



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUÑECAS PARA DECORACIÓN DEL HOGAR CON MATERIAL RECICLABLE, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

**AUTORA:** CRIOLLO ORTEGA DIANA MARICELA

**DIRECTOR:** ING. MARCELO CRISTÓBAL QUELAL LÓPEZ MSC.

**IBARRA, 2018**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Este trabajo de grado fue desarrollado por la recopilación de información a través de técnicas tales como encuestas a clientes potenciales, entrevistas con expertos en temas relacionados con el proyecto y observación directa de los competidores. Este proceso se llevó a cabo para identificar aspectos positivos y negativos que influyen en la creación de este negocio. Después de esta introducción, el problema de diagnóstico en la ciudad puede ser socializado. Por un lado, el aumento del consumismo en la población genera más residuos, lo que provoca un aumento de la contaminación ambiental. Por otro lado, a las personas les gusta decorar sus casas, por lo que prefieren comprar productos llamativos e innovadores que satisfagan especialmente la funcionalidad dentro de sus hogares. Por lo tanto, **CREAR UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUÑECAS PARA DECORACIÓN DEL HOGAR CON MATERIAL RECICLABLE, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**, es el proyecto que tiene como propósito dar una solución a los aspectos antes mencionados. La microempresa fabricará muñecas para la decoración, utilizando los residuos como materia prima reciclable, lo que permitirá su uso nuevamente. De esta manera, el proyecto contribuirá a la reducción de la contaminación ambiental y, al mismo tiempo, los productos satisfarán las necesidades de las personas que buscan diferentes artículos para la decoración de sus hogares.

## ABSTRACT

This degree work was developed by the collection of information through techniques such as surveys to potential clients, interviews with experts on topics related to the project and direct observation of competitors. This process was carried out in order to identify positive and negative aspects that influence the creation of this business. After this introduction the diagnostic problem in the city can be socialised. On the one hand, increasing consumerism in the population generates more waste which causes an increase in environmental pollution. On the other hand, people like to decorate their homes, so they prefer to purchase products that are striking and innovative and that especially fulfil functionality within their homes. Therefore, TO CREATE A MICROENTERPRISE OF MANUFACTURE AND COMMERCIALIZATION OF DOLLS FOR DECORATION OF HOMES WITH RECYCLABLE MATERIAL, IN IBARRA CITY, IN IMBABURA PROVINCE, is the project that has as purpose to give a solution to before mentioned aspects. The microenterprise will make dolls for decoration, using waste as recyclable raw material, allowing it to be used again. In this way, the project will contribute to the reduction of environmental pollution, and at the same time the products will fulfil the needs of people seeking different items for the decoration of their homes.

Victor Rodriguez  
1715496179  
Mick



## AUTORÍA

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



..... Diana Maricela Criollo Ortega .....

Diana Maricela Criollo Ortega

100362130-5

## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado, presentado por la egresada DIANA MARICELA CRIOLLO ORTEGA, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, cuyo tema es: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUÑECAS PARA DECORACIÓN DEL HOGAR CON MATERIAL RECICLABLE, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 18 días del mes de mayo del 2018.



Firma

ING. MARCELO CRISTÓBAL QUELAL LÓPEZ MSC.

C.I. 100145350-3



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100362130-5		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Criollo Ortega Diana Maricela		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Barrio La Florida calle Los Girasoles 4-55 y Las Retamas		
<b>EMAIL:</b>	criollodiany@gmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062 632 693	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0989748904


DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUÑECAS PARA DECORACIÓN DEL HOGAR CON MATERIAL RECICLABLE, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”
<b>AUTORA:</b>	Diana Maricela Criollo Ortega
<b>FECHA:</b>	26/06/2018
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Ing. Marcelo Cristóbal Quelal López Msc.

## 2. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el 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 26 días del mes de junio de 2018

### LA AUTORA:



.....

Diana Maricela Criollo Ortega

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de grado dedico a mi padre José Luis Criollo quien con su amor me ha dado fuerzas para poder terminar mis estudios y a mi madre Magdalena Ortega quien con sus consejos me ha brindado apoyo y motivación para poder convertirme en una profesional.

A mi hermana Doris, quien día a día me ha motivado a seguir adelante en mis estudios para cumplir con mi meta.

A mi esposo Santiago, que, con su amor y comprensión, me ha apoyado para superar los obstáculos de la vida.

