....	142
65. Punto de equilibrio.....	143
66. Análisis punto de equilibrio	144
67. Medición de impactos	156
68. Matriz de impacto socio económico.	157
69. Impacto cultural – educativo.....	158
70. Impacto comercial.....	159
71. Impacto ambiental.....	160
72. Impacto general.....	161

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Fuente de ingreso	42
2. Ingreso promedio mensual	43
3. Oferta laboral	44
4. Creación de la Pequeña Empresa	45
5. Imagen y turismo en la zona	46
6. Atractivos turísticos de la comunidad de Cachiviro	47
7. Elaboración de Canoas De Totora	48
8. Totora Recolectada	49
9. Materia prima.....	50
10. Lugares de destino del producto	51
11. La nacionalidad.....	96
12. Adquisición de canoas de totora	97
13. Tipos de canoas.....	98
14. Frecuencia de compra	99
15. Características de la canoa	100
16. Exigencia para la Adquisición	101
17. Productos de totora	102
18. Tipo de publicidad	103
19. Precios dispuestos a pagar por canoas de totora	104
20. Precios dispuestos a pagar por canoas de totora	105
21. Diagrama de procesos	116
22. Flujograma del proceso productivo de las canoas de totora.	117
23. Punto de equilibrio.....	144
24. Organigrama estructural de la pequeña empresa	150

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

1. Límites de la comunidad.....	30
2. La totora.....	60
3. Cosecha de totora.....	64
4. Canoa de totora tipo 1.....	65
5. Canoa de totora tipo 2.....	66
6. Construcción de la canoa.....	67
7. Turismo comunitario.....	72
8. Logotipo.....	112
9. Mapa político del cantón Otavalo.....	114
10. Mapa de la comunidad de Cachiviro.....	115
11. Plano de instalaciones y diseño de la planta.....	118
12. Eslogan.....	148

PRESENTACIÓN

En el presente trabajo se ha desarrollado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CANOAS DE TOTORA, COMO MEDIO DE TRANSPORTE DEPORTIVO Y DE TURISMO EN LA COMUNIDAD DE CACHIVIRO, PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA CANTÓN OTAVALO”**, el mismo que consta de siete capítulos que resumen a continuación:

Los principales resultados se presentan con la siguiente descripción:

En el Capítulo I: se plantea el estudio diagnóstico situacional, análisis que permitió tener un conocimiento real de las condiciones en que se encuentra el sector de San Rafael en el aspecto demográfico, social, económico, poblacional y político la información para realizar el estudio provino del de los artesanos Ministerio, Casa de Turismo de Otavalo y el Gobierno Parroquial de san Rafael quienes son los encargados de difundir el turismo comunitario. En la comunidad.

En el Capítulo II, se exponen las bases teóricas y científicas que permitirán conocer conceptos básicos de temas referentes al proyecto en donde también se realizará citas bibliografías como fuente de información y análisis de las mismas.

En el Capítulo III: Se refiere al estudio técnico de mercado para establecer el comportamiento de la oferta y la demanda.

En el Capítulo IV, se realiza el estudio técnico o ingeniería del proyecto, en el cual se establece la correcta ubicación de la pequeña empresa la distribución de las diferentes áreas y servicios que ofrecerá la empresa, procesos de generación del producto y servicio, además del requerimiento de infraestructura, de activos, de personal y de materias primas necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa.

El Capítulo V: Contiene las operaciones para establecer resultados de la evaluación financiera al proyecto determinando el flujo de caja, coeficiente beneficio/costo (B/C), tasa interna de retorno (TIR), valor actual neto (VAN), período de la recuperación de la inversión (PRI); índices que permiten determinar la factibilidad del proyecto.

En el Capítulo VI: Se plantea la estructura administrativa de la pequeña empresa, su estructura organizacional, visión, misión objetivos y valores, así como los procedimientos administrativos que sustentarán la gestión empresarial para la puesta en marcha del proyecto

En el Capítulo VII: Se realiza la evaluación de los impactos que podrá generar la ejecución del proyecto de creación de la empresa; análisis que se realiza en los ámbitos: cultural, económico, ambiental y social.

NOMBRE DEL ANTEPROYECTO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CANOAS DE TOTORA, COMO MEDIO DE TRANSPORTE DEPORTIVO Y TURISMO EN LA COMUNIDAD DE CACHIVIRO, PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA CANTÓN OTAVALO”

ANTECEDENTES

Desde el tiempo de los incas la TOTORA ha venido siendo la herramienta útil para diversas actividades esto es la elaboración de canoas de totora conocidos como balsas y caballitos de totora, de la misma manera las artesanías como canastas, esteras, aventadores, floreros, además actúa como un descontaminante de las aguas de los lagos y lagunas donde existe. La totora es una planta o junco de tallos flexibles que una vez secos sirven para labores de entrelazo y cestería como señalamos anteriormente.

Cachiviro es una comunidad indígena, insertada a las orillas del paradisíaco Imbakucha – Lago San Pablo, (Lago de preñadillas). aproximadamente con 365 habitantes perteneciente a la Parroquia de San Rafael de la Laguna del cantón Otavalo, Provincia de Imbabura; es la Zona de mayor uso de la TOTORA, en la producción de canoas de totora también de la estera y otras artesanías, tan importante es esta actividad que poseen su propio mercado de comercialización de esteras. Se ubica aproximadamente a 3 kilómetros al sur de Otavalo. Tiene clima templado y frío, la temperatura promedio es de 16 grados centígrados.

Tomando como localidad la parroquia de San Rafael de la laguna se puede observar que en esta zona y a lo largo de las zonas rurales del cantón Otavalo, existen grandes extensiones de sembríos de la totora en plena producción; sin embargo por la gran acogida de los agricultores en el cultivo de este material y por la rápida descomposición, hoy en día existen serios problemas que afectan a los comerciantes cuando al momento de terminar la artesanía no se comercializa inmediatamente, por tal motivo nace en ellos la inquietud de buscar nuevas alternativas que sean más factibles para la producción y comercialización del producto.

La problemática antes expuesta da lugar a pensar de manera concreta en emprender un proyecto de factibilidad encaminada a la creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de canoas de totora buscando las alternativas necesarias para que este material sea rentable para el productor y satisfactorio para el comerciante.

JUSTIFICACIÓN

El estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de canoas de totora, como medio de transporte deportivo y de turismo en la comunidad de Cachiviro es necesario ya que se encuentra a las orillas de lago San Pablo y también existen grandes sembríos de totora que pueden servir como materia prima para la elaboración de los productos por ende el proyecto es viable y es de gran importancia porque generará fuentes de empleo y atraerá nuevos turistas tanto nacionales como extranjeros que observaran los atractivos productos de totora en la comunidad, también permitirá mejorar las condiciones de vida de todos los habitantes en los diferentes campos como: económico, social y cultural brindando alternativas sustentables que contribuyan al fortalecimiento de la economía, social y cultural orientada a aprovechar el recurso que dispone la zona y optimizar de esta manera la materia prima y mano de obra de varias familias que viven en la Parroquia de San Rafael.

Este proyecto es factible de realizarlo puesto que, actualmente se puede observar un crecimiento de turistas y se cuenta con la buena predisposición de los pobladores de la comunidad de Cachiviro, especialmente los dirigentes han ofrecido dar toda la información con el fin de que se les proporcione un documento guía que les permitirá organizarse de la mejor manera en esta actividad rentable y generadora de fuentes de trabajo, por otro lado si, existe documentación y bibliografía que habla de la producción y comercialización de la totora.

Los beneficiarios directos de este proyecto serán los habitantes de la comunidad de Cachiviro, porque se quiere generar fuentes de trabajo y dar nuevas alternativas las mismas que ayudarán a que los productos elaborados de totora se difundan más tanto a nivel local, regional, nacional e internacional de esta manera obtendrán mayores ingresos en las ventas de los productos ya que esta actividad es rentable y como beneficiarios indirectos todos los turistas nacionales y

extranjeros que visitan a la comunidad de Cachiviro, convirtiéndose en mayor atracción para incrementar el turismo y el comercio.

El proyecto radica en crear una pequeña empresa con las balsas culturales y que concientice a todas las personas la importancia en su entorno social y cultural, es por tal razón que se quiere implementar una pequeña empresa cultural que brinde productos a base de totora a todos los turistas nacionales y extranjeros que visitan esta hermosa comunidad indígena. El interés que persigue este proyecto es mejorar las condiciones de vida de todos los habitantes de la comunidad, atraer más turistas, brindándoles un buen trato, amabilidad, dejando una buena imagen en cada uno de ellos para que nuevamente regresen, la situación económica mejore y sea equitativa para todos.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL.

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de canoas de totora, como medio de transporte deportivo y turismo en la comunidad de Cachiviro, parroquia de San Rafael de la laguna cantón Otavalo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional que permita identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos (AOOR)
- Determinar las bases teóricas científicas que sustentarán el desarrollo del presente proyecto.
- Establecer un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del producto.
- Establecer un estudio técnico para determinar la ejecución del proyecto.

- Construir un estudio económico financiero con el fin de establecer la factibilidad del proyecto
- Realizar la estructura administrativa y funcional para el presente proyecto
- Determinar los principales impactos que genere el proyecto

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

El Cantón Otavalo se encuentra ubicado en el corazón de la provincia de Imbabura, La parroquia de San Rafael de la Laguna es una de las nueve parroquias rurales, está ubicada al sur de la provincia de Imbabura

En la actualidad se identifican ocho comunidades indígenas como son: Huayku Pungo, Cachiviro, Tocagón, Cuatro Esquinas, Cachimuel, San Miguel Alto, San Miguel Bajo y Mushuk Ñan, cada uno con su territorio bien definido,

San Rafael de la Laguna, es una zona eminentemente cultural con una gran riqueza paisajística con festividades nativas llenas de colorido y folklor como la fiesta del Coraza, Pendoneros, Inty Raymi; pero lo más preponderante es su trabajo artesanal en totora. La elaboración de esteras es la actividad principal a pesar de esto los ingresos son mínimos por el bajo precio de estos productos.

En La Comunidad de Cachiviro, surge según versiones de los comuneros ancianos a través de una lucha ardua, por las tierras que les quería expropiar los llamados mishos (mestizos), cansados de la explotación racista en ese entonces, comenzaron a unirse en pie de lucha, para evitar tales atropellos, con ello demostraron su cultura organizacional, que siempre se ha caracterizado en la etnia indígena. Por tal motivo, comenzaron a formarse grupos de personas que lideraban tal lucha, llegando a constituirse legalmente como una comunidad en donde la máxima autoridad es la Asamblea General. El Cabildo de la Comunidad está integrado

por presidente, vicepresidente, tesorero, secretario y síndico y los demás organismos o comisiones internas de la comunidad que se encuentran bajo el gobierno de Cabildo.

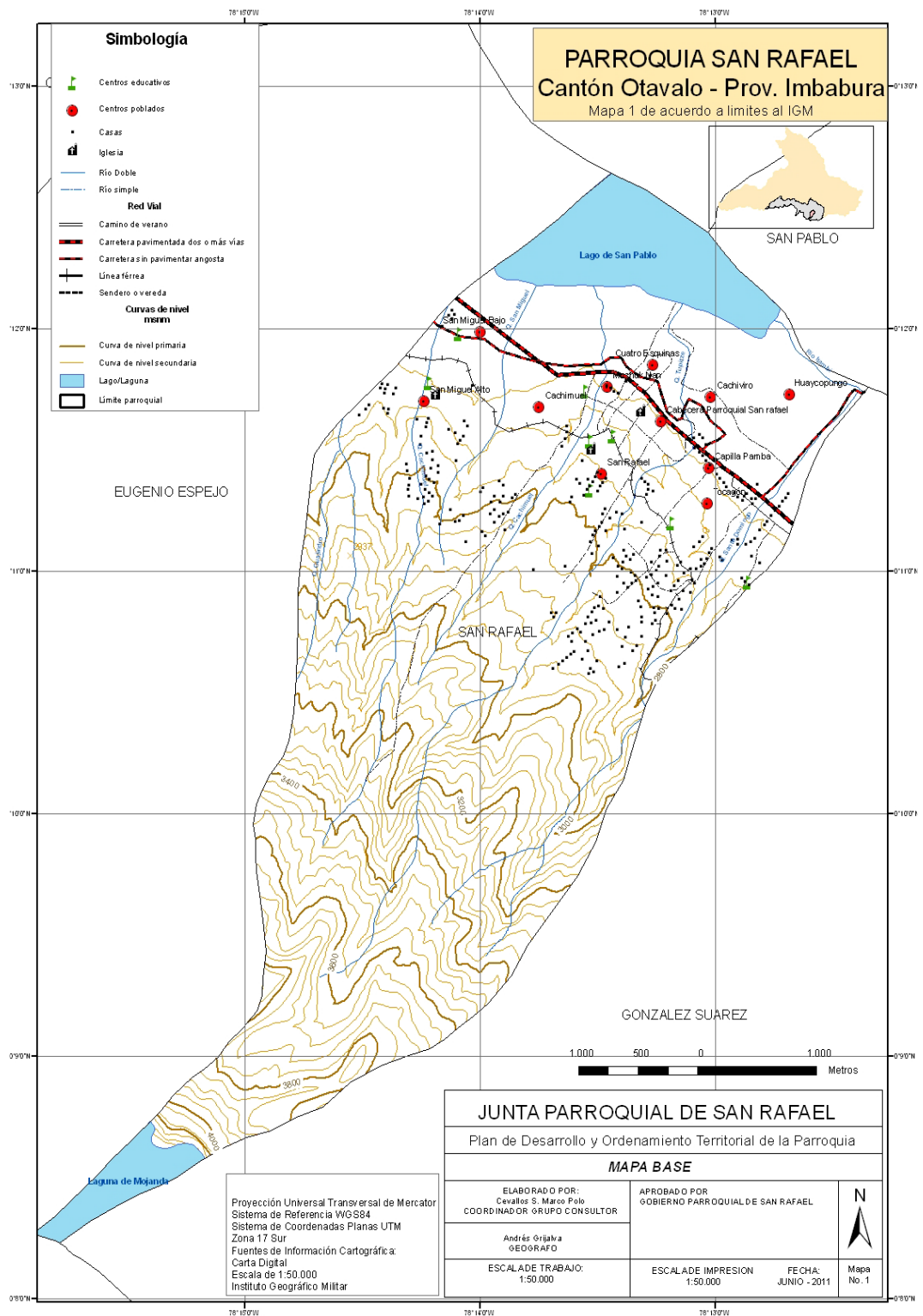
Su ubicación estratégica permite tener una visión general de toda la Cuenca Hidrográfica del Lago San Pablo, lugar donde se puede apreciar un paisaje natural y cultural espectacular que bien puede ser aprovechado por varios emprendimientos turísticos en un futuro muy cercano

En este contexto la pequeña empresa de Canoas de Totorá brindará oportunidades en la zona lo que contribuirá a mejorar sustancialmente los ingresos de este pueblo que desde tiempos pre incásicos hizo parte de su vida el trabajo en la totora.

Limites

- **NORTE:** Limitada con lago San Pablo
- **SUR:** Cabecera Parroquial de San Rafael
- **ESTE:** Comunidad de Huayco Pungo
- **OESTE:** Comunidad de Cuatro esquinas

Ilustración N° 1
Límites de la comunidad



Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Gobierno Parroquial de San Rafael
Elaborado Por: El Autor

1.2. Objetivos del Diagnóstico

1.2.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional que permita identificar Aliados, Oponentes, Oportunidades y riesgos entorno a la creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de canoas de totora en parroquia San Rafael Comunidad Cachiviro.

1.2.2. Objetivos Específicos

- a. Describir el análisis externo a través de las variables Económicas, Socioculturales, Ecológicas para conocer el entorno en el que va a desarrollar sus actividades de la pequeña empresa de canoas de totora.

- b. Describir el análisis micro entorno a través de las variables de Producción, Comercialización y situación socioeconómica.

1.2.3. Variables diagnósticas

Una vez determinado el objetivo general y sus objetivos específicos se pueden identificar las respectivas variables diagnósticas, que a continuación se mencionan:

1.2.3.1. Macro Entorno

- a. Factores Políticos
- b. Factores Económicos
- c. Factores Socioculturales
- d. Factores Ecológicos
- e. Factores Legales

1.2.3.2. Micro entorno

- a. Producción
- b. Comercialización
- c. Situación Socioeconómica

1.3. Indicadores

En base a las Variables diagnosticas se detalla sus respectivos indicadores para su posterior análisis:

1.3.1 Macro Entorno

- **Factores Políticos**
 - a. Plan del Buen Vivir
 - b. Objetivos Nacionales del Plan Nacional para el Buen Vivir
- **Factores Económicos**
 - a. La Inflación
 - b. Riesgo país
- **Factores Socioculturales**
 - a. Desempleo en el Ecuador
 - b. Índice de Analfabetismo

1.3.2. Micro Entorno

- **Producción**
 - a. Diseño de Producción
 - b. Mano de Obra
- **Comercialización**
 - a. Tipos de Mercado
 - b. Canales de Distribución
- **Situación Socioeconómica**
 - a. Composición Familiar
 - b. Progreso Comunitario

- **Factores Ecológicos**
 - a. Política medioambiental
 - b. Tratamiento de residuos

- **Factores Legales**
 - a. Seguridad en el trabajo
 - b. Legislación Laboral

1.4. Matriz de relación diagnóstica

Establecer un diagnóstico a través de una serie de técnicas que proporciona la investigación científica para establecer la rentabilidad en la producción y comercialización de canoas de totora en la comunidad de Cachiviro Parroquia de San Rafael, cantón Otavalo.

*Cuadro N° 1 Matriz de relación diagnóstica**Diagnóstico situacional*

OBJETIVOS	INDICADORES	VARIABLES	TIPO INFORMACIÓN	FUENTE INFORMACIÓN	DE
Describir el análisis externo a través de las variables Económicas, Socioculturales, Ecológicas para conocer el entorno en el que va a desarrollar sus actividades de la pequeña empresa de canoas de totora.	Política	Plan del Buen Vivir	secundaria	Plan Nacional de Buen Vivir	
		Ayudas e incentivos por parte del Gobierno	Secundaria		
	Económicos	Código de producción	Secundaria	Código Orgánico Producción	
		Inflación		INEC	
	Sociocultural	Riesgo País	Secundaria	BCE	
		Desempleo en el Ecuador		INEC	
	Ecológicas	Composición Étnica de la Sociedad		PROECUADOR	
		Política medioambiental	Secundaria	SENPLADES	
	Legales	Licencia Ambiental		SCA	
		Seguridad en el trabajo	Secundaria	RSST	
Describir el análisis micro entorno a través de las variables de Producción, Comercialización y situación socioeconómica.	Producción	Legislación Laboral		Legislación Laboral	
		Diseño de Producción	Primaria		
	Comercialización	Mano de Obra	Primaria	Encuesta	
		Tipos de Mercado	Primaria	Artisanos	
	Socioeconómica	Canales de Distribución	Primaria		
		Composición Familiar	Primaria		
		Progreso Comunitario			

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

1.5. Mecánica operativa

La población de la Parroquia de San Rafael de la Laguna según el censo 2010 fue de 5421 y en la comunidad de Cachiviro es de 335 familias, entonces se aplicara la técnica de las encuestas y documentos.

1.5.1. Identificación de la población

De acuerdo al análisis que se ha venido desarrollando se ha determinado que la población activa productora de artesanías identificada en la Comunidad de Cachiviro Parroquia de San Rafael es >100 artesanos, razón por la cual se realizara una encuesta y se aplicara la muestra.

1.6. Fórmula del cálculo

El cálculo de Muestra se lo realizara a través de la siguiente fórmula:

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

Donde:

Z = 1.96 para un nivel de confianza del 95 %;

N= es el tamaño de la población de 335 habitantes

S²= una Varianza constante de 0.50; y

e² = error muestral del 5 %.

$$N = 335$$

1.7. Calculo de la muestra

$$S^2 = 0.25$$

Aplicando la formula obtenemos:

$$Z = 1.96$$

$$e^2 = 0.05$$

$$n = \frac{(335)(1.96)^2(0.25)}{(0.05)^2(335-1) + (1.96)^2(0.25)}$$

$$n = \frac{(335)(3.8416)(0.25)}{(0.0025)(334) + 0.9604}$$

$$n = 321.734 / 1.7954$$

$$n = 180 \quad \text{Muestra referencial 180}$$

1.8. Diseño de instrumentos de la investigación

Para la recolección de información se utilizará información primaria y secundaria.

1.8.1. Información Primaria:

- **ENCUESTA**

Para la obtención de la información apropiada se realizó encuestas; técnica que fue formulada en base a las variables expuestas, las mismas que son resultado de una investigación de campo y fueron dirigidas a las personas involucradas en la producción y comercialización de la totora.

- **OBSERVACIÓN DIRECTA.**

Esta técnica permitió validar la información documental a través de la verificación física de los procesos utilizados por los productores y comercializadores de la comunidad de Cachiviro parroquia de San Rafael de la Laguna.

1.8.2. Información Secundaria

Antes de realizar el análisis y evaluación de los datos se obtuvo información secundaria sobre temas afines a la investigación para lo cual se acudirá a los siguientes:

- Folletos especializados en el tema
- Libros especializados en el tema
- Internet
- Información Estadística
- Prensa local y nacional.

1.8.2.1. Macro Entorno

a. Factor Político

Plan del Buen Vivir

(Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013). El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 (impulsado por el gobierno de Rafael Correa) es un instrumento creado para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública. El Plan cuenta con 12 Estrategias Nacionales; 12 Objetivos Nacionales, cuyo cumplimiento permitirá consolidar el cambio que los ciudadanos y ciudadanas ecuatorianos con el país que anhelamos para el Buen Vivir.

El Buen Vivir se planifica, no se improvisa. El Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. No es buscar la opulencia ni el crecimiento económico infinito.

Ayudas E Incentivos Por Parte Del Gobierno

El Gobierno Nacional apoya a la inversión productiva privada inteligente que promueva la innovación tecnológica, generación de empleo de calidad y la sustitución selectiva de importaciones. Existen varias herramientas para apoyar al emprendimiento y las inversiones productivas en el Ecuador:

Código de la Producción

(Código Orgánico de la Producción, 2010). Artículo 1. Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional. El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y las políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos los niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno, transparente y eficiente.

b. Factores Económicos

La inflación

(INEC). Ecuador cerró el 2014 con una tasa de inflación del 3,67%, superior al 2,70% registrado el año previo. La tasa registrada el año pasado también se ubicó levemente por encima de la meta de 3,2% proyectada por el Gobierno para el período. Ecuador proyecta una inflación de 3,9% para el 2015.

Riesgo País

(Banco Central del Ecuador, 2014). El riesgo país EMBI, se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice o como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los EEUU.

c. Factores socioculturales

Desempleo en el Ecuador

(INEC) El desempleo en Ecuador se ubicó en 3,84% en marzo 2015, un punto menos respecto a marzo del 2014 cuando llegó a 4,85%, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) .

Composición Étnica de la sociedad

La República del Ecuador tiene un importante porcentaje de población indígena estimada entre un 35% y un 40% de la población nacional, agrupada en 14 nacionalidades y 18 grupos étnicos.

El Ecuador proclama su voluntad de consolidar la unidad de la nación ecuatoriana en el reconocimiento de la diversidad de sus regiones, pueblos, etnias y culturas, definiendo al Ecuador como un Estado unitario, democrático, pluricultural y multiétnico.

d. Factores Ecológicos

Política Medio Ambiental

(SENPLADES, 2014). Promovemos el respeto a los derechos de la naturaleza. La Pacha Mama nos da el sustento, nos da agua y aire puro. Debemos convivir con ella, respetando sus plantas, animales, ríos, mares y montañas para garantizar un buen vivir para las siguientes generaciones.