A mi hija Emily, que día a día con su sonrisa me motiva a seguir adelante luchando por mis metas, mis sueños y por el bienestar de mi hogar y así ser un ejemplo para ella.

Diana Maricela Criollo Ortega



## **AGRADECIMIENTO**

Doy gracias a Dios por la vida, la salud y la fuerza que me ha dado para seguir adelante y permitirme culminar una etapa más en mi vida.

A la Universidad Técnica del Norte, que me abrió sus puertas para formarme como profesional, a mis maestros que me brindaron sus enseñanzas y consejos, a mi director que con sus conocimientos me guió para la culminación de este trabajo de grado.

A mis padres que fueron mi inspiración para seguir adelante y lograr este propósito, a mi hermana por apoyarme en las buenas y en las malas, a mi esposo, por estar a mi lado brindándome su amor y a mi hija por ser mi gran motivo de lucha en la vida.

Diana Maricela Criollo Ortega

## PRESENTACIÓN

El presente trabajo previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUÑECAS PARA DECORACIÓN DEL HOGAR CON MATERIAL RECICLABLE, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, se encuentra estructurado de los siguientes capítulos:

**Capítulo I Diagnóstico Situacional:** este capítulo hace referencia al estudio del entorno en donde se creará la microempresa, mediante análisis de factores políticos, económicos, socio cultural, tecnológico y ambiental, con el propósito de identificar aspectos favorables y desfavorables que influyan en la creación del negocio.

**Capítulo II Marco Teórico:** en este capítulo se desarrollaron las bases teóricas y científicas mediante la investigación documental, bibliográfica y de lincografías que permitan sustentar la idea del negocio.

**Capítulo III Estudio de Mercado:** se realizó el estudio de mercado mediante la aplicación de técnicas de investigación para la obtención de información, en donde se analizó las cinco fuerzas de Porter, la oferta, demanda y el marketing mix.

**Capítulo IV Estudio Técnico:** en este capítulo se determina la ubicación del proyecto, el tamaño, procesos, tecnología, infraestructura física, inversiones fijas, el capital de trabajo, el financiamiento, permitiendo que la microempresa pueda ofrecer productos que sean rentables.

**Capítulo V Estudio Financiero:** se realiza un presupuesto que permita determinar el monto de la inversión, y buscar fuentes de financiamiento si ese fuese el caso, también se presentan los estados financieros bajo la estructura de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF's).

**Capítulo VI Estructura Organizacional:** se determina la misión, visión, valores, políticas, su organización y funciones permitiendo establecer las actividades individuales de los colaboradores para el normal funcionamiento de la microempresa.

**Finalmente se concluirá este trabajo con el Capítulo VII Impactos:** que consta del análisis de los posibles impactos económico, social, empresarial y ambiental, que generará la ejecución del presente proyecto, permitiendo establecer el impacto general que tendrá en la ciudad.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
ABSTRACT .....	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO .....	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN .....	vi
DEDICATORIA .....	viii
AGRADECIMIENTO .....	ix
PRESENTACIÓN.....	x
ÍNDICE GENERAL .....	xii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xix
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxiii
INTRODUCCIÓN .....	24
JUSTIFICACIÓN .....	26
OBJETIVOS .....	28
Objetivo General.....	28
Objetivos Específicos.....	28
CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	29
1.1 Antecedentes .....	29
1.2 Objetivos del Diagnóstico.....	30
1.2.1 Objetivo General.....	30
1.2.2 Objetivos Específicos.....	30
1.3 Variables Diagnósticas para Análisis PESTA .....	31
1.4 Indicadores o Sub – Aspectos .....	31
1.5 Matriz de Relación Diagnóstica.....	33
1.6 Análisis de Resultados .....	35
1.6.1 Aspecto Político – legal .....	35
1.6.2 Aspecto Económico .....	38
1.6.3 Aspecto Socio – cultural .....	43
1.6.4 Aspecto Tecnológico .....	45
1.6.5 Aspecto Ambiental.....	47
1.7 Matriz de Oportunidades y Amenazas .....	50