(Ley de Gestión Ambiental, 2014). La Ley de Gestión Ambiental constituye el cuerpo legal específico más importante atinente a la protección ambiental en el país. Esta ley está relacionada directamente con la prevención, control y sanción a las actividades contaminantes a los recursos naturales y establece las directrices de política ambiental, así como determina las obligaciones, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones dentro de este campo.

Licencia Ambiental

(SUBSECRETARIA DE CALIDAD AMBIENTAL, 2015) Es la autorización que otorga la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental. En ella se establecen 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.

e. Factores Legales

Seguridad en el trabajo

(REGLAMENTO DE SEGURIDAD Y SALUD DE LOS TRABAJADORES, 2015) Artículo Ámbito de aplicación.- Las disposiciones del presente Reglamento se aplicarán a toda actividad laboral y en todo centro de trabajo, teniendo como objetivo la prevención, disminución o eliminación de los riesgos del trabajo y el mejoramiento del medio ambiente de trabajo.

Legislación Laboral

(Legislación Laboral, 2015) Entendemos por legislación laboral a aquel conjunto de leyes y normas que tienen por objetivo regularizar las actividades laborales, ya sea en lo que respecta a los derechos del trabajador, como también a sus obligaciones y lo mismo para el empleador.

1.8.3. Análisis, evaluación e interpretación de datos.

A continuación se realiza la tabulación y análisis de las Encuestas y Observación directa realizada en la Investigación de campo del proyecto.

1.9.1. Presentación y tabulación de datos

A continuación se presenta la tabulación realizada a los artesanos.

1. ¿Cuál es su principal fuente de ingresos?

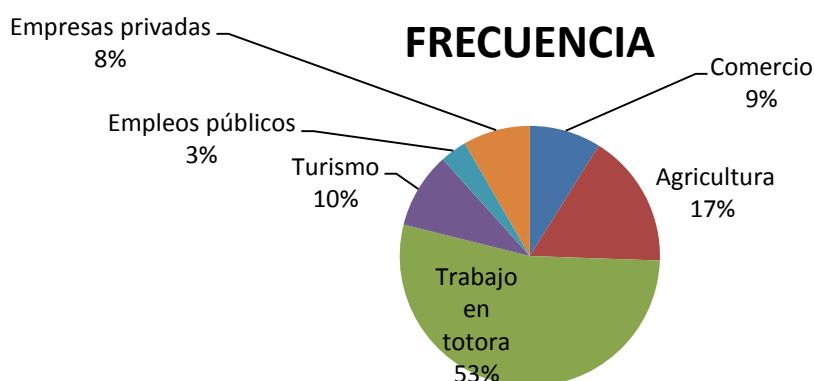
Cuadro N° 2

Fuente de ingreso

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Comercio	16	8,89
Agricultura	30	16,67
Trabajo en totora	96	53,33
Turismo	17	9,44
Empleos públicos	6	3,33
Empresas privadas	15	8,33
TOTAL	180	100

Gráfico No 1

Fuente de ingreso



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

Por medio de la encuesta realizada a los habitantes de la comunidad de Cachiviro se define que la mayoría de la población tiene su fuente de ingresos por el trabajo de la totora convirtiéndose en la actividad más importante del sector mientras que otro grupo de personas se dedican a la agricultura; existe también un grupo pequeño que trabaja en las empresas públicas y privadas como en las empresas florícolas por falta de instrucción secundaria.

2. ¿Dentro de que rango considera usted que son sus ingresos mensuales?

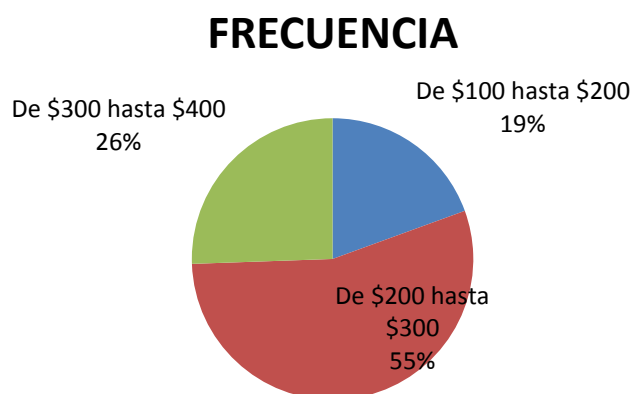
Cuadro N° 3

Ingreso promedio mensual

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
De \$100 hasta \$200	35	19,44
De \$200 hasta \$300	99	55
De \$300 hasta \$400	46	25,56
TOTAL	180	100

Gráfico No 2

Ingreso promedio mensual



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

De acuerdo a la encuesta realizada Los datos demuestra la frágil situación económica la mayor parte de la población tienen un promedio de 200 a 300 dólares sus ingresos mensuales y esto permite la mantención de 1 a 3 hijos de esta manera viven muchas familias por ende necesitan más oportunidades que beneficien a las familias del sector rural es decir de las comunidades.

3. ¿Existe suficiente oferta laboral en la zona?

Cuadro N° 4

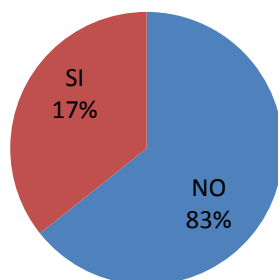
Oferta laboral

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	30	16,67
NO	150	83,33
TOTAL	180	100

Gráfico No 3

Oferta laboral

FRECUENCIA



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

Del total de encuestados la mayor parte de la población manifiestan que no existe la oferta laboral por ello la mayoría opta por salir a las grandes ciudades con su actividad comercial de ropa donde les puedan ofrecer una mejor oportunidad.

4. ¿La creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de canoas de totora en esta comunidad, ayudaría en algo para mejorar la situación económica del sector?

Cuadro N° 5

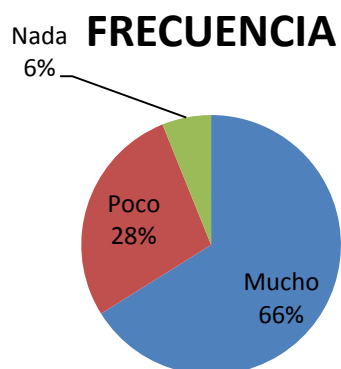
Creación de la pequeña Empresa

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Mucho	119	66,11
Poco	50	27,78
Nada	11	6,11
TOTAL	180	100

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

Gráfico No 4

Creación de la Pequeña Empresa



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

La mayor parte de la población está de acuerdo y cuenta con aceptación de la creación de una de una pequeña empresa de producción y comercialización de canoas de totora en esta comunidad, ya que es una alternativa más para promocionar esta comunidad como sus derivados a base de totora dando oportunidad a las familias que se dedican a este labor de mejorar la calidad de vida para los moradores.

5. ¿Cree usted que con la creación de la pequeña empresa mejorara la imagen y aumentará el turismo en la zona?

Cuadro N° 6

Imagen y turismo en la zona

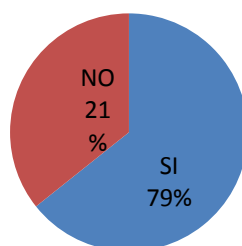
CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	143	79,44
NO	37	20,56
TOTAL	180	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Gráfico No 5

Imagen y turismo en la zona

FRECUENCIA



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

La mayoría de los habitantes de la comunidad Cachiviro consideran que con la creación de la pequeña empresa mejorar la imagen y se aumentar el turismo en la zona y también se aumentara la situación económica del sector.

6. ¿Cuál cree que son los principales atractivos turísticos de la Comunidad De Cachiviro?

Cuadro N° 7

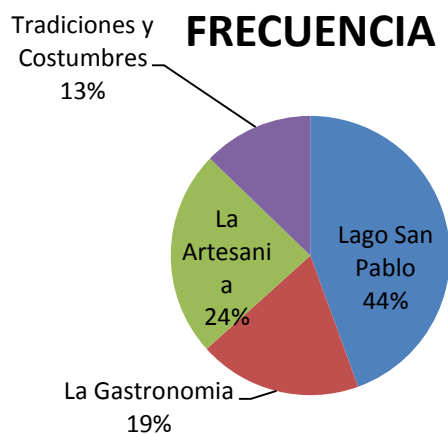
Atractivos turísticos de la comunidad de Cachiviro

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Lago San Pablo	80	44,44
La Gastronomía	34	18,89
La Artesanía	43	23,89
Tradiciones y Costumbres	23	12,78
TOTAL	180	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Gráfico No 6

Atractivos turísticos de la comunidad de Cachiviro



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

El mayor porcentaje de los encuestados reflejan que el principal atractivo turístico es la laguna de san pablo y las artesanías ya que esta comunidad esta insertada a las orillas del paradisíaco Imbakucha – Lago San Pablo, (Lago de preñadillas). Y la mayor parte de los turistas visitan a la comunidad por accesibilidad a la laguna en la que se da uso a las canoas de totora en las fechas festivas.

7. ¿Tiene usted algún conocimiento sobre la elaboración de canoas de totora?

Cuadro N° 8

Elaboración de canoas de totora

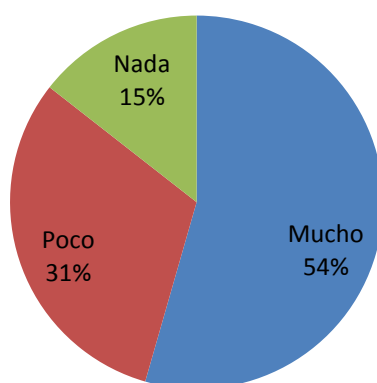
CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Mucho	98	54,44
Poco	56	31,11
Nada	26	14,44
TOTAL	180	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Gráfico No 7

Elaboración de Canoas De Totora

FRECUENCIA



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

Podemos apreciar que la mayor parte de la población encuestada tiene conocimiento en la elaboración de canoas de totora por lo tanto podrán vincularse a la pequeña empresa con mano de obra de igual manera tendrán un lugar fijo donde vender sus productos.

8. ¿La totora utilizada es recolectada de?

Cuadro N° 9

Totora Recolectada

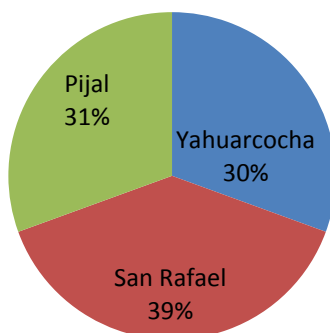
CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Yahuarcocha	55	30,56
San Rafael	70	38,89
Pijal	55	30,56
TOTAL	180	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Gráfico No 8

Totora Recolectada

FRECUENCIA



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

Del total de encuestados la mayoría de los pobladores manifiestan que tienen sus extensiones de sembrío de totora en el mismo sector de tal forma es más fácil para el acceso a la materia prima y en porcentajes similares manifiestan que traen de Yahuarcocha y Pijal.

9. ¿Cómo adquiere su materia prima?

Cuadro N° 10

Materia prima

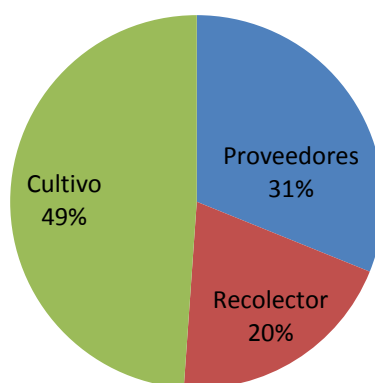
CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Proveedores	56	31,11
Recolector	36	20,00
Cultivo	88	48,89
TOTAL	180	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Gráfico No 9

Materia prima

FRECUENCIA



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

Como se puede observar el 49 % de los encuestados afirman en su mayoría que su materia prima la totora tiene por sembríos de cultivo es decir son propietarios por lo tanto la adquisición al total es factible y no necesita de mucha inversión al momento del cultivo.

10. ¿Cuáles son los lugares de destino de su producto?

Cuadro N° 11

Lugares de destino del producto

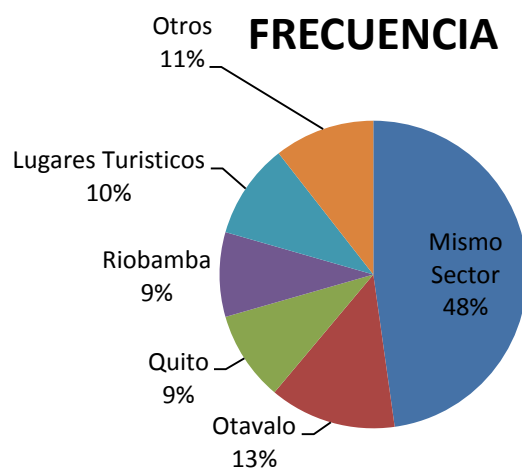
CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Mismo Sector	86	47,78
Otavaló	24	13,33
Quito	17	9,44
Riobamba	16	8,89
Lugares Turísticos	18	10,00
Otros	19	10,56
TOTAL	180	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No 10

Lugares de destino del producto



Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

La Mayor parte de la población de la comunidad de Cachiviro vende sus productos de tatora en el mismo lugar a los turistas que visitan y a los intermediarios quienes son los que llevan a otros lugares en cantidades grandes como a Machala, Cuenca, Loja, guayas

1.10. Determinación de aliados, oportunidades, oponentes, y riesgos.

Para determinar los Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos, fue necesario realizar un Diagnostico situacional de los artesanos en la comunidad de Cachiviro de la Parroquia de San Rafael perteneciente al Cantón Otavalo.

Cuadro N° 12

Matriz AOOD

ALIADOS

- a. Mano de obra propia del sector.
 - b. Materia prima disponible cultivada en el mismo sector, que proporciona varios beneficios.
 - c. Nueva alternativa de ingresos para las familias del sector.
 - d. Se cuenta con un espacio físico en la Comunidad de Cachiviro a orillas del Lago San Pablo, lugar propicio para disfrutar del paisaje, flora y fauna que atraen al turismo.
-

OPONENTES

- a. Entre la población investigada es evidente que las condiciones de vida de los habitantes son impropias, por sus bajos ingresos en las actividades que ellos realizan, por lo que hay una ausencia de conocimiento en relación al servicio que se prestará a los turistas.
 - b. No existe en la actualidad un control por parte de las autoridades de la cosecha anti-técnica de la totora en la comunidad.
 - c. La mayoría de los moradores de la comunidad tiene instrucción primaria.
-

OPORTUNIDADES

- a. Cercanía al cantón Otavalo, Ibarra, Cayambe, Atuntaqui, Cotacachi y Quito, lo que implica mayor facilidad de promocionar la pequeña empresa.
- b. Con la creación de la microempresa se genera oportunidades para la mano de obra calificada y no calificada de los artesanos.
- c. La panamericana atraviesa por la parroquia de San Rafael de la Laguna es propicio para el acceso inmediato a la comunidad de Cachiviro

- d. Ubicación paisajística privilegiada por estar en las orillas de la laguna
- e. Fortalecer el mercado artesanal a base de productos de totora.
- f. Apoyo de Autoridades locales como la Junta Parroquial y la Tenencia Política.

RIESGOS

- a. Cambios climáticos - La sequía prolongada.
- b. Contaminación del Lago San Pablo.
- c. Inexperiencia en la práctica de atención al cliente.
- d. La migración de las comunidades por la falta de empleo en la zona
- e. La deforestación y la quema de los totorales

1.11. Planteamiento del problema diagnóstico

Una vez que se ha realizado la matriz AOOD en este diagnóstico situacional se pudo determinar que el principal problema que les aqueja a los pobladores de la comunidad de Cachiviro de la Parroquia de San Rafael de la laguna es la Falta de Oportunidades para integrarse a una actividad Productiva que les haga crecer como Familia y que les haga sentirse parte de la comunidad, ya que en la actualidad la falta de trabajo es evidente como un problema lo que está originando la migración de los habitantes a las ciudades ocasionando un decrecimiento poblacional en la comunidad de Cachiviro; por lo tanto, es importante resolver ésta problemática a través de una creación de pequeña empresa de producción y comercialización de canoas de totora para lograr superar en un pequeño porcentaje estas dificultades generalizado en el país sus consecuencias sociales son notables ya que la falta de trabajo provoca el desarrollo de vicios en las personas en especial a los jóvenes de la zona, hasta caer en la delincuencia.

Uno de los problemas más relevantes con respecto a los productores totoreros es la difusión de su producto, ya que es muy poco conocido en el país, debido a que recién en los últimos años se ha realizado proyectos sobre el manejo sustentable de la totora y se puede decir que este producto está en un proceso de crecimiento. De ahí la necesidad de crear una empresa

de estas características para incentivar a las personas que habitan en este lugar, a integrarse a esta actividad económica, y solventar de alguna manera la diversas necesidades que actualmente existen en nuestro medio y difundir sus habilidades dentro y fuera de la región y el país. Se Deduce que si existe la posibilidad de llevar a cabo el proyecto, ya que se cuenta con las condiciones necesarias para la ejecución del proyecto económico y de comercialización del tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CANOAS DE TOTORA, COMO MEDIO DE TRANSPORTE DEPORTIVO Y DE TURISMO EN LA COMUNIDAD DE CACHIVIRO, PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA CANTÓN OTAVALO”**

1.12. Resumen del capítulo

En Este capítulo se expone el diagnostico situacional externo de la Comunidad, considerando aspectos como: geográficos, demográficos y actividades económicas; con la finalidad de construir la matriz de aliados y oponentes, así como las generalidades sobre el tema de producción y comercialización de Canoas de totora en la comunidad de Cachiviro con el cual se busca mejorar la calidad de vida de los habitantes.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La Empresa y Pequeña Empresa

2.1.1. Definición de la Empresa

(SARMIENTOS, 2010), Define “La empresa es una entidad u organización que se establece en un lugar determinado; con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes y/o servicios en general, para satisfacer diversas necesidades de la sociedad.” (Pág. 1)

(BRAVO, 2011), afirma: “La empresa es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad.” (Pág. 3)

Se ha seleccionado definiciones a los dos autores debido a que afirman; que toda empresa busca UNA organización social de bienes y servicios para obtener un beneficio en común que es la obtención de Recursos Financieros para satisfacer sus necesidades económicas, por lo que se comparte el mismo criterio. Una empresa es la unión de una o varias personas que busca atender las necesidades de sus consumidores (cliente, accionistas, empleado, proveedor, sociedad), para satisfacer cada una de las necesidades que requieren , y de esta forma alcanzar y mantener el buen nombre de la empresa dentro de la comunidad

2.1.2. Objetivo de la empresa

(SARMIENTOS, 2010); Dice: “El objetivo fundamental es el de obtener utilidades, rentabilidad o ganancia; minimizando sus costos y gastos, es decir aprovechando al máximo todos y cada

uno de los recursos disponibles, con el propósito de ser competitivos y mantenerse en el mercado.” (Pág.1)

2.1.3. Clasificación y características de la empresa

(BRAVO, 2011), clasifica a la empresa como: algunos criterios para clasificar las empresas, para efecto contable se considera más útil los siguientes: (Pág. 3).

1. POR SU NATURALEZA

- a. Industriales** Son aquellas que se dedican a la transformación de materiales primas en nuevos productos.

- b. Comerciales** Son aquellas que se dedican a la compra – venta de productos, convirtiéndose en intermediarios entre productores y consumidores.

- c. De servicios** Son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.

2. POR SU SECTOR

- a. Públicas** Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, puede ser nacional, provincial o municipal.

- b. Privadas** La propiedad del capital está en manos privadas. (Personas naturales o jurídicas).

- c. Mixta** Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares.

3. POR LA INTEGRACIÓN DEL CAPITAL

- a. Unipersonales** Son aquellas cuyo capital pertenece a una persona natural.
- b. Pluripersonales** Son aquellas cuyo capital pertenece a dos o más personas naturales.

4. POR SU TAMAÑO

- a. La microempresa** Sus dueños laboran en las mismas, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).
- b. La pequeña empresa** El propietario no necesariamente trabaja en la empresa, el número de trabajadores no excede de 20 personas
- c. La mediana empresa** Número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.
- d. La gran empresa** Su número de trabajadores excede a 100 personas.

2.2. Pequeña empresa

2.2.1. Definición de pequeña empresa

(ANZOLA, 2010); **manifiesta:** *“Es aquel negocio en el que el propietario es el autónomo en su manejo y que no denomina en su ámbito de operación en cuanto al número de empleados ni al volumen de ventas”.*

Según página web; (Thompson, 2014) dice: "La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad."

El propósito de este estudio es la creación de una pequeña empresa considerada como una gran generadora de fuentes de trabajos, facilitando la inserción productiva de la comunidad; genera ingresos para su sostenimiento con la creatividad y esfuerzo; hace parte de la base del mercado interno., para dinamizar la economía y abatir la desigualdad y la pobreza.

2.2.2. Importancia de la pequeña empresa

Según (MEJÍA, 2012) dice "Las experiencias internacionales muestran que en las primeras fases del crecimiento económico la Pequeña Empresa cumple un rol fundamental; pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo."

2.2.3. Características de la pequeña empresa

De acuerdo a (Thompson, 2014) : Se reconoce por lo menos cuatro características a la pequeña empresa:

- a. *Está en plena competencia con empresas similares (otras pequeñas empresas que ofrecen productos y/o servicios similares o parecidos).*
- b. *Utiliza mano de obra directa, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación.*

2.2.4. Ventajas de la pequeña empresa

De acuerdo (DÍAZ, 2012) menciona las siguientes ventajas de la pequeña empresa

- a. *Tiene la capacidad de realizar alianzas y sociedades, a diferencia de las grandes empresas con intereses competitivos demarcados*
- b. *Satisfacción de las necesidades de las grandes compañías: ya que surgen como distribuidoras de las empresas de mayor tamaño, agentes de servicios y proveedores.*
- c. *Ofrecimiento de bienes y servicios especializados: Pues las pequeñas empresas resuelven las necesidades especiales de los consumidores. Ej. Arreglar un reloj, comprar un disfraz, etc.*
- d. *Constituye una importante herramienta de la economía de servicios, la cual se ha ido a través de los años desplazando la economía de escala de las grandes empresas.*
- e. *Consta de una técnica de manufactura asistida por computadora: La cual le permite ser tan eficientes como las grandes empresas.*
- f. *Poseen organización y estructura simples, lo que le facilita el despacho de mercancía rápido y ofrecer servicios a la medida del cliente.*

2.2.5. Desventajas de la pequeña empresa

De acuerdo al (DÍAZ, 2012) menciona las siguientes Desventajas de la pequeña empresa

- a. *Pagan compensaciones en efectivo y prestaciones laborales relativamente bajas.*
- b. *Las posibilidades de financiamiento no son tan accesibles como las de las grandes empresas.*
- c. *Las pequeñas empresas tienen menor poder de negociación con los proveedores que las medianas o grandes, debido a sus bajos volúmenes de compras.*

- d. *Sus empleados no cumplen con las reglas de modelo corporativo, por tener un bajo nivel de educación.*

2.3. Definición de la totora

Ilustración N° 2

La totora



Fuente: Investigación propio
Elaborado Por: El Autor

*Según el Libro Manejo sustentable de la Totora 2003. Pág. 15 manifiesta: “La totora es una planta acuática que crece en lugares húmedos, pantanosos, lagos y lagunas; se la encuentra en América desde California hasta Chile. Los científicos la conocen como *Schenoplectus californicus*.”*

La totora es una planta nativa en el Ecuador es cultivada y aprovechado intensamente en la provincia de Imbabura como son en las lagunas de yahuarcocha y lago san pablo por ende es un bien que identifica a las comunidades Quichuas especialmente a la comunidad de Cachiviro por sus actividades artesanales y culturales como son esteras, llamas, caballitos de totora, canastas, aventadores, y entre otros que vienen aprendiendo desde sus antepasados o ancestros.