1.8 Determinación de Oportunidades y Amenazas.....	52
1.9 Determinación de la Oportunidad Diagnóstica.....	53
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO .....	55
2.1 Microempresa .....	55
2.2 Reciclaje.....	55
2.2.1. Tipos de reciclaje .....	55
2.3 Reutilización .....	57
2.4 Artesanía .....	57
2.4.1 Materiales.....	57
2.4.2 Herramientas para artesanías .....	58
2.4.3 Proceso de producción .....	58
2.5 Estudio de mercado.....	58
2.5.1 Mercado .....	58
2.5.2 Clientes .....	59
2.5.3 Oferta .....	59
2.5.4 Demanda .....	59
2.5.5 Producto .....	59
2.5.6 Precio .....	60
2.5.7 Comunicación .....	60
2.6 Estudio Técnico .....	60
2.6.1 Procesos de producción.....	60
2.6.2 Infraestructura necesaria .....	61
2.6.3 Tecnología.....	61
2.6.4 Equipos e instalaciones .....	61
2.6.5 Materia prima.....	62
2.7 Estudio Financiero .....	62
2.7.1 Gastos.....	62
2.7.2 Costos.....	62
2.7.3 Estados financieros .....	62
2.7.4 Valor Presente Neto .....	64
2.7.5 Tasa Interna de Retorno .....	64
2.7.6 Punto de equilibrio.....	64
2.8 Estructura Organizacional.....	64
2.8.1 Misión .....	64
2.8.2 Visión.....	65

2.8.3	Objetivos .....	65
2.8.4	Ventajas competitivas .....	65
2.8.5	Organigrama .....	66
2.8.6	Funciones por puesto .....	66
2.8.7	Estructura legal del negocio.....	66
2.9	Análisis del marco teórico .....	67
<b>CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO .....</b>		<b>68</b>
3.1	Objetivos del Estudio de Mercado .....	68
3.1.1	Objetivo General.....	68
3.1.2	Objetivos Específicos.....	68
3.2	Variables e Indicadores.....	69
3.3	Población de Estudio y Cálculo de la Muestra .....	71
3.3.1	Identificación de la población.....	71
3.3.2	Cálculo de la muestra.....	71
3.4	Análisis del Sector Competitivo .....	72
3.4.1	Rivalidad de competidores actuales.....	72
3.4.2	Productos sustitutos .....	73
3.4.3	Nuevos entrantes.....	75
3.4.4	Proveedores.....	76
3.4.5	Compradores .....	78
3.5	Análisis de la Oferta.....	80
3.5.1	Ubicación de empresas que ofertan .....	80
3.5.2	Puntos fuertes y puntos débiles de la competencia.....	80
3.5.3	Acciones para posicionarse.....	81
3.5.4	Segmentos que atienden.....	81
3.5.5	Estimación del volumen de la Oferta.....	81
3.6	Análisis de la Demanda .....	82
3.6.1	Edad .....	83
3.6.2	Género.....	84
3.6.3	Actividad.....	85
3.6.4	Preferencia por artesanías .....	86
3.6.5	Tipo de material de las artesanías .....	87
3.6.6	Aspectos que toma en cuenta en sus compras .....	88
3.6.7	Frecuencia de compra .....	89
3.6.8	Cantidad de compra .....	90

3.6.9 Inversión en artesanías .....	91
3.6.10 Lugar de adquisición de artesanías .....	92
3.6.11 Persona influyente en la adquisición de artesanías .....	93
3.7 Análisis del Marketing Mix .....	94
3.7.1 Preferencia por el producto .....	94
3.7.2 Marca de preferencia.....	95
3.7.3 Tipo de empaque.....	96
3.7.4 Decisión del precio de la muñeca pequeña .....	97
3.7.5 Decisión del precio para la muñeca mediana.....	98
3.7.6 Decisión del precio para la muñeca grande .....	99
3.7.7 Lugar de comercio de artesanías .....	100
3.7.8 Medios publicitarios.....	101
3.7.9 Red social preferida .....	102
3.8 Estimación del Volumen de la Demanda.....	103
3.8.1 Balance Oferta/Demanda .....	103
3.9 Conclusiones del Estudio de Mercado .....	104
<b>CAPÍTULO IV. ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>107</b>
4.1 Objetivo General.....	107
4.2 Localización del proyecto .....	107
4.2.1 Macro localización.....	107
4.2.2 Micro localización .....	108
4.3 Tamaño del proyecto.....	109
4.3.1. Factores que definen el tamaño del Proyecto .....	109
4.4 Ingeniería del proyecto .....	110
4.4.1 Infraestructura física .....	110
4.4.2 Procesos productivos .....	111
4.4.3 Proceso de comercialización del producto.....	114
4.4.4 Tecnología.....	115
4.5 Presupuesto técnico.....	116
4.5.1 Inversiones fijas .....	117
4.5.2 Inversión variable o Capital de trabajo .....	117
4.5.3 Inversión total del proyecto .....	123
4.5.4 Financiamiento.....	123
4.6 Análisis del capítulo.....	123
<b>CAPITULO V. ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>125</b>