El agua y la totora forman parte del patrimonio social, por lo tanto vale la pena respetarlos y protegerlos para que continúen teniendo el valor que la sociedad ha determinado para ellos, el uso social y el significado ritual de la cosmovisión indígena fecunda la pachamama y permite la reproducción de la vida, generando la aplicación de conocimientos y habilidades.

2.3.1. Importancia de la totora

Se trata de un recurso de enorme importancia ambiental, económica, cultural Y ecológica, la totora hoy es valorada en el país y en extranjero por las iniciativas y constante innovación en la actividad artesanal a fin de diversificar la oferta y ampliar los mercados y de esta manera satisfacer las necesidades de los artesanos.

Desde un punto de vista cultural y etnográfico, hay que reconocer a la totora una riqueza especial, pues tiene raíces históricas, que vienen desde los primeros habitantes de la comunidad.

2.3.2. Antecedentes de la totora

Desde tiempos antiguos los indígenas de la comunidad han utilizado la totora como un medio de sustento de la vida para satisfacer sus necesidades a través de la producción y comercialización de productos de totora la zona andina está cubierta de esta planta, que los antiguos pobladores de la serranía ecuatoriana, es decir los indígenas, han sabido utilizar en diferentes actividades, desde utensilios de cocina hasta embarcaciones aptas para la navegación.

2.3.3. Características de la totora

Se reconoce por lo menos cuatro características a la totora:

- a. La Totora sirve para la elaboración de artesanías por ende es una fuente de ingreso para los comuneros
- b. La totora es de fácil acceso como materia prima para los artesanos
- c. La totora es una planta que purifica las aguas contaminadas y se utiliza como medicina, alimento, y para la construcción

2.3.4. Las partes de la totora

Las partes de la totora son los siguientes:

- a. **TAMAÑO:** La **totora** es una planta acuática de escaso porte, que puede llegar a medir hasta 4 m de altura, de los cuales al menos la mitad está sumergida bajo el agua y la otra parte se halla por encima de la superficie.
- b. **TALLO:** Posee un tallo tieso, natural, flexible, triangular, similar al césped
- c. **HOJAS:** Las hojas de la totora forman una vaina que rodea al tallo en la base. Están distribuidas en dos sectores: las hojas de la parte inferior de la planta presentan vainas numerares carentes de láminas, mientras que las superiores las desarrollan ocasionalmente.
- d. **FLORES:** Las pequeñas flores de la totora son hermafroditas, es decir, reúnen en sí ambos sexos,
- e. **FRUTOS:** Esta planta produce frutos secos aplanados curvados, lisos o transversalmente rugosos. El fruto contiene una sola semilla de forma similar a la lenteja.

2.3.5. Usos y beneficios de la totora

1. ARTESANAL

La fibra de TOTORA es utilizada para elaborar esteras, sillas, muebles, petates, carteras, canastas, sombreros, y redecillas para transportar recipientes de agua como, botellones y jarras.

Se utiliza para la elaboración de canoas de totora en la que se da uso para la pesca, el deporte acuático y de turismo

2. MEDICINAL

- a. Se utiliza como medicina para prevenir el bocio.
- b. La totora molida y quemada sirve para cicatrizar heridas y llagas.

3. ALIMENTICIO

- a. La parte de la totora que está sumergida en el agua, sirve de alimento, ya que es muy parecida a la caña de maíz tierno.
- b. Es un rico alimento para el ganado, produce más carne y mejor leche.

4. CONSTRUCCIÓN

- a. Con la TOTORA se construyen viviendas
- b. fabricación de techos y paredes para cobertizos, ranchos y terrazas.

5. MEDIO AMBIENTE

- a. Los totorales permiten la purificación de aguas contaminadas, en gran escala, así como la protección del suelo en las orillas de lagos y ríos, evitando la erosión que causan las corrientes y las olas
- b. Plantas que juntas crean un ecosistema útil para el hombre, flora y fauna.
- c. Las raíces sirven para que los peces pongan sus huevos y se protejan.
- d. Los tallos sirven para que las aves hagan sus nidos, se reproduzcan y se protejan.
- e. Forma un ecosistema útil para el ser Humano, el medio ambiente y los animales
- f. La totora sirve de alojamiento de muchas especies de animales e insectos.

2.3.6. La cosecha de la totora

Ilustración N° 3

Cosecha de totora



Fuente: Investigación propia

Elaborado Por: El Autor

1. HERRAMIENTAS PARA EL CORTE DE LA TOTORA

Cuando el corte de la totora se realiza en aguas a menos de un metro de profundidad, se utiliza la “Hoz”; o machete. La hoz consta de una hoja curva con un mango de unos 20 cm. Mientras que los otros tienen un mango de unos 45 cm. Y una hoja metálica transversal.

2.3.7. Procedimiento para el corte de la totora

El corte de la totora debe realizarse a 10 cm. o más sobre el nivel del agua permitiendo el brotamiento de nuevas yemas, para lo cual se requiere de cuidado y destreza.

Una vez cortada la totora, se acumula sobre la superficie del agua formando una especie de tendido, luego se ala hasta la orilla, y se traslada al lugar deseado.

2.4. Canoas de totora

Ilustración N° 4

Canoa de totora tipo 1



Fuente: Investigación propia
Elaborado Por: El Autor

2.4.1. Definición de canoas de totora

Un caballito de totora es un tipo de embarcación construida manualmente que sirve para la pesca y trasladarse de un lugar a otro para satisfacer las necesidades del ser humano.

2.4.2. Importancia de canoas de totora

Ilustración N° 5

Canoa de totora tipo 2



Fuente: Investigación propia
Elaborado Por: El Autor

Las canoas de totora es de gran importancia desde el punto de vista cultural ya que fomenta el turismo, el deporte, de esta manera se impulsa hacia el desarrollo de la comunidad en esta actividad. También se puede recalcar para los indígenas que viven en los alrededores del lago San Pablo que es un medio de transporte acuático que sirve para trasladarse a la cosecha de totora y es de gran importancia incentivar a las nuevas generaciones a la práctica este medio de transporte.

2.4.3. Antecedentes de las canoas de totora

Desde las épocas antiguas los indígenas de la comunidad de Cachiviro de la parroquia de San Rafael de la Laguna ubicado a 3 Km. al sur de Otavalo. Se dedicaban a la construcción de canoas de totora llamado también Balsas, que los utilizaba para navegar y pescar en la laguna en las diferentes orillas como son el muelle, Araque y puerto lago posteriormente empezó a elaborar artesanías utilitarias como aventadores y esteras. Esta artesanía surge de la necesidad

de aislar el frío y la humedad del suelo en las viviendas, por tal razón hoy en día las artesanías como los caballitos de totora es un atractivo turístico y decorativo.

2.4.4. La cosecha de la totora y su selección

Los hombres de estas comunidades se trasladan hasta los totorales que desean cosechar. Una vez allí las plantas son cortadas y dejan secar durante 8 días. Los trabajadores cargan en sus espaldas llamados las chincas de las totoras, para su posterior traslado al camino accesible para el vehículo de carga a su domicilio.

Cuando la totora está en sus domicilios comienza la tarea de seleccionar las piezas que se encuentran en buen estado, desechando aquellas que están descompuestas.

2.4.5. Construcción de canoas de totora

Ilustración N° 6

Construcción de la canoa



Fuente: Investigación propia
Elaborado Por: El Autor

En la actualidad se puede ver cómo las comunidades indígenas que habitan el entorno del Lago continúan construyendo sus balsas artesanalmente, con una técnica tradicional y específica que se viene empleando en el lugar durante siglos. Como su nombre indica, la totora es la materia prima con la que crean estas balsas, planta con la que las comunidades están muy

familiarizadas, ya que se emplea para la construcción de viviendas y muebles, incluso parte de ella es comestible y permite la elaboración de esteras, aventadores y entre otros.

Las balsas o canoas de totora de totora gozan actualmente de un gran interés turístico, actividad que beneficia a las comunidades indígenas.

1. PASOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE CANOAS DE TOTORA

a. PRIMERA FORMA

En este punto comienza la construcción de la balsa, en la cual se requiere la participación de uno a 2 personas artesanos (para una balsa con capacidad de 1- 3 personas personas aproximadamente)

En primer lugar se utilizan totoras recién cosechadas verdes y sogas estiradas y separadas a una distancia similar, cuya finalidad será atar posteriormente el conjunto de tallos. Después las totoras son acomodadas sobre las sogas, generando una forma abierta, para luego cerrarla, cuidando siempre los detalles.

De la misma manera, tratando de que tengan la misma cantidad de totora. Hecho esto, se comienza a poner la totora seca como relleno.

El siguiente paso requiere el esfuerzo sincronizado de todo el equipo. Los artesanos tiran de las sogas hacia arriba para cerrar la forma. Las sogas se pasan al compañero de enfrente para seguir tirando de ellas y cerrar bien la estructura. Una de las mitades de la balsa, con su forma previa.

b. CENTRO ESTRUCTURAL DE LA BALSA

La estructura central de la balsa se construye con la misma técnica que las anteriores, pero mucho más pequeña. Ésta es la que hace que las otras dos mitades logren unirse y formar un solo conjunto.

Las tres estructuras (centrales y laterales) se ponen sobre tablas de madera, con el fin de que éstas puedan girar y acercarse, ya que su gran peso hace que sea imposible levantarlas. Luego los artesanos realizan los detalles que se le hacen a la totora para que fluya bien en el agua.

c. LA FORMA FINAL

En el siguiente paso los artesanos cosen las estructuras con las sogas. Este trabajo es delicado, pues cada vez que la soga pasa por una de las estructuras grandes se debe hacer palanca para levantarla, poder pasar las pitas por debajo de cada mitad y luego nuevamente por el centro. Después se procede a levantar la delantera y la parte posterior para darle la forma curva, lo que requiere mucha fuerza.

Conseguida la forma deseada, se tensa todo nuevamente con las sogas. Mientras unos terminan de tensar la parte posterior, otros trabajan en la delantera.

Para su forma y el tensado final se utilizan piedras grandes, con puntas pero sin filo. Un artesano debe golpear la soga, con dirección hacia donde se puede tensar, lo que hace que la soga se deslice, mientras un compañero tira de ésta para mantener su tensión.

d. TENSADO FINAL Y ÚLTIMOS DETALLES

Como trabajo final se van tensando las sogas, comenzando desde el centro de la balsa hacia un lado y el otro, de tal forma que ya no se desarme la estructura. El tensado de la soga garantiza la forma deseable.

Se ejecutan los últimos golpes necesarios para completar el tensado, terminando por los detalles de debajo volcando la balsa y de los extremos (delantera y parte posterior)

e. HACIA LA ORILLA

Terminada esta etapa se coloca nuevamente la balsa boca arriba y se cortan los sobrantes de las puntas. Ahora sólo queda colocar las dos estructuras para hacer los bordes de la balsa.

Finalmente falta deslizar la balsa de totora hasta el agua. Para ello es de nuevo necesario el uso de maderos colocados debajo de la balsa para empujarla hacia la orilla, tarea en la que participan también las mujeres. En ocasiones se añade en la punta de la delantera una cabeza zoomorfa también de totora, una de las características que más llama la atención.

2.5. Servicios que brinda las canoas de totora

2.5.1. Medio de transporte turístico en la laguna

Este tipo de transporte permite al turista disfrutar del paisaje natural, del clima, del ordenamiento ecológico, que existe en la laguna, así como de las costumbres, tradiciones y cultura de los pueblos que habitan en esos lugares.

2.5.2. Medio de transporte para la pesca

Permiten practicar algunas actividades deportivas como la pesca, el esquí acuático y la natación entre otros. El turismo gastronómico, de aventura y medicinal es posible gracias a este tipo de comunicación.

2.5.3. Medio de transporte deportivo

Muchas de las personas que visitan a la laguna practican deportes acuáticos. Anualmente se realizan campeonatos de competencia de caballitos de totora por fiestas de san Rafael y también en el mes de septiembre la travesía del lago San Pablo en las fiestas de cantón Otavalo, en los cuales participan deportistas de natación y expertos de caballitos de totora a nivel local y nacional.

2.6. Turismo

(SENA, 2010), Afirma: “El turismo es la suma de muchos servicios que inician cuando el turista decide realizar su viaje, desplazarse al destino elegido y regresar satisfecho a su residencia habitual, para iniciar en próximas oportunidades y de acuerdo a sus experiencias, nuevos desplazamientos turísticos.” (Pág. 19)

El turismo se entiende como aquella actividad que implica viajar, hospedarse o refugiarse, por un tiempo determinado, en un lugar geográfico no habitual al que uno habita por diversas razones como descanso, recreación, cultura, salud o conocimiento científico. Esta actividad genera efectos sociales, económicos y culturales que pueden ser positivos o negativos.

En la actualidad el turismo es una alternativa y constituye una actividad económica, puesto que este país cuenta con una diversidad de lugares turísticos naturales con las

nacionalidades pluriculturales, los cuales hacen que llame la atención de turistas nacionales como extranjeros.

2.6.1. Importancia del turismo

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, es un instrumento generador de divisas que Trae muchas proyecciones para impulsar el desarrollo, activar la economía local y regional, revitalizar los valores culturales.

El turismo crea beneficios para los seres humanos, enriquece a través de la cultura, sensibiliza el medio ambiente, promueve la amistad, ayuda a los familiares a pasar tiempos juntos ya sea por ocio o por trabajo. El turismo promueve la paz y la cooperación entre las naciones.

2.6.2. Turismo en el Ecuador

El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, entre estas, la sierra la Amazonía, presentan una gran riqueza. La región amazónica se caracteriza por la producción petrolera, maderera, agrícola y ganadera, en cuanto a la región sierra, se tiene una producción agrícola, ganadera y florícola.

2.6.3. Turismo comunitario

Ilustración N° 7

Turismo comunitario



Fuente: Investigación propio
Elaborado Por: El Autor

En Imbabura, el turismo comunitario es considerado una alternativa en las zonas rurales donde habitan sectores de la población indígena que se dedican a una actividad complementaria productiva y tradicional como artesanal, agrícola y ganadera, para generar bienestar y oportunidades de trabajo en el mismo sector.

En este estudio se procedió a valorar en forma concertada las culturas y tradiciones que tiene la parroquia de San Rafael de la laguna como son: El Coraza, Los Pendoneros, Inty Raymi, La Rama, los rituales, la Gastronomía y las Artesanías.

2.7. Estudio de mercado

2.7.1. Definición de estudio de mercado

(JACOME, 2007), dice: "El estudio de mercado en un proyecto constituye uno de los elementos más importantes dentro de la pre factibilidad de un proyecto, porque permite avizorar en forma prospectiva la aceptación o no del producto o servicio que se va a ofertar en el mercado y que es el motivo del proyecto". (Pág. 99)

El estudio de mercado permite determinar la aceptación de un producto o servicio en un mercado determinado, así como preferencias del consumidor y el precio dispuestos a pagar.

2.7.2. Importancia del estudio de mercado

(ARAUJO, 2012), manifiesta: "El estudio de mercado es fundamental en un proyecto, en atención a que solamente cuando se conoce el ambiente social comercial en el que funcionará una nueva empresas podrán prever las condiciones de actuación y los resultados que se puedan esperarse.

Finalmente el estudio de mercado también es básico no sólo porque sirve de base para tomar la decisión de llevar adelante una idea inicial del proyecto de inversión sino también porque resulta útil para diseñar.

2.7.3. Estructura del análisis

Para poder realizar un buen estudio de mercado, es importante estructurar el estudio en base al siguiente esquema operativo.

1. PRODUCTO

DEFINICIÓN DE PRODUCTO

(KOTLER ARMSTRONG, 2012); Dice “El producto es cualquier cosa que pueda ofrecer un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o necesidad” (Pág. 199).

Se puede concluir que el producto es un bien o un servicio que anteriormente tuvo que pasar por un proceso de transformación, sea materia prima o conocimiento, para posteriormente ser ofrecido en el mercado por un oferente a un precio determinado con el propósito de satisfacer las necesidades de un consumidor.

2. MERCADO

DEFINICIÓN DE MERCADO

(ARAUJO, 2012), dice: “Es el conjunto de demandantes y ofertantes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio en un área determinada. Esa concurrencia puede ser de forma directa o indirecta.” (Pág. 26)

Mercado es el área en la cual se desarrollan actividades comerciales y actúan directamente las fuerzas de la oferta y la demanda para determinar por sí solas el precio de bienes y/o servicios, sin la intervención del estado y así satisfacer las necesidades del consumidor.

SEGMENTO DE MERCADO

(KOTLER ARMSTRONG, 2012), expresan: “los compradores de cualquier mercado difieren en sus deseos, recursos, ubicaciones actitudes y prácticas de compra. a través de la segmentación de mercado, las empresas dividen los mercados grande en y heterogéneos en segmentos a los que se puede llegar de manera más eficiente con el producto o servicio.” (pág. 165)

Segmento de mercado significa dividir al mercado en función de sus necesidades y preferencias; ya que la población no es homogénea se lo puede hacer por edades, por grupos, por gustos, por género, por ingresos, entre otros.

MERCADO META

(KOTLER, 2013), afirman: “Un mercado meta consiste en un conjunto de compradores que comparten necesidades o características comunes que la empresa decida atender.” (Pág.175)

Es la parte del mercado hacia donde conviene dirigir los esfuerzos para obtener posicionamiento comercial, tomando en cuenta los atractivos que esté presente y la capacidad de la empresa para captar consumidores y satisfacer competitivamente sus necesidades.

3. DEMANDA

DEFINICIÓN DE DEMANDA

(*NUÑEZ, 2010*). **Manifiesta:** “*La demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado*”. Pág. 27.

El análisis de la demanda tiene como propósito establecer los posibles demandantes del producto o servicio, tomando en cuenta factores como: necesidad real del producto o servicio, nivel de ingreso, precio de mercado, publicidad, promoción, medio geográfico, nivel de educación, entre otros.

4. OFERTA

DEFINICIÓN DE OFERTA

(*JACOME, 2007*). **Afirma:** “*Es el conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y esté constituye competencia para el proyecto*”. (Pág. 101.)

(*CÒRDOVA, 2011*) **Expresa:** “*La oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás permanece constante*”. (Pág. 72)

La oferta son todos los bienes y servicios que los productores están dispuestos a vender en un sitio determinado fijando un valor de cambio de ello. Y se refieren a la oferta determina las disposiciones del mercado de un bien o servicio, este producto debe ser identificado como diferente a la de la competencia para que tenga mayor acogida y participación en el mercado.

5. PRECIO

DEFINICIÓN DE PRECIO

(KOTLER ARMSTRONG, 2012) expresa que: “El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio o la suma de los valores que intercambian los consumidores por los beneficios de poseer o utilizar el producto o servicio”. (Pág. 355)

La determinación del precio se lo define a través de que tiene el producto y sobre todo el costo de su elaboración. Se debe manejar estrategias que le permita tomar las decisiones correctas para saber posicionar al producto o servicio tomando en cuenta siempre las necesidades que tiene el cliente.

6. COMERCIALIZACIÓN

DEFINICIÓN DE COMERCIALIZACIÓN

(BACA, 2010) Dice “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”. (Pág: 78),

Se refiere como conducir directamente el producto al consumidor en un tiempo y lugar oportuno dirigiendo por un canal directo teniendo en cuenta la satisfacción del cliente o consumidor.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

(BACA, 2010), afirma: “Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los comercializadores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria, existe un pago o transacción, además de un intercambio de información.” (Pág. 49)

Según el autor determinamos que los canales de distribución son aquellos caminos por donde el producto o servicio va a caminar para llegar hasta el consumidor final.

2.8. Estudio técnico

2.8.1. Definición del estudio técnico.

(JACOME, 2007), expresa: "Esta fase corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr el proyecto a implantar tenga éxito". (pág. 133,)

Este estudio tiene por objetivo estimar las variables técnicas del proyecto para su puesta en marcha, comenzando por la descripción del lugar en donde se va a implantar, infraestructura e Inversiones necesarias para su ejecución.

2.8.2. Tamaño del proyecto

(CÒRDOVA, 2011), Dice: "Es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el período de funcionamiento. Se define como la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se puede producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando." (Pág. 107)

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad instalada del mismo en función de la cantidad a producir un determinado bien o servicio durante su vida útil, con el fin de obtener la mayor rentabilidad en función de un análisis técnico y aprovechamiento máximo de sus recursos.

2.8.3. Localización del proyecto

(MEZA, 2010), añade: "El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio". (pág. 23)

La localización es determinar el lugar óptimo en el cual se debe implantar un proyecto, misma que debe contar con factores de competitividad para alcanzar alta rentabilidad, a través de la disminución costos y un acceso oportuno al consumidor.

1. MACRO LOCALIZACIÓN

(CÓRDOVA, 2011), se refiere: "A la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Ésta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta, la demanda y la infraestructura existente. Además, compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiados para el proyecto." (Pág. 119)

Al hablar de macro localización se refiere al lugar en el cual se implantará el proyecto, tomando en cuenta una amplia área geográfica misma que debe contar con las condiciones necesarias para su operatividad.

2. MICRO LOCALIZACIÓN

(JACOME, 2007), dice: "Es la parte donde se establecen condiciones específicas o particulares que permiten fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto, para lo cual se adiciona la siguiente información: parroquia, calles longitudinales y transversales, dirección domiciliaria y telefónica de ser posible, croquis de ubicación". (pág. 133)

La Micro Localización se refiere a la ubicación específica que tendrá un proyecto dentro de una pequeña área geográfica, es decir se define con exactitud la dirección domiciliaria que este tendrá en función de factores estratégicos.

3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

(BACA, 2010), Menciona: “El estudio de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva” (Pág. 102)

Con respecto al criterio del autor la ingeniería del proyecto es la determinación de la producción en función a procesos, equipos y maquinaria, para de esta forma adecuar el lugar de acuerdo a las necesidades de la fabricación y así garantizar el funcionamiento adecuado y eficiente en la producción de un bien o servicio

2.9. Estudio financiero

2.9.1. Definición de estudio financiero

(BACA, 2010), afirma: “El estudio financiero es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”. (Pág. 138)

El estudio financiero permite establecer los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, determinando ingresos y egresos que tendrá durante su vida útil, teniendo como resultado la utilidad o pérdida que pudiese generar anualmente, además define la factibilidad financiera en función del análisis de sus indicadores financieros.

2.9.2. Ingresos

(ZAPATA, 2008) .Dice; “Los ingresos constituye los beneficios o ganancias de u a empresa” (Pág. 25).

2.9.3. Gastos

(BRAVO, 2011), **expresa:** “También se les denomina egresos, constituyen los desembolsos necesarios que se realiza para cumplir con los objetivos de la empresa tales como: sueldos, servicios básicos, suministros y materiales, entre otros.”

1. MANO DE OBRA

(SARMIENTOS, 2010), **afirma:** “Es la fuerza de trabajo humano incorporado en el producto, es decir el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción, sea su trabajo manual tecnificado y apoyan directamente en la transformación de productos.” (Pág. 13)

2. MATERIA PRIMA

(CHILQUINGA, 2007), **manifiesta que:** “La materia prima constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado”.

En esta definición expuesta anteriormente puedo expresar que la materia prima es uno de los elementos importantes para la elaboración de un producto para poder satisfacer al público al momento de crearlo y expendirlo.

3. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

(SARMIENTOS, 2010), manifiesta: “Se considera a los costos y gastos necesarios que intervienen en la producción, pero que no fueron en los elementos anteriores como materia prima directa y mano de obra directa.” (Pág. 14)

4. GASTOS OPERACIONALES

(SARMIENTOS, 2010); dice: “Son considerados los gasto realizados y necesarios para el normal desarrollo de la actividad empresarial considerando a estos gastos como los siguientes.” (Pág. 37)

GASTOS ADMINISTRATIVOS

(BACA, 2010), afirma: “Son los costos que provienen por realizar la función Administrativa de la Empresa”. (pág. 172)

Los gastos administrativos son los costos realizados en la función administrativa, dentro de los cuales se encuentran lo siguiente:

- a. Sueldos
- b. Suministros de oficina
- c. Servicios básicos
- d. Depreciaciones
- e. Amortizaciones

GASTOS DE VENTAS

(BRAVO, 2011), define: "Los gastos de ventas son todos los desembolsos o pagos que se realizan en el departamento de ventas como: sueldos a vendedores, comisiones, publicidad, entre otros". (pág. 191)

Los gastos de ventas son aquellos que se realizan directamente en el departamento de ventas para su normal funcionamiento, ya que de este depende el posicionamiento en el mercado mediante la promoción y publicidad que genere además de los acuerdos comerciales que ejecute dentro de los cuales pueden ser.

- a. Sueldos
- b. Beneficios sociales
- c. Gastos de movilización
- d. Comisiones de venta
- e. Publicidad y propaganda

5. GASTOS NO OPERACIONALES

GASTOS FINANCIEROS

Corresponden a todos los cargos financieros producto de intereses por créditos u obligaciones contraídas con instituciones financieras durante un proceso productivo.

2.9.4. Estados financieros

1. BALANCE GENERAL

(SARMIENTOS, 2010), afirma: Es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico, (Pág. 77)

De acuerdo al autor el balance general es un informe contable que presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, dentro del cual se manejan cuentas de activo, pasivo y patrimonio, lo cual permite tener una visión clara de la situación real de la empresa.

2. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

(ZAPATA, 2008), Dice: “Es un informe básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un periodo determinado, producto de la gestión acertada o desacertada de la dirección, o sea del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia” (Pág. 306)

Es un informe que presenta de manera ordenada todos los ingresos y egresos, incluyendo las cuentas de rentas que existieron durante el ejercicio económico, determinando si existió utilidad o pérdida producto de la gestión realizada por sus administradores.

2.9.5. Flujo de caja

(ZAPATA, 2008) Dice: “Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida gerencial en recaudar y usar el dinero así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura” (Pág. 423)

Se refiere al cálculo del volumen de ingresos y gastos, que ocurrirán en una empresa durante un periodo determinado. Ello posibilita saber si sobra o falta dinero en determinado momento.

2.9.6. Evaluación financiera

1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

(JACOME, 2007), Dice; *“Es el poder adquisitivo actual monetario que tiene el monto destinado a invertir en el momento cero o fase de arranque del proyecto”*.

El valor actual neto representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite observar si es o no pertinente la inversión.

Fórmula:

$$\text{VAN} = \Sigma \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

(ORTEGA, 2010), manifiesta: *“Es la tasa de actualización que iguala al valor actual de los egresos totales de un proyecto en estudio.”* (Pág. 242)

Fórmula:

$$\text{TIR} = T_i + (T_s - T_i) * \frac{\text{VAN } T_i}{\text{VAN } T_s - \text{VAN } T_i}$$

3. BENEFICIO - COSTO

(ORTEGA, 2010), manifiesta: *“Es la razón total del valor actual de los futuros ingresos entre la inversión inicial. Esta indica el beneficio que pueda tener cada uno de los productos a evaluar.”* (Pág. 244)

Formula:

$$B/C = \frac{\sum \text{INGRESOS}}{\sum \text{EGRESOS}}$$

4. PUNTO DE EQUILIBRIO

(VARELA, 2010), Dice: “Como aquel nivel de producción que en un cierto periodo satisface la condición de igualdad entre los ingresos totales, o sea que permite que la utilidad contable durante el periodo en consideración sea nula”.(Pág. 345.)

(CHILQUINGA, 2007), Manifiesta “Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se iguala a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde” (Pág. 49).

El punto de equilibrio es básico para el desempeño de cualquier empresa, porque éste nos permite establecer una situación financiera en la cual una organización cubre todos sus gastos y no genera rentabilidad. Es válido únicamente para el año 1 del proyecto, porque mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto.

El punto de equilibrio se determina de la siguiente manera:

$$PE = \frac{\text{Inv.Fija} + CF}{MC}$$

Referencias:

Inv. Fija = Inversión Fija

CF= Costos Fijos

MC=Margen de Contribución MC= PV-CVu

PV= Precio de Venta

CVu= Costo Variable unitario

2.10. Estructura organizacional y funcional

2.10.1. Estructura legal

(CÒRDOVA, 2011); **afirma:** *“Es el andar jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y la Ley.”* (Pág. 165)

2.10.2. Definición misión

(KOTLER, 2013), **Afirma:** *“Es una declaración del propósito de la organización, lo que desea lograr en el entorno más amplio. Una clara declaración de la misión funciona como una “mano invisible” que guía a las personas de la organización.”* (Pág. 39)

Para (DAFT, 2010) , definen *“Breve definición del panorama de negocios y las operaciones básicas de la organización que las distinguen de organizaciones similares”*. (Pág. 158.)

2.10.3. Definición visión

(CÒRDOVA, 2011); **Define:** *La visión es inherente a la alta dirección, define el conjunto de enfoque holístico de la empresa, es la expresión formal de cómo la empresa “ve” su realidad futura en el más alto nivel.”* (Pág. 163)

2.10.4. Definición valores

De acuerdo a página web; www.trabajo.com. expresa: *“Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales nos sentimos más inclinados por su grado de utilidad personal y social.*

Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes.”

2.10.5. Definición objetivos

(CÒRDOVA, 2011), manifiesta: “Se refiere a un resultado que se desea o necesita lograr dentro de un periodo de tiempo específico. Los objetivos estarán relacionados con: Estrategias, Planes de acción, Presupuesto.” (Pág. 163)

2.10.6. Definición organigrama estructural

(FRANKLIN, 2009), dice: “El organigrama es la representación gráfica de la estructura organizacional de las institución o de una de sus áreas, en la que se muestra la composición de las unidades administrativas que se la integran, sus relaciones, nivel jerárquico, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría.” (Pág. 124)

2.10.7. Definición manual administrativo

(FRANKLIN, 2009), expresa: “El manual administrativo son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación para registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática tanto la información de una organización (antecedentes, legislación estructura, objetivos, políticas, sistemas, procedimientos, elementos de calidad), como las instrucciones y lineamientos necesarios para que desempeñen mejor sus tareas.” (Pág. 244)

2.10.8. Impactos

(JACOME, 2007), afirma: “Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto”.(pág. 171)

2.11. Resumen del capítulo

Este Capítulo Contiene las bases teóricas científicas que fueron el sustento para la ejecución del proyecto, recogiendo definiciones de todos los conceptos y parámetros que se van a desarrollar en ejecución de la investigación, en sí una exploración todo lo que constituye la Pequeña empresa, la descripción de las canoas de totoras

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Antecedentes del estudio de mercado

El Presente estudio de mercado establece el comportamiento y necesidades de los consumidores en lo referente a la cantidad posible de producción, llamada oferta de la pequeña empresa que se desea crear y la cantidad de personas que adquirirá el bien a producir por la pequeña empresa.

Las artesanías y la producción canoas de la Totora en la Comunidad de Cachiviro de la Parroquia de San Rafael es un producto de la falta de apoyo e incentivo por parte de las organizaciones estatales; sin embargo la producción de totora se ha constituido de mayor acogida en la Provincia de Imbabura especialmente en la Parroquia de San Rafael del Cantón Otavalo.

En la actualidad, los artesanos de la totora tiene aceptación en los mercados Turísticos, de la provincia y a nivel nacional, por ser un recurso natural como es la totora.

Además está enfocado con las condiciones de cultivo, madurez de la planta, cosecha, procesamiento, elaboración, presentación del producto de tal manera que cumpla con todos los requerimientos básicos con calidad y que permite conservar al producto fuera de contaminaciones.

Por consiguiente nos damos cuenta que la Pequeña empresa es llamada o encargada de satisfacer a las personas, motivo importante para ver cuán necesario es presentar al mercado

nuevas y novedosas formas de presentación de artesanías y canoas de totora para satisfacer y facilitar a los clientes.

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo general

Realizar un análisis de Mercado que permita identificar el volumen de la oferta, demanda, del producto y determinar nuestros potenciales clientes para la pequeña empresa.

3.2.2. Objetivos específicos

- Identificar la demanda general del producto en el mercado
- Establecer claramente y segmentar el mercado objetivo
- Definir los canales de distribución que utilizara la pequeña empresa
- Formular estrategias de mercado que permitan el posicionamiento definitivo.

3.3. Identificación del producto

3.3.1. Características del producto

La materia prima de nuestro producto es la totora que es una planta acuática que crece en lugares pantanosos, húmedos, lagos y lagunas. Para la confección de canoas de totora, las fibras se mojan en agua se envuelven en un plástico o en un paño para mantener la humedad, y de este modo la fibra está más flexible y no se rompe al tejerla. Se trabaja en el interior de las viviendas, al resguardado del sol, para evitar que se resequen las fibras y no se puedan romper al ser dobladas durante el tejido. En la elaboración de los productos intervienen todos los miembros familiares hombres y mujeres, con excepción de los niños, ya que el tejido entraña cierta dificultad. Para los artesanos que trabajan de manera intensa, la confección de

los productos les ocupa la mayor parte de la jornada laboral, mientras que para otros con menor dedicación les ocupa el tiempo libre que dejan otras actividades del campo.

3.4. Segmento del mercado

Dentro del estudio el producto que va a elaborar la pequeña empresa está destinado a clientes intermediarios que visitan a la comunidad y que les gustan el turismo y el deporte acuático con los productos naturales a base de totora.

En un principio el producto será distribuido en la misma comunidad será comercializado directamente a turistas; donde los consumidores se encuentran en todos los niveles sociales. Se puede enviar también estos productos a los intermediarios que se dedican al negocio artesanal de totora en los lugares turísticos del país.

SEXO: Masculino y femenino.

EDAD: Personas de todas las edades.

PREFERENCIAS: Personas que gusten el deporte

3.4.1. Variables de macro segmentación

En la variable de macro segmentación el tipo de variable que se escogió es Geográfica el cual se lo denominará “Visitantes al cantón Otavalo” y para realizar un análisis comparativo entre sectores con parecidas características para desarrollar esta actividad se escogió a Otavalo,

Cuadro N° 13**Macro segmentación**

Tipo de Segmentación	Tipo de Variable	Nombre de la Variable	Segmentos
Macro segmentación	Geográfica	Turismo	➤ Otavalo ➤ San Rafael

Fuente: Investigación Directa
Elaborado Por: El autor

3.4.2. Variables de micro segmentación

En las variables de micro segmentación se ha escogido la variable demográfica denominada “Tipo de Turismo” de donde nacen los segmentos: nacional y extranjero. Siendo esta la población que interesa al proyecto como los futuros clientes o consumidores.

Cuadro N° 14**Micro segmentación**

Tipo de Segmentación	Tipo de Variable	Nombre de la Variable	Segmentos
Micro segmentación	Demográfica	Tipo de turismo Clientes Intermediarios	➤ Nacional

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

3.4.3. Población o universo

La población universo comprende el volumen total del mercado objetivo, del cual nuestro estudio determinará los posibles clientes intermediarios que requieren los productos de la empresa, por tanto para la determinación de la población objeto de estudio se consideró el número receptivo de personas que visitaron el Cantón de Otavalo especialmente a la parroquia de San Rafael comunidad de Cachiviro.

Cuadro N° 15**Turistas que visitaron a San Rafael**

NUMERO DE VISITANTES AÑO 2014		
Extranjeros	Nacionales	Total
420	1680	2100

Fuente: Gobierno Parroquial de San Rafael

Elaborado por: El Autor

Cuadro N° 16**Turistas de preferencia comunitario**

DETALLE	CALCULO
Turistas nacionales ,extranjeros e intermediarios	2100
% Preferencia por el turismo comunitario (7%)	147
TOTAL	147

Fuente: Gobierno Parroquial de San Rafael

Elaborado por: El Autor

3.4.4. Tamaño de la muestra

Para la determinación de la muestra que se utilizó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N=es la población total

Z2 = 1,96, nos indica el nivel de confiabilidad, y está dado por el valor de la abscisa de la ley normal de probabilidad.

e2 = es el nivel de error, que nos indica el grado de precisión de las estimaciones. **P** es la proporción que se espera tener sobre la principal variable del estudio.

Q =es el complemento a la unidad (o al 100%) de la cantidad

P =es la proporción que se espera tener sobre la principal variable del estudio.

n = es el tamaño de la muestra. Es importante aclarar sobre esta fórmula que la confiabilidad (**z**), y el margen de error (**e**), son parámetros independientes entre sí.

Cálculo de la Muestra:

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.25) * (0.75) * 147}{(0.05)^2 (147 - 1) + (1.96)^2 (0.25) * (0.75)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(27.5625)}{0.0025(143) + (3.8416)(0.1875)}$$

$$n = \frac{105.8841}{0.365 + 0.7203}$$

$$n = 97$$

3.4.5. Recopilación de información

Para la recopilación de los datos se utilizó la herramienta de la encuesta, siendo un material sencillo pero de mucha precisión para la obtención de datos específicos.

Al turista se lo contactó en forma personal en los lugares turísticos de la zona como es el caso de la laguna de San Pablo, Cabañas, puerto lago y en el sector del Mirador.

1. ¿Cuál es su nacionalidad?

Cuadro N° 17

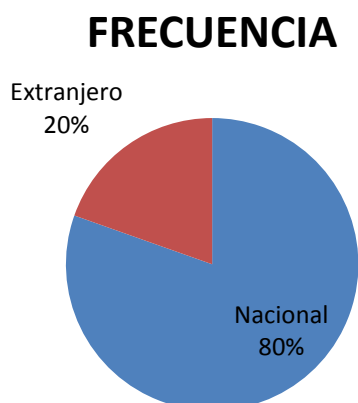
La nacionalidad

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Nacional	78	80,41
Extranjero	19	19,59
TOTAL	97	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Gráfico No 11

La nacionalidad



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

ANALISIS

El mercado objetivo tiene mayor aceptación por los turistas nacionales, sin desmerecer la presencia notable de los extranjeros, con lo cual vemos necesario encaminar los esfuerzos al segmento no solo de los visitantes locales sino de los extranjeros ya que ellos tienen mayores ingresos lo que permitirá la sustentabilidad del proyecto.

2. ¿Si hubiera las canoas de totora estaría dispuesto a comprar?

Cuadro N° 18

Adquisición de canoas de totora

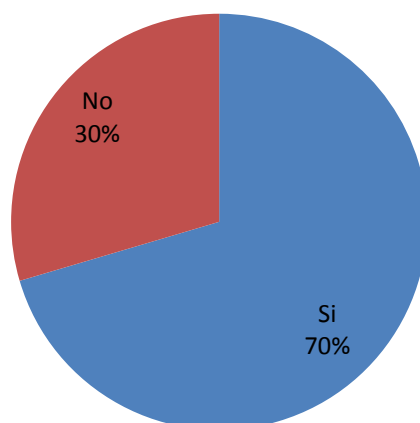
CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Si	68	70,10
No	29	29,90
TOTAL	97	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Gráfico No 12

Adquisición de canoas de totora

FRECUENCIA



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

Un alto porcentaje de los encuestados manifiestan que están de acuerdo para la adquisición de las canoas de totora ya que este producto es novedoso y cultural y una minoría se abstiene por no conocer el producto.

3. ¿Qué tipo de canoas de totora compraría usted?

Cuadro N° 19

Tipos de canoas

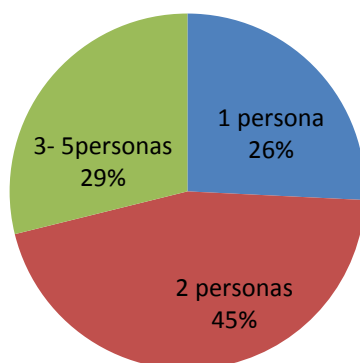
CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
1 persona	25	25,77
2 personas	44	45,36
3- 5personas	28	28,87
TOTAL	97	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Gráfico No 13

Tipos de canoas

FRECUENCIA



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

De la información recabada se deduce que todas las opciones puestas a consideración son favorables pero La mayor parte de la población encuestada prefiere las canoas de tipo para 2 personas, afirmaron esto debido a que el número de personas por hogar equivale a 2 a 3 personas

4. ¿Con que frecuencia estaría dispuesto en adquirir el producto?

Cuadro N° 20

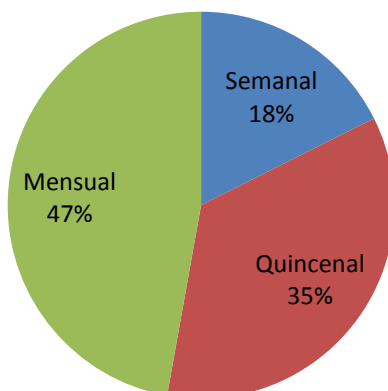
Frecuencia de compra

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Semanal	17	17,53
Quincenal	34	35,05
Mensual	46	47,42
TOTAL	97	100,00

Gráfico No 14

Frecuencia de compra

FRECUENCIA



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

Se puede observar del total de los encuestados la mayor parte manifiestan que realizaran las compras mensualmente y otra parte expresa que comprarán su producto cada 15 días con estas referencias la pequeña empresa puede tener en la bodega para agilizar sus pedidos ya que este producto es de orígenes ancestrales y adquieren por cultura y tradición.

5. ¿Cuál de estas características considera que tiene las canoas de totora?

Cuadro N° 21

Características de la canoa

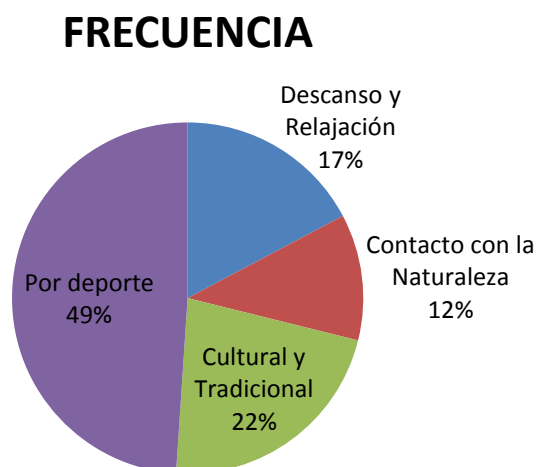
CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Descanso y Relajación	17	17,53
Contacto con la Naturaleza	11	11,34
Cultural y Tradicional	22	22,68
Por deporte	47	48,45
TOTAL	97	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No 15

Características de la canoa



Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

Se puede apreciar que la mayor parte de los turistas encuestados optan por la característica del deporte ya que la canoa de totora da una alternativa de paseo turístico, lo que permite visualizar de forma muy clara la cultura y la tradición que tiene este producto y requieren la organización de la comunidad,

6. ¿Qué exigiría usted cuando adquiere una canoa de totora?

Cuadro N° 22

Exigencia para la Adquisición

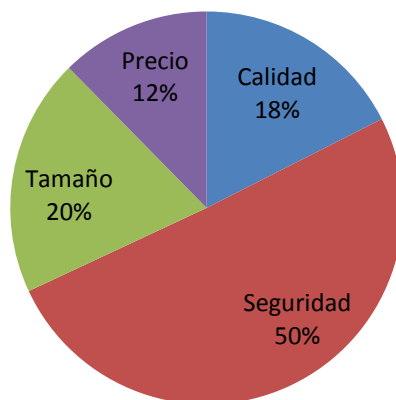
CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Calidad	17	17,53
Seguridad	49	50,52
Tamaño	19	19,59
Precio	12	12,37
TOTAL	97	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Gráfico No 16

Exigencia para la Adquisición

FRECUENCIA



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

Como se puede observar La mayor parte de los encuestados manifiestan que para adquirir las canoas de totora exige que sea seguro ya que este producto tiene contacto con el agua por ende la pequeña empresa ofrecerá productos de calidad y a un precio justo.

7. ¿Cuáles son los productos de totora que le atrae más para su adquisición?

Cuadro N° 23

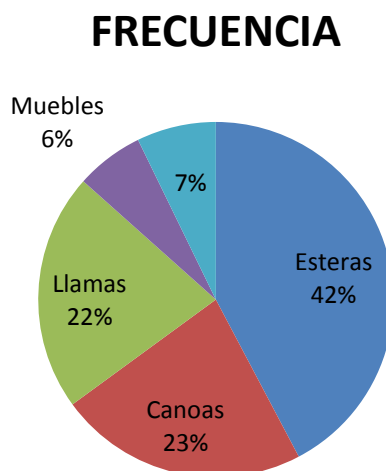
Productos de totora

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Esteras	41	42,27
Canoas	22	22,68
Llamas	21	21,65
Muebles	6	6,19
Ninguno	7	7,22
TOTAL	97	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Gráfico No 17

Productos de totora



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

Se puede apreciar que la mayor parte de los turistas que visitan al sector son atraídos por los productos de totora como las esteras y las canoas de totora lo que es muy beneficioso para el proyecto y promueve el desarrollo socioeconómico del sector

8. ¿Qué tipo de publicidad prefiere usted para conocer el producto?

Cuadro N° 24

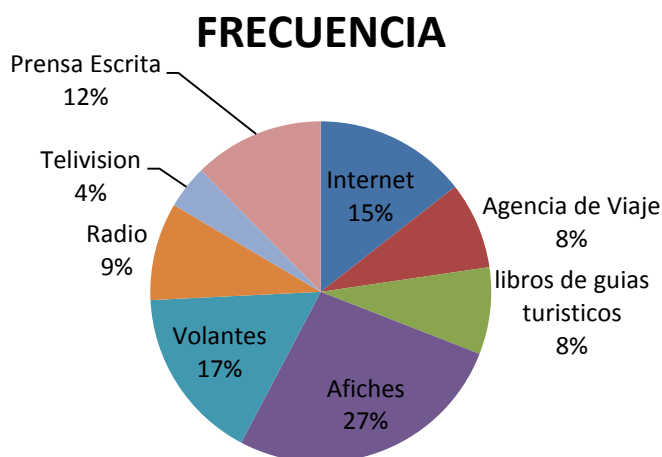
Tipo de publicidad

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Internet	14	14,43
Agencia de Viaje	8	8,25
libros de guías turísticos	8	8,25
Afiches	26	26,80
Volantes	16	16,49
Radio	9	9,28
Televisión	4	4,12
Prensa Escrita	12	12,37
TOTAL	97	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Gráfico No 18

Tipo de publicidad



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

Muchas de las persona encuestadas manifiestan que se enteran y eligen por referencias como afiches y papeles volantes de los lugares turísticos que tiene Otavalo , por otro lado algunos turistas se enteran por medio de Internet, ya sea prensa escrita, televisión,

9. ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar por la adquisición de las canoas de totora?

Cuadro N° 25

Precios dispuestos a pagar por canoas de totora

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
40 a 60	34	35,05
60 a 80	36	37,11
80 a 100	16	16,49
Más de 100	11	11,34
TOTAL	97	100

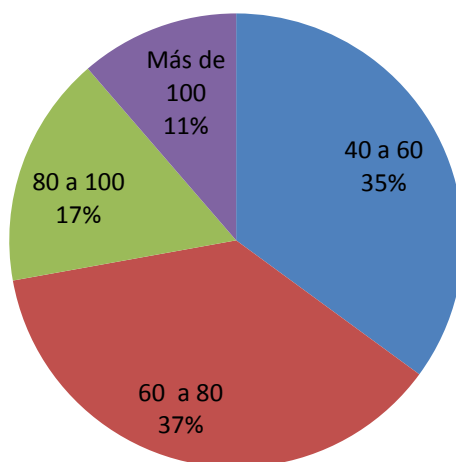
Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No 19

Precios dispuestos a pagar por canoas de totora

FRECUENCIA



Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados están dispuestos a pagar por el producto de canoas de totora de \$60 a 80 dólares ya que este producto es valorado por la mano de obra. El producto depende de las categorías, canoas para 1 persona hasta 5 personas.

10. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una Pequeña empresa de Elaboración y Comercialización de canoas de totora en la comunidad de Cachiviro?

Cuadro N° 26

Creación de pequeña empresa

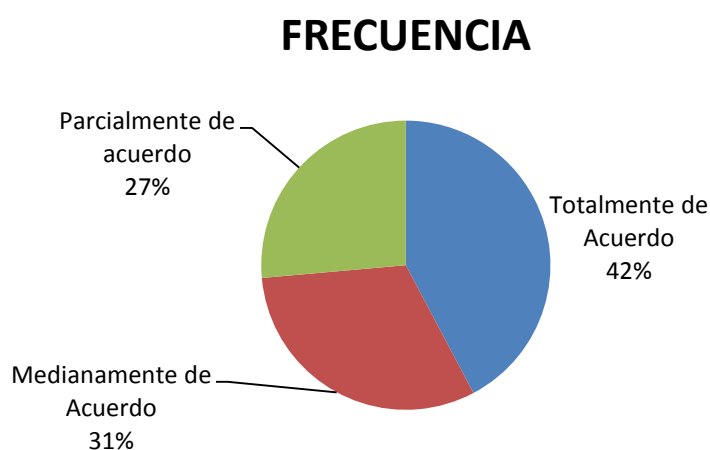
CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
Totalmente de Acuerdo	41	42,27
Medianamente de Acuerdo	30	30,93
Parcialmente de acuerdo	26	26,80
TOTAL	97	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Gráfico No 20

Precios dispuestos a pagar por canoas de totora



Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

Se determina que la mayoría de los encuestados están totalmente de acuerdo y es conveniente la creación de una pequeña empresa dedicada a la Producción y Comercialización de canoas de totora en la comunidad de Cachiviro, mientras que la segunda parte están medianamente de acuerdo con la creación de la pequeña empresa, y apenas una minoría está parcialmente de acuerdo.

3.5. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda, dentro del estudio de mercado es un factor importante, ya que esta define la cantidad, calidad de bienes y servicios que están dispuestos a ser adquiridos a los diferentes precios en el mercado, de parte de los consumidores, es decir, delimita los potenciales clientes que están dispuestos a consumir el producto.

3.5.2. Proyección de la demanda

Cuadro N° 27

Proyección de la demanda preferencia comunitario

DETALLE	CALCULO
Clientes intermediarios y los turistas	1200
Estimación de producción anual 84%	1008
TOTAL DEMANDA ACTUAL ANUAL	1008

En vista que no se dispone de datos estadísticos, para proyectar la demanda se tomará como referencia el método de crecimiento exponencial, a una tasa de crecimiento turística del 7% información obtenida del Ministerio de Turismo de un diagnóstico del sector turístico nacional e internacional del año 2014 más a los clientes intermediarios. La proyección se la realizará para cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto, se ha utilizado este método porque está basado en la situación actual del mercado, obteniendo así los resultados. La fórmula aplicar es la siguiente:

3.5.3. Proyección de la demanda

Cuadro N° 28

Proyección de la demanda

Tasa de crecimiento turística	Años	Consumo anual Balsas de totora
	2015	1200
	2016	1284
7%	2017	1374
	2018	1470
	2019	1573

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El autor

$$P_p = P_b (1+i)_n$$

$$P_p = 1200 * (1 + 0,07)^1$$

$$P_p = 1284$$

3.6. Análisis de la oferta

En el análisis de la oferta se hace relación entre la cantidad de bienes o servicios ofrecidos por los productores y el precio del mercado actual.

3.6.1. Factores que afectan la oferta

Los factores que afectan a la curva de la oferta son los siguientes:

- **Precio Esperado.-** La expectativa de un alza futura en el precio de un bien desplaza la curva de la oferta hacia la izquierda y sucede lo contrario con la expectativa de una baja futura
- **Tecnología.-** A mayor tecnología, mayor ahorro de costos, y por ende, mayor oferta.

3.6.2. Proyección de la oferta

De acuerdo a la investigación realizada, las iniciativas en turismo rural comunitario en el cantón Otavalo no existe similitud a la elaboración de los productos de canoas de totora por ende no es necesario realizar la proyección de la oferta.

3.6.3. Balance entre Demanda y Oferta

La estimación de la demanda insatisfecha es importante ya que identifica si existe un mercado al que no se haya llegado o no está satisfecho por el servicio o producto que se entregó, y se lo calcula con la siguiente formula.

$$\text{DEMANDA INSATISFECHA} = \text{DEMANDA} - \text{OFERTA}$$

Cuadro N° 29

Determinación de la demanda insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
2015	1200	0	1200
2016	1284	0	1284
2017	1374	0	1374
2018	1470	0	1470
2019	1573	0	1573

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: El autor

3.7. Plan de comercialización.

El plan de comercialización es el proceso que permite a las empresas ser proactivas en vez de reactivas en la formulación de su futuro, éste se puede describir como un enfoque objetivo y sistemático para la toma de decisiones, compuesto por tres etapas fundamentales: formulación, implementación y control de estrategias. Para la implementación de un correcto plan de comercialización se trabajará con las 4P's, que son Producto, Plaza, Promoción, Precio.

3.7.1. Producto o servicio

Se estableció dos canales de comercialización del producto, el primero que será efectuado de forma directa, la empresa pondrá un local de venta exclusivo del producto ubicado en las instalaciones de la misma.

Además otro canal de distribución que será efectuado a través de los intermediarios o comerciantes quienes harán llegar los productos a los mayoristas y éstos a su vez al consumidor final.

3.7.2. Precio

Para determinar el precio de cada uno de los producto/servicios se partirá de la fijación de precios técnico y la fijación del precio óptimo. Para determinar el precio técnico se tienen en cuenta los costos de producción directos y para determinar los precios óptimos se segmentó el mercado.

Cuadro N° 30

Análisis de Precios

Año	Descripción (canoas)	Precio
2015	1 Persona	40
	2 Personas	60
	3-Personas	80
	Promedio	60

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El autor

3.7.3. Proyección del Precio

El precio de venta establecido para la venta de canoas de totora será de \$ 60; el cual para los próximos años tendrá un incremento del 3,70%, basado en el porcentaje de inflación anual del año 2014, de acuerdo a estadísticas del INEC.

Cuadro N° 31

Proyección de los precios

Año	Precio
Año 1	60
Año 2	62,22
Año 3	64,52
Año 4	66,91
Año 5	69,39

Fuente: Ficha de Observación

Elaborado por: El autor

Precio proyectada = Precio Actual (valor constante + tasa de inflación) ^ tiempo

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

$$Pp = 60 (1 + 0.037)^1$$

$$Pp = 62,22$$

3.7.4. Plaza

La plaza es el lugar geográfico y estratégico donde se prestará el producto, por lo tanto “la pequeña empresa” estará ubicado, en la parroquia rural de San Rafael en la comunidad de Cachiviro”. Un lugar distinto rico en recursos culturales, naturales e históricos sobre todo porque es una comunidad llena de encanto y hermosos lugar para visitar.

3.7.5. Publicidad

Para lograr un posicionamiento e introducir en el mercado también es necesario utilizar estrategias publicitarias que permitan dar a conocer el servicio e incentivar su consumo, para

tal fin se utilizará la radio como medio publicitario y además la distribución de hojas volantes de forma personal, paneles folletos, calendarios publicitarios y diseñar una página web.

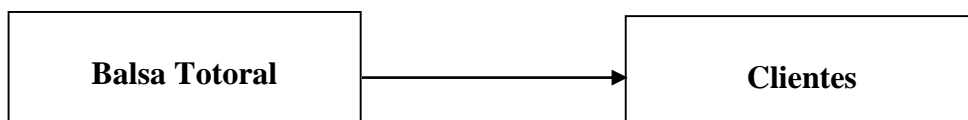
3.7.6. Promoción

Es necesario desarrollar una estrategia de publicidad y promoción que permita la aceptación del producto ya que es nuevo en el mercado, tratando de lograr un posicionamiento en la mente del consumidor.

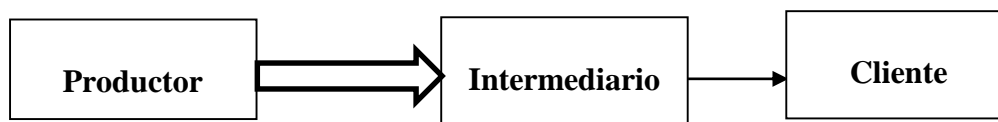
En las temporadas altas como son los feriados crear descuentos y promociones a los turistas que visitan a la microempresa.

3.7.7. Canales de comercialización

Se estableció dos canales de comercialización del producto, el primero que será efectuado de forma directa, la empresa pondrá un local de venta exclusivo del producto ubicado en las instalaciones de la misma.



Además otro canal de distribución que será efectuado a través de los intermediarios quienes se dedican a la actividad turística del país que llegará al cliente y/o consumidor final.



3.7.8. Presentación y calidad del producto

El producto que se va a elaborar en la pequeña empresa productora y comercializadora “canoas de totora”, será presentado con las artesanías de las balsas de totora.

3.7.9. Logotipo de la pequeña empresa “BALSA TOTORA”

Como toda empresa y producto debe tener una marca que lo identifique en el mercado por lo tanto el logotipo y presentación del producto será el siguiente:

Ilustración N° 8

Logotipo



Fuente: investigación directa
Elaborado Por: el autor

3.8. Conclusiones del estudio de mercado

El estudio de mercado revela que en Otavalo existe un significativo número de visitantes, tanto nacionales y extranjeros. Gran potencial en la demanda de artesanías de totora siempre y cuando cumpla con buena calidad cultural y tradicional.

Uno de los factores más importantes para el éxito de estas iniciativas es lograr una excelente publicidad para dar a conocer la organización ante el mercado meta tanto nacional como extranjera.

3.9. Resumen del capítulo

Tiene como finalidad el análisis de la oferta, la demanda y se estableció el precio del producto a través de encuestas realizadas en el sector y se determinó las necesidades en el mercado principal para los turistas y clientes intermediarios.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del proyecto

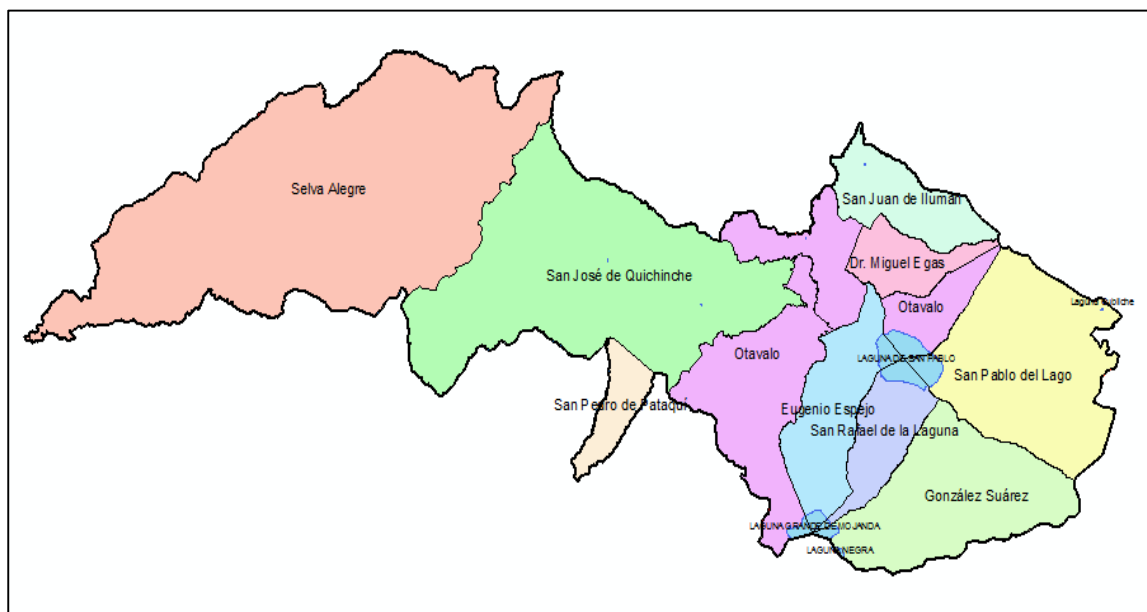
Para determinar el tamaño del proyecto, de forma óptima y racional se toma en cuenta algunos factores que determinan el mismo, como: volumen de demanda, volumen de oferta efectiva, capacidad instalada, ubicación, inversión y posibles contingencias.

4.2. Macrolocalización del proyecto

La pequeña empresa “Balsa Totora” estará ubicada en la Provincia Imbabura, Cantón Otavalo, Parroquia San Rafael de la Laguna, Comunidad Cachiviro, a la cual se puede acceder por la panamericana sur a 3 kilómetros de Otavalo.

Ilustración N° 9

Mapa político del cantón Otavalo



Fuente: Archivo GAD parroquial de San Rafael
Elaborado por: El Autor

4.3. Microlocalización del proyecto

El proyecto será localizado Al norte del Ecuador en la ciudad de Otavalo, Parroquia San Rafael comunidad de Cachiviro, se encuentra situada a 3km de la cabecera cantonal de Otavalo a las orillas de la cuenca de Imbakucha- Lago San Pablo, donde se asienta la comunidad de Cachiviro, lugar estratégico donde arriban turistas que ingresan al Lago.

Ilustración N° 10

Mapa de la comunidad de Cachiviro



Fuente: Archivo comunidad de Cachiviro
Elaborado Por: El Autor

4.4. Ingeniería del proyecto

Para le ejecución del proyecto este necesita conocimientos sobre la actividad artesanal y comercial para lo cual es indispensable consultar a personas con experiencia en este tema.

4.4.1. Procesos productivos

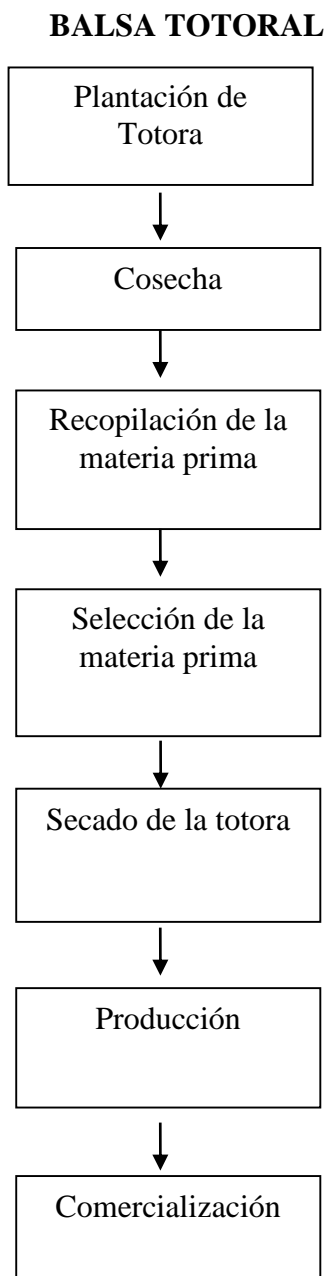
Son los pasos a seguir, necesarios para brindar un servicio de calidad, acorde a las exigencias del mercado y a fin de lograr la satisfacción del visitante dado de esta manera

cumplimiento a la misión de la empresa. En la pequeña empresa se brindara productos artesanales.

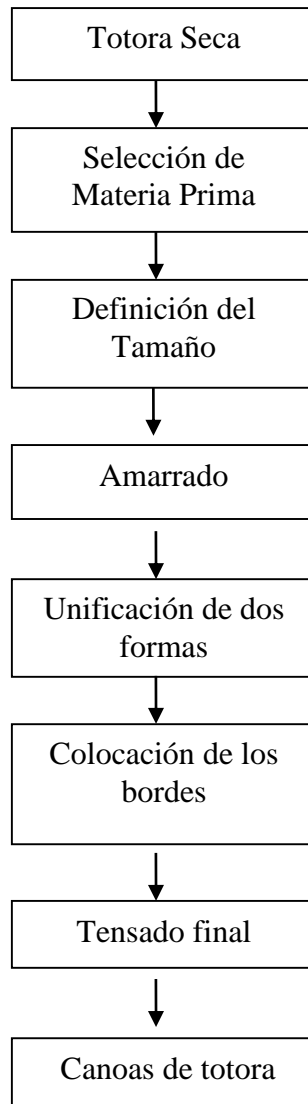
1. FLUJOGRAMA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE CANOAS DE TOTORA

Gráfico No 21

Diagrama de procesos



Fuente: Directa
Elaborado Por: El Autor

Gráfico No 22**Flujograma del proceso productivo de las canoas de totora.****BALSA TOTORAL**

Fuente: Directa
Elaborado Por: El Autor

4.4.2. Diseño de instalación de la planta

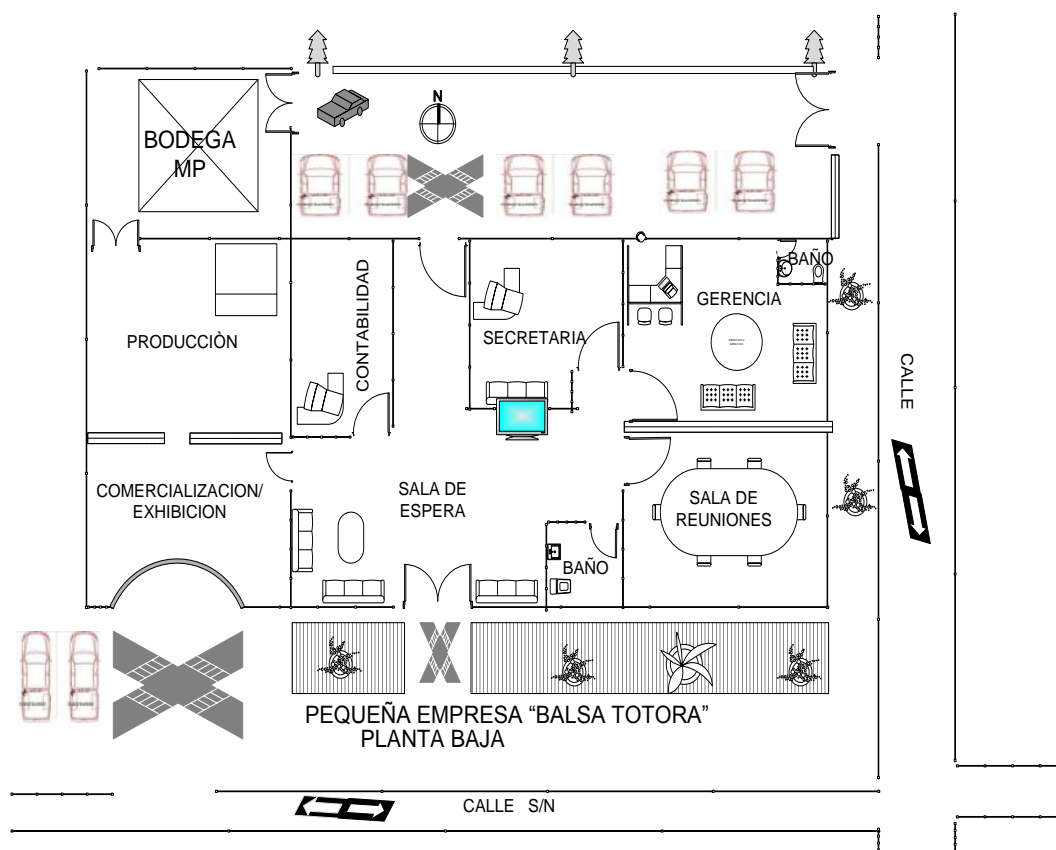
Representan las instalaciones físicas, que son los espacios necesarios en donde funcionará las oficinas administrativas y operativas.

La pequeña empresa se instalará de acuerdo a los procesos para la elaboración de canoas de totora, la construcción es de concreto, determinando un espacio para el área administrativa, área de producción, bodega de Materia prima, con una superficie de 250 m².

En la localización de la planta y departamentos se debe tomar en cuenta aspectos como:

Ilustración N° 11

Plano de instalaciones y diseño de la planta



Fuente: Directa
Elaborado Por: El Autor

4.5. Presupuesto técnico

4.5.1. Inversiones fijas

1. TERRENO

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno propio, que son aproximadamente 250 m², mismo que está avaluado en 2.500,00 dólares. La obra de construcción se realizará en un espacio de 200 m², este espacio de construcción constara de las siguientes áreas:

Cuadro N° 32

Área de construcción

LUGAR	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN
Área Administrativa y Servicios (Sala de Espera , Baños)	70 m ²
Área Recepción MP	80 m ²
Área de Producción	30 m ²
Área de productos terminados e exhibición	20 m ²
TOTAL	200 m²

Fuente: Asesor Técnico
Elaborado Por: El Autor

2. INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Se plantea la construcción de una pequeña empresa diseñado a todas las que va contener las diferentes aéreas con que va estar formada la pequeña empresa para tener claro los requerimientos para lo cual a continuación se indica las instalaciones que contemplará el proyecto.

CONSTRUCCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y DE LA PLANTA

La infraestructura donde se desarrollarán las actividades de la pequeña empresa cuenta con un área de 250 m², en el terreno mencionado, la construcción será de 200m², compuesta de

hormigón y ladrillo, tejas, según el avalúo por el asesor técnico, el precio de construcción en el comunidad de Cachiviro está valorado en 15.000, dólares.

a. PLANTA BAJA

Sección gerencia

Sección contabilidad

Sección Secretaria

Bodega

Producción

Exhibición

Sala de Espera

Sala de reuniones

EQUIPO Y SUMINISTROS

Los Equipos y suministros es necesaria para la elaboración de canoas de totora se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 33

Maquinaria y equipo

EQUIPO Y SUMINISTROS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cortadora	2	65,00	130,00
Cintas métricas	2	10,00	20,00
Cuchillos	5	5,00	25,00
Hoz	25	2,00	50,00
Sogas	300	0,20	60,00
Tijeras	5	1,25	6,25
TOTAL			291,25

Fuente: Proveedores
Elaborado Por: El autor

MUEBLES Y ENSERES

Los muebles y enseres son indispensables para organizar el lugar de trabajo de cada área, y para facilitar las actividades de los empleados.

Cuadro N° 34

Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	4	100,00	400,00
Silla computadora	4	76,00	304,00
Sillas	10	15,00	150,00
Archivador	3	74,00	222,00
Mesa de reuniones	1	150,00	150,00
Juego de sala de totora	1	600,00	600,00
Basurero	4	5,00	20,00
Teléfono	1	20,00	20,00
TOTAL			1.866,00

Fuente: Proveedores

Elaborado Por: El autor

EQUIPOS DE CÓMPUTO

Los equipos de cómputo que va adquirir Balsa Totoral se describen a continuación:

Cuadro N° 35

Equipos de cómputo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador Escritorio	2	650,00	1.300,00
Portátil	1	500,00	500,00
Impresora	1	200,00	200,00
TOTAL			2.000,00

Fuente: Proveedores

Elaborado Por: El autor

Cuadro N° 36**Resumen de inversiones en activos fijos**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Infraestructura	15000,00
Terreno	2500,00
Maquinaria y Equipo	291,25
Muebles y Enseres	1866,00
Equipo de Computación	2000,00
TOTAL	21657,25

Fuente: cuadros No.

Elaborado Por: El autor

4.5.2. Inversión Diferidos

Dentro de los activos diferidos, constan todos los gastos que se realizan para la constitución legal de la pequeña empresa; es decir todo tipo de papeleo y trámites que se hace para su legalización.

Los gastos se detallan en la siguiente tabla:

Cuadro N° 37**Gastos de constitución**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Trámites de Constitución	500
Estudios y Diseños	2000
Gastos de Instalación	800
TOTAL	3300

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Autor

4.5.3. Capital de trabajo

El valor obtenido para el capital de trabajo fue tomado de 3 meses del total anual de la inversión variable,

Cuadro N° 38**Capital de trabajo**

DETALLE	VALOR TRES MESES
Gastos de producción	6.750,00
Gastos Administrativos	6.299,18
Gasto de Ventas	471,00
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN	13520,18

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

4.5.4. Inversión total del proyecto

Para la producción y comercialización de las canoas de totora es la siguiente.

Cuadro N° 39**Inversión total**

DETALLE	VALOR
Inversión Fija	21.657,25
Inversión Diferida	3300
Capital de Trabajo	13.520,18
INVERSION TOTAL DEL PROYECTO	38.477,43

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

4.5.5. Financiamiento

Los recursos económicos requeridos para cubrir la inversión de la pequeña empresa, será mediante recursos propios y el resto gracias a la obtención de un crédito.

Cuadro N° 40**Financiamiento**

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Capital Propio	21.162,59	55%
Crédito	17.314,84	45%
Total de Inversión	38.477,43	100%

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor

4.5.6. Talento humano

El talento humano necesario para la ejecución de la pequeña empresa se detalla a continuación, es importante señalar que para determinar el salario básico unificado para cada sector se consultó en el portal del Ministerio de Relaciones Laborales.

Cuadro N° 41**Talento humano****TALENTO HUMANO**

DETALLE	CANTIDAD	SBU 2015	TOTAL
ÁREA ADMINISTRATIVA			
GERENTE	1	400.00	400.00
CONTADOR	1	100	100.00
SECRETARIA	1	354.00	354.00
ÁREA DE PRODUCCIÓN			
SUPERVISOR DE PRODUCCIÓN	1	370.00	370.00
OBREIRO	1	354.00	354
TOTAL	5		1578

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales
ELABORADO POR: El Autor

4.6. Resumen del capítulo

Este capítulo se abarca toda la información referente a la localización del proyecto partiendo de la macro y micro localización, se establece el tamaño del proyecto, el diseño de instalaciones, y finalmente su presupuesto.

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA

En el presente capítulo se procederá a determinar cuál es el monto con respecto a los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuales son los costos totales de operación, así como una serie de indicadores los cuales nos sirven para determinar la viabilidad económica del presente proyecto.

5.1. Determinación de ingresos

Es la proyección de todas las entradas de dinero por la venta del producto durante los 5 años del proyecto. Se prepara con la información proveniente del presupuesto de ventas. El método de proyección de las cantidades a vender utilizado es el de línea recta con un crecimiento del 10% anual, que está en relación a las herramientas disponibles y la demanda del producto. En referencia a los precios de ventas se toma como un parámetro válido el índice de inflación actual que es del 3.7% anual.

Cuadro N° 42

Proyección de ingresos

	PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BALSA (1)	Cantidad	280,00	308,00	338,00	371,00	408,00
	Precio	40,00	41,48	43,01	44,61	46,26
	Subtotal	11.200,00	12.775,84	14.538,99	16.548,94	18.872,75
BALSA (3)	Cantidad	300,00	330,00	363,00	399,00	438,00
	Precio	60,00	62,22	64,52	66,91	69,39
	Subtotal	18.000,00	20.532,60	23.421,54	26.696,87	30.390,68
BALSA (4)	Cantidad	428,00	467,00	513,00	564,00	620,00
	Precio	80,00	82,96	86,03	89,21	92,51
	Subtotal	34.000,00	38.742,32	44.133,14	50.315,91	57.358,36
	TOTAL USD	63.200,00	72.050,76	82.093,67	93.561,73	106.621,78

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

5.2. Determinación de egresos

Son todos los gastos realizados para la producción de las balsas de totora planeadas al futuro. Los métodos y parámetros de proyección son los mismos utilizados para proyectar los ingresos

5.2.1. Costos de producción

1. Materia prima

Se estima fabricar 84 canoas en promedio para 1, 3 y 4 personas. La materia prima necesaria para el primer trimestre de producción está explicada en el siguiente cuadro de acuerdo a los expertos, a continuación se realiza una proyección por los cinco años de la materia prima a utilizar.

Cuadro N° 43

Materia prima

MATERIA PRIMA	MENSUAL			ANUAL		
	CANT	CTO. UNIT.	TOTAL	CANT	CTO. UNIT.	TOTAL
LOTE DE TOTORA	5	200	1000	60	200	12000
SOGA	50	25	1250	600	25	15000

Fuente: Directa

Elaborado por: El Autor

Cuadro N° 44

Proyección de egresos

PRODUCTOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BALSA (1)	Cantidad	280,00	308,00	338,00	371,00	408,00
	Costo	15,00	15,56	16,13	16,73	17,35
	Subtotal	4.200,00	4.790,94	5.452,12	6.205,85	7.077,28
BALSA (3)	Cantidad	300,00	330,00	363,00	399,00	438,00
	Costo	18,00	18,67	19,36	20,07	20,82
	Subtotal	5.400,00	6.159,78	7.026,46	8.009,06	9.117,20
BALSA (4)	Cantidad	428,00	470,00	517,00	568,00	624,00
	Costo	21,00	21,78	22,58	23,42	24,28
	Subtotal	8.988,00	10.235,19	11.675,28	13.301,60	15.153,71
TOTAL USD		18.588,00	21.185,91	24.153,86	27.516,52	31.348,19

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

5.2.2. Mano de obra directa

Para la operación inicial de la microempresa es necesario contar con el siguiente personal quienes percibirán las remuneraciones de acuerdo a su trabajo y responsabilidad.

El parámetro de crecimiento de las remuneraciones está determinado por una media del crecimiento de los salarios de los cinco últimos años cuyo crecimiento promedio anual es del 7,61%

$$M = C(1+i)^{n-1}$$

Cuadro N° 45

Crecimiento de salario mínimo vital por años

No.	AÑO	SMVG
1	2011	264.00
2	2012	292.00
3	2013	318.00
4	2014	340.00
5	2015	354.00
CRECIMIENTO		7.61%

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

Cuadro N° 46**S.B.U. de la mano de obra directa**

CARGO	CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUPERVISOR	Sueldo Básico	4.440.00	4.777.85	5.141.41	5.532.64	5.953.64
	Décimo Tercero	370.00	398.15	428.45	461.05	496.14
	Décimo Cuarto	354.00	380.94	409.92	441.12	474.68
	Aporte Patronal	539.46	580.51	624.68	672.22	723.37
	Fondo de reserva		398.15	428.45	461.05	496.14
	Vacaciones	185.00	199.08	214.23	230.53	248.07
SUBTOTAL		5.888.46	6.734.69	7.247.15	7.798.61	8.392.03
OPERARIO	Sueldo Básico	4.248.00	4.571.24	4.919.08	5.293.39	5.696.18
	Décimo Tercero	354.00	380.94	409.92	441.12	474.68
	Décimo Cuarto	354.00	380.94	409.92	441.12	474.68
	Aporte Patronal	516.13	555.41	597.67	643.15	692.09
	Fondo de reserva		380.94	409.92	441.12	474.68
	Vacaciones	177.00	190.47	204.96	220.56	237.34
SUBTOTAL		5.649.13	6.459.93	6.951.48	7.480.44	8.049.65
TOTAL SUELDOS		11.537.59	13.194.61	14.198.63	15.279.05	16.441.68

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

5.3. Gastos administrativos

Corresponden los gastos incurridos por el Gerente, Secretaria y Contadora, quienes se encargan de realizar las actividades administrativas de la microempresa.

Cuadro N° 47**Mano de obra indirecta**

CARGO	CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GERENTE	Sueldo Básico	4.800,00	5.165,25	5.558,29	5.981,23	6.436,36
VENDEDOR	Décimo	400,00	430,44	463,19	498,44	536,36
	Tercero					
	Décimo Cuarto	354,00	380,94	409,92	441,12	474,68
	Aporte	583,20	627,58	675,33	726,72	782,02
	Patronal					
	Fondo de reserva		430,44	463,19	498,44	536,36
	Vacaciones	200,00	215,22	231,60	249,22	268,18
	SUBTOTAL	6.337,20	7.249,85	7.801,52	8.395,16	9.033,97
SECRETARIA	Sueldo Básico	4.248,00	4.571,24	4.919,08	5.293,39	5.696,18
	Décimo	354,00	380,94	409,92	441,12	474,68
	Tercero					
	Décimo Cuarto	354,00	380,94	409,92	441,12	474,68
	Aporte	516,13	555,41	597,67	643,15	692,09
	Patronal					
	Fondo de reserva		380,94	409,92	441,12	474,68
	Vacaciones	177,00	190,47	204,96	220,56	237,34
	SUBTOTAL	5.649,13	6.459,93	6.951,48	7.480,44	8.049,65
CONTADORA	Sueldo Básico	1.200,00	1.291,31	1.389,57	1.495,31	1.609,09
	Décimo	100,00	107,61	115,80	124,61	134,09
	Tercero					
	Décimo Cuarto	177,00	190,47	204,96	220,56	237,34
	Aporte	145,80	156,89	168,83	181,68	195,50
	Patronal					
	Fondo de reserva		107,61	115,80	124,61	134,09
	Vacaciones	50,00	53,80	57,90	62,30	67,05
	SUBTOTAL	1.672,80	1.907,70	2.052,86	2.209,07	2.377,16
TOTAL SUELDOS Y BENEFICIOS		13.659,13	15.617,48	16.805,86	18.084,67	19.460,79

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

5.3.1. Gastos generales de administración

Los gastos generales incurridos para llevar adelante este negocio están comprendidos por: los suministros de oficina y los de limpieza básica necesaria para la parte administrativa y para mantener limpios los espacios de la planta, los servicios básicos como electricidad, agua potable y teléfono utilizados en la planta:

Cuadro N° 48

Gastos generales de administración

CONCEPTOS	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
Suministros de Oficina	15.00	45.00
Suministros de Limpieza	10.00	30.00
Accesorios	20.00	60.00
Energía Eléctrica	20.00	60.00
Agua Potable	5.00	15.00
Teléfono e Internet	25.00	75.00
Total	95,00	285

Fuente: Directa

Elaborado por: El Autor

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Suministros de Oficina	180.00	186.66	193.57	200.73	208.16
Energía Eléctrica	240.00	248.88	258.09	267.64	277.54
Accesorios	240.00	248.88	258.09	267.64	277.54
Agua Potable	60.00	62.22	64.52	66.91	69.39
Teléfono e Internet	300.00	311.10	322.61	334.55	346.93
TOTAL	1.020.00	1.057.74	1.096.88	1.137.46	1.179.55

Fuente: Directa

Elaborado por: El Autor

5.4. Gastos de ventas

Gastos incurridos en el proceso de comercialización de las balsas de totora

Cuadro N° 49**Gastos de ventas**

CONCEPTOS	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
Publicidad	50.00	150.00
Movilización	12.00	36.00
TOTAL	62,00	186,00

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	600.00	622.20	645.22	669.09	693.85
Movilización	144.00	149.33	154.85	160.58	166.52
TOTAL	744.00	771.53	800.07	829.68	860.38

Fuente: directa
Elaborado por: El Autor

5.5. Gastos financieros

Gastos incurridos en el pago de intereses, producto del crédito otorgado por una institución financiera al 16% para cubrir la inversión total de proyecto.

Cuadro N° 50**Tabla de amortización**

Fecha de la operación	01-jun.-15
Monto Operación	17.315
Tasa interés anual	16.00%
Plazo (meses)	60
Cuota Mensual a cancelar	421.06

Cuadro N° 51**Intereses anual**

PERIODO	INTERESES	CAPITAL
AÑO 1	2.595,33	2.457,43
AÑO 2	2.171,99	2.880,77
AÑO 3	1.675,72	3.377,04
AÑO 4	1.093,95	3.958,81
AÑO 5	411,96	4.640,80

Fuente: coac "CHUCHUQUI" Ltda.
Elaborado por: El Autor

5.6. Depreciación

Los compromisos de depreciación son gastos permitidos por las leyes ecuatorianas y en los porcentajes reconocidos por la Ley de Régimen Tributario Interno, para que el inversionista recupere la inversión inicial realizada.

Cuadro N° 52

Depreciación de producción planta y equipo

CONCEPTO	AÑOS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EDIFICIOS	20	15.000,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
EQUIPOS DE OFICINA	10	291,25	29,13	29,13	29,13	29,13	29,13
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	3	2.000,00	660,00	660,00	660,00		
		17.291,25	1.439,13	1.439,13	1.439,13	779,13	779,13

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

5.7. Estados financieros

Estos Estados proyectados son aquellos que se preparan al cierre de cada período, con el ánimo principal de satisfacer el bien común de evaluar la capacidad económica de la microempresa, para generar flujos favorables de fondos.

5.7.1. Estado de situación inicial

Es el documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera de la microempresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, obligaciones y capital, valuados y elaborados de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

Cuadro N° 53**Estado de Situación Inicial**

1	ACTIVO	AÑO 1	2	PASIVO	
1.1	ACTIVO CORRIENTE		2.1	PASIVO	NO
				CORRIENTE	
1.1.1	Caja		2.1.1	Préstamo Bancario	17.314,84
1.1.2	Bancos	13.520,18			
1.1.3	Cuentas por Cobrar				
1.1.4	Inventarios				
1.2	ACTIVO FIJO				
1.2.1	Terreno	2.500,00			
1.2.2	Edificio	15.000,00			
1.2.3	Maquinaria y Equipo	291,25		TOTAL PASIVOS	17.314,84
1.2.4	Equipo de Computación	2.000,00	3.1	Capital	21.162,59
1.3	OTROS ACTIVOS				
1.3.1	Gastos de Constitución	3.300,00			
	TOTAL ACTIVOS	38.477,43		TOTAL	38.477,43
				PATRIMONIO	

Fuente: directa
Elaborado por: El Autor

5.7.2. Estado de resultados

El estado de resultados proyectado es un documento complementario, donde se informa detallada y ordenadamente como se obtendrá la utilidad del ejercicio contable, de los cinco años siguientes.

Cuadro N° 54**Estado de resultados**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. Ingresos	63.440,00	72.299,64	82.437,79	93.918,58	106.991,84
Ventas	63.440,00	72.299,64	82.437,79	93.918,58	106.991,84
2. Costos	30.125,59	34.380,52	38.352,50	42.795,57	47.789,87
Materia Prima	18.588,00	21.185,91	24.153,86	27.516,52	31.348,19
Mano de Obra	11.537,59	13.194,61	14.198,63	15.279,05	16.441,68
3. Gastos Administrativos	16.238,26	18.214,37	19.421,16	20.059,07	21.455,00
Remuneraciones	13.659,13	15.617,48	16.805,86	18.084,67	19.460,79
Suministros de Oficina	180,00	186,66	193,57	200,73	208,16
Teléfono e Internet	300,00	311,10	322,61	334,55	346,93
Depreciación	1.439,13	1.439,13	1.439,13	779,13	779,13
Amortización	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00
4. Gastos en Ventas	744,00	771,53	800,07	829,68	860,38
Publicidad	600,00	622,20	645,22	669,09	693,85
Movilización	144,00	149,33	154,85	160,58	166,52
5. Gastos Financieros	2.595,33	2.171,99	1.675,72	1.093,95	411,96
Intereses	2.595,33	2.171,99	1.675,72	1.093,95	411,96
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	13.736,82	16.761,23	22.188,33	29.140,31	36.474,63
Participación trabajadores 15%	2.060,52	2.514,18	3.328,25	4.371,05	5.471,19
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	11.676,30	14.247,05	18.860,08	24.769,26	31.003,43
Impuesto a la Renta				316,96	1.872,34
UTILIDAD NETA	11.676,30	14.247,05	18.860,08	24.452,30	29.131,09

Fuente: Directa

Elaborado por: El Autor

5.8. Estructura del financiamiento

Para la implementación de la microempresa luego de un análisis de las tasas de interés para créditos de las instituciones financieras, la mejor opción es obtener un crédito en una Cooperativa de Ahorro y Crédito quienes brindan más facilidades de endeudamiento. El financiamiento será del 45% de la inversión total, la cual asciende a \$ 17314

*Cuadro N° 55**Estructura del financiamiento*

Concepto	Aporte Propio	Monto solicitado E. Financiera	Total
TERRENO	2.500,00		2.500,00
EDIFICIOS		15.000,00	15.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO		314,84	314,84
MUEBLES Y ENSERES	1.866,00		1.866,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN		2.000,00	2.000,00
GASTOS DE CONSTITUCION	3.300,00		3.300,00
CAPITAL DE TRABAJO	13.520,18		13.520,18
Total	21.162,59	17.314,84	38.477,43
Porcentaje del Plan de Inversión	55%	45%	100%

Fuente: Directa

Elaborado por: El Autor

5.9. Costo de capital y tasa de rendimiento medio*Cuadro N° 56**Costo de capital y tasa de rendimiento medio*

Concepto	Inversión	Porcentaje	Tasa Ponderada	Valor Ponderado
Inversión Propia	21.162,59	0,55	5,35	2,94
Inversión Financiada	17.314,84	0,45	16,00	7,20
Inversión Total	38.477,43	1,00	21,35	10,14
Costo de Capital	10,14%			
Tasa de Inflación	3,70%			
Tasa de Rendimiento Medio	14,22%			

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

5.9.1. Estado de flujo de caja

Cuadro N° 57

Flujo de caja

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA		11.676,30	14.247,05	18.860,08	24.452,30	29.131,09
(+) Depreciaciones		1.439,13	1.439,13	1.439,13	779,13	779,13
(+) Amortización		660,00	660,00	660,00	660,00	660,00
(-) Inversiones	-38.477,43					
FLUJO DE CAJA NETO	-38.477,43	13.775,42	16.346,17	20.959,21	25.891,43	30.570,22

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

5.10. Evaluación financiera

5.10.1. Cálculo del valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto es un criterio financiero que consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión, tanto de los flujos positivos como de las salidas de capital (incluida la inversión inicial), donde éstas se representan con signo negativo, mediante su descuento a una tasa de capital adecuado al valor temporal del dinero y al riesgo de la inversión. Según este criterio, se recomienda realizar aquellas inversiones cuyo valor actual neto sea positivo, de acuerdo al análisis realizado el proyecto arroja un Van de \$ 34.171,44; que nos muestra que el proyecto es viable.

Criterios de Decisión

VAN = 0, el proyecto no tendrá utilidad ni pérdida, tan solo se recuperará la inversión inicial

VAN > 0, el proyecto se acepta

VAN < 0, el proyecto no rechaza

$$\text{VAN} = \langle \text{Inversión inicial} \rangle + \Sigma \text{FCN}$$

Cuadro N° 58**Valor actual neto**

TRM: %		14,22%
AÑOS	FNC (USD)	VA
0	-38.477	\$ -38.477,43
1	13.775	\$ 12.060,66
2	16.346	\$ 12.529,93
3	20.959	\$ 14.060,10
4	25.891	\$ 15.213,22
5	30.570	\$ 15.726,43
VAN		\$ 31.118,92

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

5.10.2. Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR)

Devuelve la tasa interna de retorno de los flujos de caja representados por los números del argumento valores. Los flujos de caja deben ocurrir en intervalos regulares, como meses o años. La tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares.

La tasa interna de retorno es de 39,69% que es el porcentaje de interés al que recuperaremos el valor total de la inversión.

Criterios de Decisión:

TIR=TMAR el proyecto no representa ningún beneficios o pérdida

TIR>TMAR el proyecto es rentable

TIR<TMAR el proyecto representa pérdida para el inversionista

Cuadro N° 59**Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR)**

TIR DEL PROYECTO		38,00%	39,00%
AÑOS	FNC (USD)	VA	VA
0	-38.477	\$ -38.477,43	\$ -38.477,43
1	13.775	\$ 9.982,19	\$ 9.910,37
2	16.346	\$ 8.583,37	\$ 8.460,31
3	20.959	\$ 7.975,13	\$ 7.804,24
4	25.891	\$ 7.139,04	\$ 6.935,80
5	30.570	\$ 6.108,06	\$ 5.891,48
VAN		\$ 1.310,06	\$ 524,78

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

$$TIR = TDi + (TDs - TDi) \left[\frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ts} - VAN_{Ti}} \right]$$

$$TIR = 39 + (39 - 38) \left[\frac{524,78}{-524,78 - 235,9} \right]$$

$$TIR = 39,69$$

Cuadro N° 60**Tasa interna de retorno**

TIR DEL PROYECTO		39,69%
AÑOS	FNC (USD)	VA
0	-38.477	\$ -38.477,43
1	13.775	\$ 9.861,68
2	16.346	\$ 8.377,37
3	20.959	\$ 7.689,76
4	25.891	\$ 6.800,48
5	30.570	\$ 5.748,15
VAN		\$ 0,00

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

5.10.3 Razón beneficio costo B/C

Este parámetro nos permitirá juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos.

Criterios de decisión

Si $B/C = 1$ la inversión no genera ni beneficio ni pérdida, por lo tanto la inversión en el proyecto es indiferente

Si $B/C > 1$ los ingresos son mayores a los egresos, el proyecto genera utilidad

Si $B/C < 1$, el proyecto no es aconsejable pues los egresos son mayores a los ingresos

$$BC = \frac{INGRESOS}{EGRESOS}$$

$$BC = \frac{69.596}{38477}$$

$$BC = 1,81$$

Cuadro N° 61

Beneficio costo

INVERSIÓN	38.477
VA 1	12.061
VA 2	12.530
VA 3	14.066
VA 4	15.213
VA 5	15.726
VAN	769.596
R B/C =	1,81

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

Esto nos quiere decir que por cada dólar de gasto, se genera \$ 1,81 de ingresos, significa que ganamos 0.81 centavos.

5.10.4. Periodo de recuperación de la inversión

De acuerdo a la inversión realizada el periodo de recuperación de la inversión es de 2 años 5 meses.

Cuadro N° 62

Período de recuperación de la inversión

INVERSION		38.477
FNC	(FNC) USD	SUMA (FNC) USD
1	13.775	13.775
2	16.346	30.122
3	20.959	51.081
4	25.891	76.972
5	30.570	107.542
PRI =	2	AÑOS
	5,0	MESES

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

5.10.5. Análisis de sensibilidad del proyecto

Durante el diseño y la aprobación de un proyecto uno de los puntos más relevantes para la toma de decisiones, es el análisis financiero del proyecto, es decir su rentabilidad y el retorno de la inversión. Una herramienta que facilitará la toma de decisiones es el análisis de sensibilidad, el cual permite diseñar escenarios en los cuales se puede analizar posibles resultados del proyecto, cambiando los valores de sus variables y restricciones financieras y determinar cómo éstas afectan el resultado final.

Cuadro N° 63**Análisis de sensibilidad****ESCENARIO A: CUANDO LAS VENTAS DISMINUYE UN 10%**

TRM: %		14,22%	TIR DEL PROYECTO		34,98%
AÑOS	FNC (USD)	VA	AÑOS	FNC (USD)	VA
0	-38.477	\$ -38.477,43	0	-38.477	\$ -38.477,43
1	12.523	\$ 10.964,24	1	12.523	\$ 9.277,99
2	14.860	\$ 11.390,85	2	14.860	\$ 8.156,56
3	19.054	\$ 12.787,37	3	19.054	\$ 7.748,32
4	23.538	\$ 13.830,20	4	23.538	\$ 7.091,38
5	27.791	\$ 14.296,75	5	27.791	\$ 6.203,19
VAN		\$ 24.791,98	VAN		\$ 0,00

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

Tanto el valor actual como la tasa interna de retorno (34,98%) siguen siendo aceptables para el negocio

Cuadro N° 64**Análisis de sensibilidad****ESCENARIO A: CUANDO LAS VENTAS DISMINUYE UN 20%**

TRM: %		12,68%	TIR DEL PROYECTO		26,68%
AÑOS	FNC (USD)	VA	AÑOS	FNC (USD)	VA
0	-38.477	\$ -38.477,43	0	-38.477	\$ -38.477,43
1	10.436	\$ 9.136,87	1	10.436	\$ 8.237,81
2	12.383	\$ 9.492,37	2	12.383	\$ 7.716,21
3	15.878	\$ 10.656,14	3	15.878	\$ 7.809,87
4	19.615	\$ 11.525,17	4	19.615	\$ 7.615,64
5	23.159	\$ 11.913,96	5	23.159	\$ 7.097,90
VAN		\$ 14.247,00	VAN		\$ 0,00

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

Tanto el valor actual como la tasa interna de retorno (26,68%) siguen siendo aceptables para el negocio, por lo que se concluye que el proyecto no es muy sensible a los efectos en la disminución en las ventas.

5.11. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio de una microempresa industrial, es aquel en el que a un determinado nivel de operación, ésta no obtiene utilidades, pero tampoco incurre en pérdidas. En la práctica, el análisis del punto de equilibrio de esta microempresa, en función de la información disponible, se realiza considerando un periodo determinado, normalmente un año, en este caso en el segundo año en donde se refleja ingresos y egresos.

Cuadro N° 65

Punto de equilibrio

DETALLE	USD ANUAL
CF (costo fijo)	29.891,18
CV (costo variable)	20.352,00
Pvu (precio variable unitario)	62,94
Cantidad	1.008,00
Cvu (costo variable unitario)	20,19
MC (Margen de contribución unitario)	42,75
Peq (punto de equilibrio en unidades)	699,00

Fuente: directa
Elaborado por: El Autor

PRODUCTO	PORCENTAJE	UNIDADES
BALSA (1)	17,65%	123,00
BALSA (3)	28,37%	198,00
BALSA (4)	53,97%	377,00
Total	100,00%	698,00

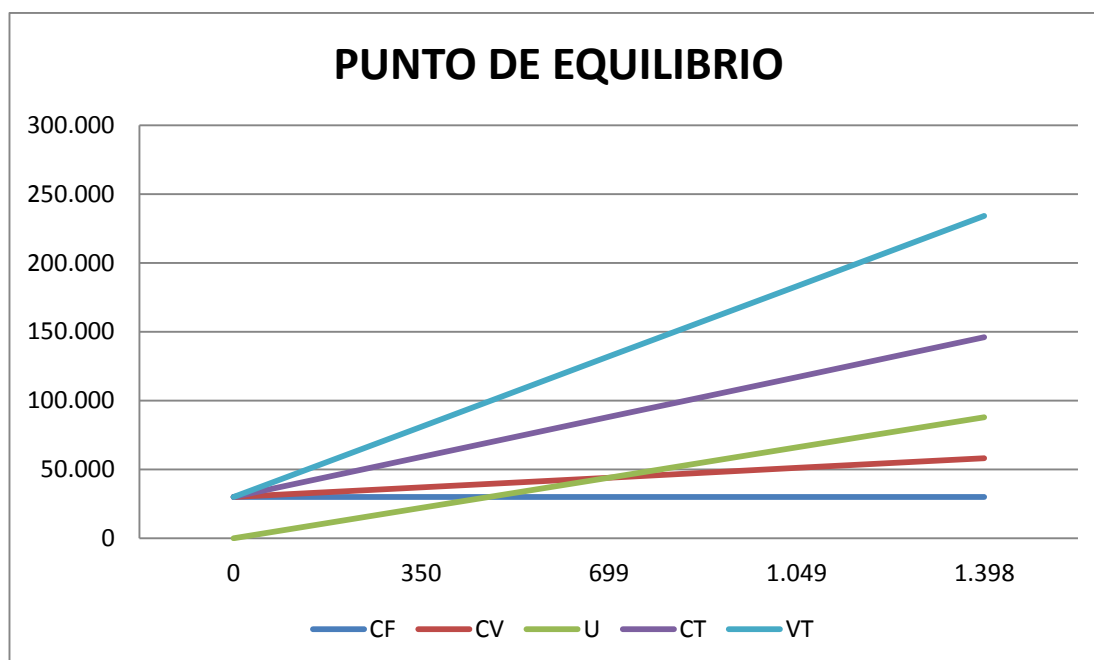
Fuente: directa
Elaborado por: El Autor

Cuadro N° 66**Análisis punto de equilibrio**

ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO						
Productos vendidos	PV	0	350	699	1.049	1.398
Ventas Totales	VT	0	21.996	43.993	65.989	87.985
Costos Variables	CV	0	7.057	14.113	21.170	28.226
Costos Fijos	CF	29.891	29.891	29.891	29.891	29.891
Costo Total	CT	29.891	36.948	44.004	51.061	58.117
Utilidad	U	-29.891	-14.951	-12	14.928	29.868

Fuente: Directa

Elaborado por: El Autor

Gráfico No 23**Punto de equilibrio**

Fuente: Directa

Elaborado por: El Autor

5.12. Resumen del capítulo

El estudio financiero se refiere a la inversión total requerida para la implementación del proyecto con su respectiva operatividad de ingresos y egresos, establecer los balances proformas y finalmente realizar la evaluación financiera, que determinará si es o no factible el proyecto.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Se conocerá la organización administrativa del proyecto tomando en cuenta los elementos principales para la ejecución de los niveles estructurales, funcionales y de posición que requiere a fin de llevar una correcta administración del proyecto.

6.1. La Empresa

Entendiéndose como empresa, a una unidad económica que acopla los recursos materiales, tecnológicos y humanos para generar un bien o servicio, que satisfaga las necesidades de un determinado mercado y así obtener una utilidad o beneficio económico.

6.2. Aspecto legal de la Pequeña Empresa

Los aspectos legales en el cual se implementará la pequeña empresa en el sector productivo y comercial será constituida como Persona Natural los requisitos establecidos por la Superintendencia de Compañías para su constitución son:

a. NOMBRE

Para dar inicio a las actividades de la pequeña empresa, su razón social será: BALSATOTORA, que significa producción de canoas de totora; este nombre identifica a la actividad, es fácil de recordar y muy llamativo. Ubicada en la comunidad de Cachiviro, Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura,

b. MISIÓN

Somos una Pequeña Empresa Productora y Comercializadora de Canoas de totora, que tiene como objetivo principal dar a conocer al mercado un producto artesanal y tradicional de calidad y a precio justo; que contribuya al desarrollo social, cultural, económico, y ecológico de la organización.

c. VISIÓN

En los próximos 5 años Balsa Totora será reconocida a nivel local y regional por la excelente calidad de su producto fomentando las actividades artesanales y generando productos innovadores con características turísticas, culturales y deportivas.

d. OBJETIVOS

- Aplicar los mejores mecanismos de comercialización del producto
- Utilizar las herramientas administrativas y financieras para alcanzar el liderazgo en el mercado.
- Capacitación permanente del equipo de trabajo para una mejora continua.
- Fomentar el desarrollo económico en la zona.

e. POLÍTICAS

Las políticas son directrices que rigen la operación de la organización, su funcionamiento y el trabajo de las personas que se desempeñan aquí.

- Ofrecer un producto de alta calidad.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a los turistas.

- Considerar al talento humano como el factor principal, para el crecimiento y fortalecimiento de la pequeña empresa.
- Mantener un buen ambiente de trabajo dentro de la pequeña empresa

f. PRINCIPIOS Y VALORES

Los principios y valores detallados a continuación, constituirán el marco ético para el desarrollo de las operaciones:

- **Calidad del servicio.-** Lograr la satisfacción de las necesidades del consumidor.
- **Honestidad.-** Con en el desarrollo de sus actividades designadas y con los clientes.
- **Puntualidad.-** En la entrega de los pedidos, así como también con las obligaciones de sus empleados.
- **Compromiso.-** Comprometerse de lleno con la pequeña empresa, para alcanzar la visión y a cumplir los objetivos, que la llevarán al éxito.
- **Solidaridad.-** estar siempre alerta en las necesidades de la sociedad.
- **Respeto.-** Asia sus trabajadores como con los clientes de la pequeña empresa.

g. MARCA Y ESLOGAN DE LA PEQUEÑA EMPRESA

MARCA: La marca de la Pequeña Empresa toma el nombre de Balsa Totora, se ha tomado en cuenta que la pequeña empresa realizará sus actividades en el sector de la laguna de San Pablo y su materia prima (TOTORA) principal también proviene de este lugar.

LOGOTIPO: Es un elemento gráfico, verbo-visual o auditivo que sirve a una persona, empresa, institución o producto como representación y presencia en el mercado.

Constituye la representación tipográfica del nombre de la marca, Y la identidad visual de una empresa o institución.

Ilustración N° 12**Eslogan**

ESLOGAN: El eslogan que llevará el producto es:

100% natural toma un remo y descubre EL deporte y el turismo

6.3. Aspectos fundamentales para su funcionamiento

Para el funcionamiento de la pequeña empresa como compañía de responsabilidad limitada es necesario contar con los siguientes requisitos:

- a. Apertura del RUC
- b. Permiso de Cuerpo de Bomberos
- c. Obtener la Patente Municipal

6.3.1. Requisitos para obtener el RUC

- Original y copia, o copia certificada del nombramiento de la representante legal notariada y con reconocimiento de firmas.
- Original y copia a color de la cedula vigente.
- Original y copia del certificado de votación
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono).
- E-mail de la pequeña empresa
- Original y Copia de la escritura de la propiedad o de compra y venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad.

6.3.2. Requisitos Permiso De Cuerpo De Bomberos

- Copia de la cédula y certificado de votación. Del representante legal
- Copias de RUC
- Copias de nombramientos del representante legal
- Inspección del personal de cuerpo de bomberos

6.3.3. Requisitos Para La Obtención De La Patente Municipal Por Primera Vez

- Copia de la cédula y certificado de votación. Del representante legal
- Certificado de no adeudar al municipio
- Pago del impuesto predial
- Permiso de uso de suelo
- Copia de escritura de constitución
- Copia del RUC
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Permiso de cuerpo de bomberos

6.4. Estructura organizacional y funcional de la pequeña empresa.

Por su tamaño, tipo y actividad económica, se plantea la siguiente estructura organizacional de la nueva unidad productiva

Simbología De Organigrama

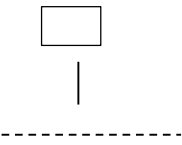
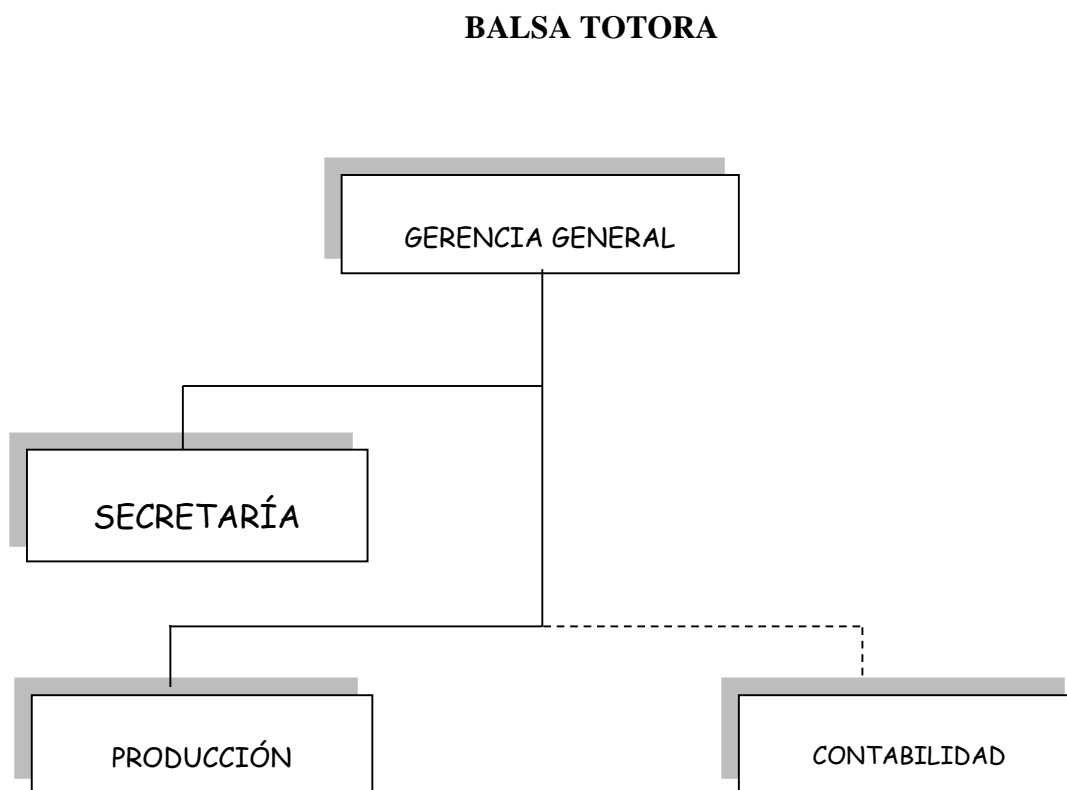
<i>Simbología</i>	<i>Nivel</i>	<i>Elaborado por</i>	<i>Fecha</i>
	Unidades de Mando Autoridad de Mando Apoyo	<i>Gerencia general</i>	<i>Abril 2015</i>


Gráfico No 24


Organigrama estructural de la pequeña empresa





6.5. Estructura funcional


6.5.1. Descripción de las funciones de puestos

	FUNCIONES DEL PUESTO	001
	AREA: ADMINISTRATIVO DESCRIPCIÓN DE CARGO: GERENTE	
<p>DESCRIPCIÓN: Es la persona encargada de todo el manejo de la organización y del control de actividades que se debe realizar y llevar a cabo en el periodo determinado en la planificación.</p>		
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Actúa como representante legal de la empresa. ✓ Prepara y evalúa el presupuesto anual que necesita la empresa. ✓ Representar a la organización judicial y extrajudicialmente. ✓ Planificar, organizar y supervisar las actividades que se realicen en beneficio de la pequeña empresa. ✓ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. ✓ Responsabilizarse de las tareas administrativas y logísticas de la Pequeña empresa. ✓ Promocionar los productos de la pequeña empresa y aplicar las políticas de precios y las condiciones de venta 		
<p>PERFIL:</p> <p>Formación: Título de tercer nivel en administración de empresa.</p> <p>Especialidad : Ingeniero comercial o afines</p> <p>Experiencia : Mínimo 1 año en cargos similares</p> <p>Liderazgo</p> <p>Buenas relaciones interpersonales</p> <p>Bilingüe</p>		

	FUNCIONES DEL PUESTO	002
	AREA: ADMINISTRATIVO DESCRIPCIÓN DE CARGO: CONTADOR/A	
<p>DESCRIPCIÓN: Es el encargado de dirigir y realizar todas las actividades contables de la empresa que incluyen la preparación, actualización e interpretación de los documentos contables y estados financieros, así como otros deberes relacionados con el área de contabilidad.</p>		
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Preparar, analizar y presentar informes, presupuestos, balances y estados financieros de la pequeña empresa. ✓ Revisar y aprobar las declaraciones y balances de impuestos. ✓ Codifica las cuentas de acuerdo a la información y a los lineamientos establecidos. ✓ Contabiliza las nóminas de pagos del personal de la Institución. ✓ Realizar respaldos de la contabilidad y transacciones, ✓ Pagos al IESS por aportación de empleados. 		
<p>PERFIL:</p> <p>Formación: Título de tercer nivel en contabilidad</p> <p>Especialidad : Ingeniero/a en contabilidad y auditoría o afines</p> <p>Experiencia : Mínimo 1 años en cargos similares</p> <p>Conocimiento en rentas</p> <p>Buenas relaciones interpersonales</p> <p>Bilingüe</p>		

	FUNCIONES DEL PUESTO	003
	AREA: ADMINISTRATIVO DESCRIPCIÓN DE CARGO: SECRETARIA	
DESCRIPCIÓN: Es la encargada de desempeñar labores de oficina para auxiliar a los ejecutivos en sus labores administrativas		
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mantener ordenados los archivos de la empresa. ✓ Atención de clientes y demás personas que visiten las instalaciones. ✓ Atención de los servicios generales y de administración de la empresa ✓ Organizar y asistir a reuniones para el registro e informes de actas. ✓ Receptar llamadas telefónicas y dar información de la empresa. 		
PERFIL: <p>Formación: Estudios superiores o bachiller</p> <p>Especialidad : secretariado ejecutivo</p> <p>Experiencia : Mínimo 1 año en cargos similares</p> <p>Manejo adecuado de sistemas informáticos.</p> <p>Atención al cliente</p> <p>Buenas relaciones interpersonales</p> <p>Disponibilidad de trabajo a tiempo completo.</p> <p>Bilingüe</p>		

	FUNCIONES DEL PUESTO	004
	AREA: PRODUCCIÓN DESCRIPCIÓN DE CARGO: SUPERVISOR DE PRODUCCIÓN	
<p>DESCRIPCIÓN: Es el encargado de la coordinación de la producción y la programación del trabajo en el área de producción para los pedidos del producto.</p>		
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Manejo adecuado del personal de producción. ✓ Planificar los procesos de producción en función de los requerimientos del mercado. ✓ Tomar las medidas para optimizar los recursos, materiales y de producción de acuerdo a las metas del departamento. ✓ Recibe y legaliza mediante firma el comprobante de entrega – recepción. ✓ Verificar la calidad del producto terminado ✓ Supervisa la limpieza, el orden, y el manejo adecuado del área de producción 		
<p>PERFIL:</p> <p>Formación: Estudios superiores o bachiller</p> <p>Especialidad : técnico artesanal</p> <p>Experiencia : Mínimo 1 año en cargos similares</p> <p>Tener conocimiento en producción artesanal</p> <p>Buenas relaciones interpersonales</p>		

	FUNCIONES DEL PUESTO	005
	AREA: PRODUCCION DESCRIPCIÓN DE CARGO: OBREROS/ARTESANOS	
<p>DESCRIPCION: Son encargados de realizar las actividades de producción de la organización y tienen las habilidades para trabajos manuales y manipulación.</p>		
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Respetar las normas de la moral y las buenas costumbres ✓ Responder por sus tareas diarias en la elaboración del producto ✓ Prestar colaboración al personal en actividades a su desempeño en su horario ✓ Limpieza de la planta de producción. 		
<p>PERFIL:</p> <p>Certificado de estudios o capacitación artesanal Tener condición física adecuada y necesaria para el trabajo conocimiento en producción artesanal Buenas relaciones interpersonales Responsabilidad y Trabajo en equipo</p>		

6.6. Resumen del capítulo

Referente en el aspecto organizacional y descripción funcional, se plantea lo que es la constitución legal y su organización administrativa; tomando en cuenta lo que es la misión, visión y su estructura organizacional.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO.

El presente capítulo es un análisis de los impactos que esta investigación generará en las diferentes áreas. Sin duda alguna, la implementación del proyecto generara impactos positivos y negativos, tanto en lo ambiental como en lo social, económico, educativo y empresarial; en este sentido es fundamental identificar y valorar dichos impactos con el objetivo de minimizar los adversos y maximizar los beneficios, logrando de esta manera un desarrollo armónico de las acciones del proyecto con la tierra (pacha mama) y la sociedad humana, en el área de intervención.

Para evaluar el proyecto se utilizará una matriz, su tabulación y análisis están relacionados con indicadores por cada uno de los impactos, los indicadores de cada uno han sido tabulados con ponderaciones alta, media y baja tanto positiva como negativa de acuerdo a la siguiente medición:

Cuadro N° 67

Medición de impactos

PONDERACIÓN	NIVELES DE IMPACTOS
1	Impacto Alto Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Bajo Positivo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Bajo Negativo

Fuente: directa

Elaborado Por: El Autor

7.1. Impacto socio-económico

El Impacto Social, se refiere a como el funcionamiento del proyecto afectará a la sociedad o a la comunidad donde se desarrollará el proyecto.

Cuadro N° 68

Matriz de impacto socio económico.

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejorar el nivel de vida.					x			1
Generación de oportunidades de empleo							X	3
Limita la migración						X		2
Integración Social							X	3
Apoyo a la Comunidad						x		2
TOTAL					1	4	6	11

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

$$\Sigma = 11$$

$$\text{Impacto Socio-Económico} = 11/5 = 2.2$$

Nivel Impacto Socio-Económico = Impacto Medio Positivo

El impacto Socio- Económico se encuentra en el nivel medio positivo, por lo tanto será muy satisfactorio y beneficioso ya que la creación de oportunidades influirá positivamente en la generación de los ingresos económicos para las personas integrantes del proyecto. Lo que ya no les permitirá migrar a otras ciudades en busca de empleo.

El desarrollo del presente proyecto podrá consistir en un ejemplo de descentralización, autogestión y desarrollo para las demás organizaciones, lo que les motivara a que se inicien con actividades de producción y comercialización de diferentes productos.

Al darse un incremento a la producción y la implantación de pequeñas empresas, ofrecerá la oportunidad de que existan diferentes proporciones turísticas de la comunidad al presentar un espacio de demostración y convivencia comunitaria.

Con la aplicación del proyecto se podrán crear negocios complementarios como producción de otros bienes y servicios para atender a los turistas que visitarán las instalaciones. Estos negocios permitirán a la comunidad a crear nuevas unidades productivas y así mejorar sus ingresos y sus condiciones de vida.

7.2. Impacto cultural educativo

Cuadro N° 69

Impacto cultural – educativo

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Educación formal						X		2
Capacitación.						x		2
Intercambio de Experiencias							x	3
Cultura de Consumo						X		2
Preservación de Valores							X	3
TOTAL						6	6	12

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

$$\Sigma = 12$$

$$\text{Impacto Cultural – Educativo} = 12/5 = 2.4$$

$$\text{Nivel Impacto Cultural-Educativo} = \text{Impacto Medio Positivo}$$

El porcentaje de la matriz de impactos Educativos es medio positivo lo que contribuirá a beneficiar en primera instancia a las familias de la comunidad, ya que les permitirá relacionarse con los demás y por ende socializar las experiencias adquiridas.

El proyecto de creación de la empresa artesanal está dirigido a la población que gusta de la práctica del deporte y de las actividades turísticas, que haga de ésta actividad una cultura de vida. Para ello la organización proporcionará un servicio de calidad para quienes demanden los productos y servicios.

Se generarán conocimientos con el gran propósito de ponerlos en práctica en el cultivo de la totora, aprovechando la parte técnica en la que se capacitará a los artesanos en el área artesanal; todo esto con la preservación de los valores éticos y morales que debe poseer una persona, así como conservando las tradiciones de la gente para lograr tener un mejor estilo de vida.

7.3. Impacto comercial

Cuadro N° 70

Impacto comercial

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Calidad en el Servicio						x		2
Atención Personalizada							X	3
Precios							X	3
Variedad de productos							x	3
TOTAL						2	9	11

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

$$\Sigma = 11$$

$$\text{Impacto Comercial} = 11/4 = 2.75=3$$

Nivel Impacto Comercial = Impacto alto Positivo

Con el desarrollo de la pequeña empresa se genera un impacto alto positivo en lo comercial, porque se brinda un servicio y atención de calidad a los clientes, lo que permite cuidar

la imagen de la organización además se ofrece una atención personalizada donde permita al cliente conocer las ventajas de adquirir el producto que la microempresa ofrece al precio justo.

7.4. Impacto Ecológico – Ambiental

Cuadro N° 71

Impacto ambiental

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Contaminación del medio ambiente.							X	3
Producción Natural							X	3
Tratamiento de desechos						X		2
Quema de totora						X		2
TOTAL						4	6	10

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

$$\Sigma = 10$$

$$\text{Impacto Ecológico- ambiental} = 10/4 = 2.5$$

Nivel Impacto Ecológico Ambiental = Impacto alto Positivo

La Matriz de Impacto Ambiental tiene un impacto alto positivo, puesto que el efecto al Medio Ambiente será mínimo, El impacto más evidente de la quema de totora es el que recae sobre la atmosfera, pero también se afecta a la fauna de este ecosistema el impacto en las aves es mínima, porque ellas mayormente habitan en la totora verde.

Toma en cuenta todos los medios de prevención para no causar contaminación en el medio ambiente, evitando así efectos secundarios dentro y fuera de la pequeña empresa sus actividades serán desarrolladas de manera artesanal con productos naturales, se aplica el debido proceso para el tratamiento de desechos.

7.5. Impactos generales

Cuadro N° 72

Impacto general

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Socio-Económico						x		2
Cultural-educativo						x		2
Comercial							X	3
Ecológico-Ambiental							x	3
TOTAL						4	6	10

Fuente: directa

Elaborado por: El Autor

El presente Proyecto generará un nivel de impacto positivo por ende es factible y realizable dentro del medio en el cual se va a ejecutar porque se puede apreciar que con la creación de la pequeña empresa se mejorará el nivel educativo de la comunidad, generará oportunidades de empleos, limita la migración, formarán valores empresariales y sociales también se aplicara procesos adecuados para la realización de los productos que destinan al mercado con precios justos.

7.6. Resumen del capítulo

Se determina los impactos que generaron el proyecto con sus respectivos indicadores y el nivel de influencia que tiene sobre cada uno de ellos, determino y justifico así la importancia que tiene el presente Proyecto

CONCLUSIONES

- El proyecto demuestra su entera factibilidad, dado que la comunidad de Cachiviro cuenta con los recursos básicos, especialmente de índole agrícola, requeridos para la producción de artesanías de totora, espacios aptos para totorales.
- La creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de canoas de totora, constituirá un logro para los involucrados, y para la comunidad, lo que significa permitir dar a la población una oportunidad de trabajar y aprovechar la situación para mejorar su productividad y calidad de vida la producción creativa de los artesanos permita la revalorización de la memoria histórica en esta actividad.
- El proyecto de creación de la Pequeña empresa de canoas de totora demuestra gran factibilidad, dado que en el Cantón Otavalo parroquia San Rafael cuenta con gran afluencia de turistas nacionales e internacionales así como también de los clientes intermediarios los cuales se muestran atraídos por los productos de totora que son tradicionales en este sector.
- La comunidad cuenta con la historia cultural viva, fiestas tradicionales, patrimonio tangible e intangible, transmitida de generación en generación y guardan espacio de respeto y veneración, sobre todo de gran acogida por propios y extraños.
- Un inconveniente que atraviesa el sector artesanal es la falta de promoción y publicidad, lo cual ocasiona una reducción de las ventas de los productos.

RECOMENDACIONES

- Conforme a los resultados obtenidos, es necesario crear la pequeña empresa legalmente constituida a fin de que enfrenten solidariamente en los mercados actuales en canoas de totora y comercialice con los volúmenes solicitados por los mercados y ante todo con calidad en la producción.
- Se debe motivar a la población, pues esto permitirá a los mismos seguir incursionando en nuevas iniciativas que les ayuden a crecer como sujetos para que reflejen la creatividad y el patrimonio cultural para mejorar e innovar sus diseños y establecer un control de la producción mediante lo cual se volverá competitivo el producto.
- Al crearse la pequeña empresa de canoas de totora, se logrará variabilidad la oferta de productos artesanales a base de totora permitiendo mejores ingresos, y constituirá un incentivo para renovar los productos tradicionales de los artesanos.
- Se recomienda considerar el beneficio cultural en los productos de totora que representa invertir en la ejecución del presente proyecto sin ser indiferentes que favorece al desarrollo social de la comunidad
- Para mejorar la comercialización de canoas de totora se recomienda establecer estrategias de promoción, y en especial capacitar al personal para brindar una mejor atención al cliente, sea nacional o extranjero.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA.

- AGUIRRE, Alberto,(2011) *Manual de Financiamiento para Empresas*, Guayaquil/Holguin/
- ANDRADE Gerardo, (2014),*Contabilidad Financiera*, 6ª edición/ McGraw - Hill/
- ARAUJO, David; (2012), *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación Práctica*; Editorial TRILLAS S.A; Primera Edición; México.
- ANZOLA, Sérvulo,(2010) *Administración de Pequeñas Empresas*, McGraw Hill, México
- AYALA, Carlos, (2006) *Metodología de la Investigación*, Ld Kapeluz, Tercera Edición, Quito Ecuador
- BACA, Urbina, (2009) *Gabriel Evaluación de Proyectos* McGraw-Hill, 4ª edición, México DF
- BARROW,Colin (2009) *Lo Esencial De La Administración De Pequeñas Empresas*/Trillas/
- BRAVO, Mercedes; (2011); *Contabilidad General*; Editora Escobar; 10ma Edición; Quito - Ecuador.
- BURBANO, Jorge (2011) *Presupuestos: Un Enfoque de Direccionamiento Estratégico,Gestion y Control de Recursos* Editorial McGraw-Hill
- CHILQUINGA, Manuel; *Costos* , Ibarra – Ecuador, 2005
- CÓRDOBA, Marcial; (2011), *Formulación y Evaluación de Proyectos*; Ediciones Ecoe; Segunda Edición; Colombia.
- DAFT, Richard, L. y MARCIC, Dorothy (2010), *en su obra Introducción a la Administración*,

- FERNÁNDEZ C., Eliceo y VÉLEZ R. Gonzalo, (2009) *Introducción a la contabilidad*, Edit. Grijalbo, Bogotá, Colombia.
- FRANKLIN, Enrique; (2009); *Organización de Empresas*; Tercera edición; Litográfica editorial; México.
- HERNÁNDEZ, Sergio (2010) *Administración: Teoría, Proceso, Áreas Funcionales y Estrategias Para La Competitividad*, Madrid/Editorial McGraw-Hill/
- JÁCOME, Walter, (2007); *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos De Inversión* Editorial Universitaria Ibarra-Ecuador.
- MANTILLA, Samuel, (2009) *Auditoria de Información Financiera*, Bogotá/Ecoe Ediciones/
- MANTILLA, Samuel, (2012) *Estándares/Normas Internacionales de Información Financiera IFRS (NIFF)* Bogotá /Ecoe Ediciones/
- NÚÑEZ, Z. Rafael (2007) *Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión*, Primera Edición, Editorial Trillas. México.
- ORTEGA, Alfonso; (2011), *Proyectos de Inversión*; Editorial Continental; Primera Edición; México.
- Pagano, Robert,(2010) *Administración de Recursos Humanos* 11 Edición, Pearson Educación
- ROBBINS, Stephen P., (2009) *Comportamiento Organizacional*, Ed. Prentice Hall, México. .
- SARMIENTOS, Rubén; (2010); *Contabilidad de Costos*; Segunda Edición; Quito - Ecuador.
- SECAIRA DURANGO, Patricio Adolfo (2011) *Módulo Gestión Administrativa y Financiera*, Edit. UTPL, Loja, Ecuador.

- TAYLOR, F., (2009). *Materia: Introducción a la Administración de Empresas*, Edit. El Ateneo, 4ª edición, Buenos Aires Argentina.
- TORO, Francisco,(2010) *Costos ABC y Presupuestos: Herramientas para la Productividad*. Bogotá/Ecoe Ediciones/
- TRUJILLO, Gonzalo, (2010) *Marketing Empresarial*, Edit. Santa Fe, Cali, Colombia
- UTPL, (2010) *Módulo Administración de Empresas*, Edit. UTPL, Loja, Ecuador.
- VÁSQUEZ, Lucía, DELGADILLO, María Mercedes y PIMENTEL, Mayra, (2009) *Mujer y Microempresa*, plataforma de acción, Edit. Imusa, Lima, Perú.
- ZAPATA, Sánchez Pedro, Año 2008, *Contabilidad general*, Sexta edición, Editorial MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

LINKOGRAFÍA

- Banco Central del Ecuador. 2.012. RIESGO PAIS (EMBI Ecuador). [Online] BCE, Noviembre 15, 2.012. [Cited: Noviembre 17, 2.012.] http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais.
- COMERCIO.COM.EC. (7 de Enero de 2014). INEC. Ecuador terminó con una inflación del 2,70%. Recuperado el 4 de Febrero de 2014, de *Inflación Ecuador*:
- Ley de Gestión Ambiental. (2014). *Leyes Ambientales*. Recuperado el 9 de Febrero de 2014, de http://www.tecnologiaslimpias.cl/ecuador/ecuador_leyesamb.html
- Ley de Gestión Ambiental. (2014). *Leyes Ambientales*. Recuperado el 9 de Febrero de 2014, de http://www.tecnologiaslimpias.cl/ecuador/ecuador_leyesamb.html
- PromonegocioS.net. 2.006. Definición de servicio. [Online] PromonegocioS.net, Agosto 2.006. [Cited: Noviembre 30, 2.012.]
- SENPLADES. 2.009 - 2.013. Plan Nacional para el Buen Vivir 2.009 - 2.013. [Online] 2.009 - 2.013. [Cited: Noviembre 10, 2.012.] plan.senplades.gob.ec.
- TURISMO, M. D. (2013). <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>. Recuperado el 06 de NOVIEMBRE de 2013, de <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>.
- <http://artesanias.cidap.gob.ec/artesano/totora-sisa> Recuperado el 20 de Marzo de 2015, <http://www.totrasisa.com> espíritu y tradición.

ANEXOS

ANEXOS N° 1: Encuesta a los artesanos de la comunidad de Cachiviro



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

PROPÓSITO: Esta encuesta está dirigida a las familias de la comunidad de Cachiviro y sus alrededores con la finalidad de conocer la situación actual de la zona donde se creará una pequeña empresa de producción y comercialización de canoas de totora

1. ¿Cuál es su principal fuente de ingresos?

Comercio () Agricultura () Trabajo en totora ()
 Turismo () Empleos públicos () Empresas privadas ()

2. ¿Dentro de que rango considera usted que son sus ingresos mensuales?

De \$100 hasta \$200 ()
 De \$200 hasta \$300 ()
 De \$300 hasta \$400 ()

3. ¿Existe suficiente oferta laboral en la zona?

Si () No ()

4. ¿La creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de canoas de totora en esta comunidad, ayudaría en algo para mejorar la situación económica del sector?

Mucho () Poco () Nada ()

5. ¿Cree usted que con la creación de la pequeña empresa mejorara la imagen y aumentará el turismo en la zona?

Si () No ()

6. ¿Cuál cree que son los principales atractivos turísticos de la Comunidad De Cachiviro?

Lago San Pablo () La gastronomía ()
 La artesanía () Tradiciones y costumbres ()

7. ¿Tiene usted algún conocimiento sobre la elaboración de canoas de totora?

Mucho () Poco () Nada ()

8. ¿La totora utilizada es recolectada de?

Yahuarcocha () San Rafael () Pijal ()

9. ¿Cómo adquiere su materia prima?

Proveedores () Recolector () Cultivo ()

10. ¿Cuáles son los lugares de destino de su producto?

Mismo sector () Otavalo () Quito () Riobamba () Lugares
turísticos () Otros -----

ANEXOS N° 2: Encuesta a los turistas nacionales y extranjeros



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

Encuesta dirigida a los turistas tanto locales como internacionales y clientes intermediarios que visitan el cantón Otavalo-Parroquia San Rafael.

1. ¿Cuál es su nacionalidad?

Nacional ()

Extranjero ()

2. ¿si hubiera las canoas de totora estaría dispuesto a comprar?

Si ()

No ()

3. ¿Qué tipo de canoas de totora compraría usted?

De 1 Persona ()

De 2 personas ()

De 3- 5 Personas ()

4. ¿Con que frecuencia estaría dispuesto en adquirir el producto?

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

5. ¿Cuál de estas características considera que tiene las canoas de totora?

Descanso y relajación () Familiares ()

Cultural y tradicional () Deportivo ()

6. ¿Qué exigiría usted cuando adquiere una canoa de totora?

Calidad () Seguridad () Tamaño () Precio ()

7. ¿Cuáles son los productos de totora que atrae más para su adquisición ?

Estera () Canoas () Llamas () Muebles () Ninguno ()

8. ¿Qué tipo de publicidad prefiere usted para conocer el producto?

Internet () Agencia de viaje () Libros de guías turísticos () Afiches ()

Volantes () Radio () Televisión () Prensa escrita revistas ()

9. ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar por la adquisición de las canoas de totora?

40 a 60 () 60 a 80 () 80 a 100 () más de 100 ()

10. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una Pequeña empresa de Elaboración y Comercialización de canoas de totora en la comunidad de Cachiviro?

Totalmente de Acuerdo ()

Medianamente de Acuerdo ()

Parcialmente de acuerdo ()

ANEXOS N° 3: Diseño de Tríptico Lado exterior

<p>DIRECCIÓN</p> <p>Provincia de Imbabura, cantón Otavalo, Parroquia de San Rafael de la Laguna, comunidad Cachiviro</p> <p>CONTACTOS</p> <p>Cel.: 0968207257 Telf: 2 918 867 E-mail.: balsatotora@hotmail.com</p> <p>  BALSATORA</p>	<p>GALERÍA</p> 	<p>“BALSATORA”</p>  <p>100% natural toma un remo y descubre el deporte y el turismo</p>
---	---	---

Lado Interior

<p>¿Quiénes Somos ?</p> <p>Somos una pequeña empresa de producción y comercialización de canoas de totora que nace de la iniciativa de un artesano en la comunidad de Cachiviro insertada a las orillas de lago Imbakucha-Lago San Pablo que brinda producción artesanal 100% natural hecho a mano para el turismo y deporte acuático.</p>	<p>Misión</p> <p>Somos una Pequeña Empresa Productora y Comercializadora de Canoas de totora, que tiene como objetivo principal dar a conocer al mercado un producto artesanal y tradicional de calidad y a precio justo, que contribuya al desarrollo social, cultural, económico, y ecológico de la organización.</p> <p>Visión</p> <p>En los próximos 5 años BALSATORA será reconocida a nivel local y regional por la excelente calidad de su producto fomentando las actividades artesanales y generando productos innovadores con características turísticas, culturales y deportivas.</p>	<p>PRODUCTOS</p> <p>Balsa Individual</p>  <p>Balsa para 2 personas</p>  <p>Balsa para 2-5 personas</p> 
--	--	---

ANEXOS N° 4: Diseño de Afiche

BALSA TOTORA

100 % natural toma un remo descubre el deporte y el turismo

¿Quiénes somos?

Somos una Pequeña Empresa Productora y Comercializadora de Canoas de totora, que tiene como objetivo principal dar a conocer al mercado un producto artesanal y tradicional de calidad y a precio justo, que contribuya al desarrollo social, cultural, económico, y ecológico de la organización.

¿Qué queremos?

En los próximos 5 años BALSA TOTORA será reconocida a nivel local y regional por la excelente calidad de su producto fomentando las actividades artesanales y generando productos innovadores con características turísticas, culturales y deportivas.







BALSA TOTORA



DIRECCIÓN

Provincia de Imbabura, cantón Otavalo, Parroquia de San Rafael de la Laguna, comunidad Canchira

CONTACTOS

Cel.: 095307257
Tel.: 2212257

Email: balsatotora@hotmail.com

HORARIO DE ATENCION

Lunes a Viernes
De 8 am a 6 pm

ANEXOS N° 5: Fotografías de la totora

Sembríos y cosecha de totora de la totora



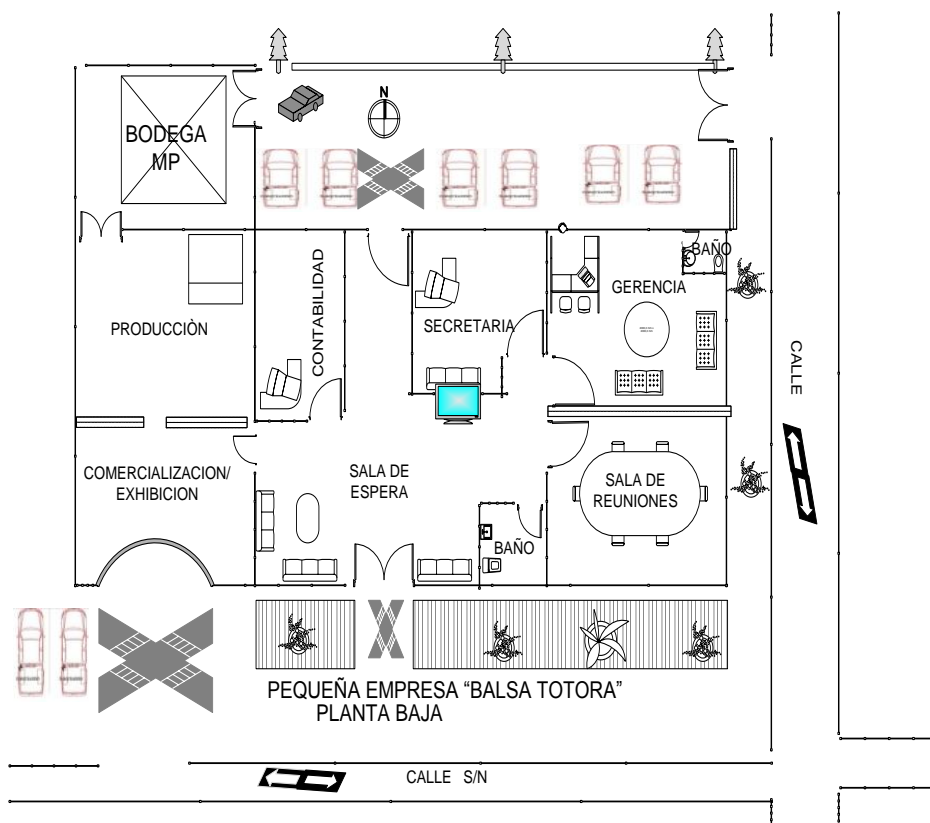
Chingas De Totora



Productos Terminados



ANEXOS N° 6: Diseño y planta de la Microempresa



ANEXO N° 7: Tabla de Amortización

Cuota	Fecha	Saldo	Cuota	Interés	Abono	Saldo
No.		Inicial	Mensual		Capital	Final
1	jul-15	17.314,84	421,06	230,86	190,20	17.124,65
2	ago-15	17.124,65	421,06	228,33	192,73	16.931,91
3	sep-15	16.931,91	421,06	225,76	195,30	16.736,61
4	oct-15	16.736,61	421,06	223,15	197,91	16.538,70
5	nov-15	16.538,70	421,06	220,52	200,55	16.338,15
6	dic-15	16.338,15	421,06	217,84	203,22	16.134,93
7	ene-16	16.134,93	421,06	215,13	205,93	15.929,00
8	feb-16	15.929,00	421,06	212,39	208,68	15.720,32
9	mar-16	15.720,32	421,06	209,60	211,46	15.508,86
10	abr-16	15.508,86	421,06	206,78	214,28	15.294,58
11	may-16	15.294,58	421,06	203,93	217,14	15.077,45
12	jun-16	15.077,45	421,06	201,03	220,03	14.857,42
13	jul-16	14.857,42	421,06	198,10	222,96	14.634,45
14	ago-16	14.634,45	421,06	195,13	225,94	14.408,51
15	sep-16	14.408,51	421,06	192,11	228,95	14.179,57
16	oct-16	14.179,57	421,06	189,06	232,00	13.947,56
17	nov-16	13.947,56	421,06	185,97	235,10	13.712,47
18	dic-16	13.712,47	421,06	182,83	238,23	13.474,24
19	ene-17	13.474,24	421,06	179,66	241,41	13.232,83
20	feb-17	13.232,83	421,06	176,44	244,63	12.988,20
21	mar-17	12.988,20	421,06	173,18	247,89	12.740,32
22	abr-17	12.740,32	421,06	169,87	251,19	12.489,12
23	may-17	12.489,12	421,06	166,52	254,54	12.234,58
24	jun-17	12.234,58	421,06	163,13	257,94	11.976,65
25	jul-17	11.976,65	421,06	159,69	261,37	11.715,27
26	ago-17	11.715,27	421,06	156,20	264,86	11.450,41
27	sep-17	11.450,41	421,06	152,67	268,39	11.182,02
28	oct-17	11.182,02	421,06	149,09	271,97	10.910,05
29	nov-17	10.910,05	421,06	145,47	275,60	10.634,46
30	dic-17	10.634,46	421,06	141,79	279,27	10.355,18
31	ene-18	10.355,18	421,06	138,07	282,99	10.072,19

32	feb-18	10.072,19	421,06	134,30	286,77	9.785,42
33	mar-18	9.785,42	421,06	130,47	290,59	9.494,83
34	abr-18	9.494,83	421,06	126,60	294,47	9.200,37
35	may-18	9.200,37	421,06	122,67	298,39	8.901,97
36	jun-18	8.901,97	421,06	118,69	302,37	8.599,60
37	jul-18	8.599,60	421,06	114,66	306,40	8.293,20
38	ago-18	8.293,20	421,06	110,58	310,49	7.982,71
39	sep-18	7.982,71	421,06	106,44	314,63	7.668,09
40	oct-18	7.668,09	421,06	102,24	318,82	7.349,27
41	nov-18	7.349,27	421,06	97,99	323,07	7.026,19
42	dic-18	7.026,19	421,06	93,68	327,38	6.698,81
43	ene-19	6.698,81	421,06	89,32	331,75	6.367,07
44	feb-19	6.367,07	421,06	84,89	336,17	6.030,90
45	mar-19	6.030,90	421,06	80,41	340,65	5.690,24
46	abr-19	5.690,24	421,06	75,87	345,19	5.345,05
47	may-19	5.345,05	421,06	71,27	349,80	4.995,26
48	jun-19	4.995,26	421,06	66,60	354,46	4.640,80
49	jul-19	4.640,80	421,06	61,88	359,19	4.281,61
50	ago-19	4.281,61	421,06	57,09	363,98	3.917,63
51	sep-19	3.917,63	421,06	52,24	368,83	3.548,81
52	oct-19	3.548,81	421,06	47,32	373,75	3.175,06
53	nov-19	3.175,06	421,06	42,33	378,73	2.796,33
54	dic-19	2.796,33	421,06	37,28	383,78	2.412,55
55	feb-20	2.412,55	421,06	32,17	388,90	2.023,66
56	mar-20	2.023,66	421,06	26,98	394,08	1.629,57
57	abr-20	1.629,57	421,06	21,73	399,34	1.230,24
58	may-20	1.230,24	421,06	16,40	404,66	825,58
59	jun-20	825,58	421,06	11,01	410,06	415,52
60	jul-20	415,52	421,06	5,54	415,52	0,00
TOTAL		25.263,80	7.948,96	17.314,84	0,00	