5.1 Objetivo general.....	125
5.2 Presupuesto de ingresos .....	125
5.2.1 Precio .....	125
5.2.2 Ingresos proyectados.....	129
5.3 Presupuesto de egresos .....	130
5.3.1 Costos de producción.....	130
5.3.2 Gastos administrativos .....	135
5.3.3 Gastos de ventas.....	136
5.3.4 Depreciación .....	136
5.3.5 Costos totales .....	137
5.4 Balance de Situación Financiera.....	138
5.5 Estado de Resultados Proyectado .....	139
5.6 Flujo de Caja Proyectado .....	140
5.7 Costo de oportunidad .....	140
5.8 Cálculo del VAN.....	141
5.9 Cálculo del TIR.....	143
5.10 Análisis Beneficio/Costo .....	144
5.11 Período de recuperación de la inversión .....	145
5.12 Punto de equilibrio.....	146
5.12.1 Punto de equilibrio en dólares.....	147
5.12.2 Punto de equilibrio en unidades .....	147
5.13 Análisis de sensibilidad y riesgos .....	148
5.14 Conclusión del estudio financiero.....	149
<b>CAPÍTULO VI. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>150</b>
6.1 Objetivo general.....	150
6.2 Nombre de la microempresa .....	150
6.2.1 Descripción de la empresa .....	150
6.2.2 Logo .....	151
6.2.3 Eslogan.....	151
6.3 Misión .....	151
6.4 Visión.....	152
6.5 Objetivos organizacionales .....	152
6.6 Principios y valores.....	153
6.6.1 Principios .....	153
6.6.2 Valores .....	153



6.7 Políticas Empresariales .....	154
6.8 El producto.....	154
6.8.1 Características del producto .....	154
6.8.2 Marca .....	154
6.8.3 Beneficios que el producto brinda al consumidor.....	155
6.8.4 Diferencia entre el producto y los de la competencia .....	155
6.8.5 Etiqueta, empaque y embalaje .....	156
6.9 Organigrama estructural.....	157
6.10 Niveles Administrativos.....	157
6.10.1 Nivel estratégico .....	157
6.10.2 Nivel táctico .....	157
6.10.3 Nivel operativo.....	158
6.11 Manual de funciones .....	158
6.11.1 Manual de funciones del Administrador.....	159
6.11.2 Manual de funciones del Contador .....	160
6.11.3 Manual de funciones del Operario .....	161
6.11.4 Manual de funciones del Vendedor .....	162
6.12 Aspectos legales de funcionamiento.....	163
6.13 Constitución legal .....	164
6.14 Análisis de la estructura organizacional .....	165
CAPÍTULO VII. IMPACTOS .....	166
7.1 Objetivo general.....	166
7.2 Matriz de evaluación de impactos.....	166
7.3 Impacto económico .....	167
7.4 Impacto social .....	168
7.5 Impacto empresarial.....	169
7.6 Impacto ambiental.....	170
7.7 Impacto general.....	171
7.8 Análisis del capítulo.....	172
CONCLUSIONES .....	173
RECOMENDACIONES.....	175
FUENTES DE INFORMACIÓN .....	177
BIBLIOGRAFÍA .....	177
LINCOGRAFÍA .....	178
ANEXOS .....	180

ANEXO N° 1 Entrevista a experto con conocimientos en el ámbito económico.....	181
ANEXO N° 2 Entrevista a comerciante de artesanías .....	182
ANEXO N° 3 Entrevista a comerciante de artesanías .....	183
ANEXO N° 4 Entrevista a experto en conocimientos del ámbito tecnológico .....	184
ANEXO N° 5 Entrevista a personal del Ministerio del Ambiente. ....	185
ANEXO N° 6 Locales de artesanías .....	187
ANEXO N° 7 Entrevista a personal del Departamento de Desarrollo Económico GAD- IBARRA. ....	191
ANEXO N° 8 Productos sustitutos .....	192
ANEXO N° 9 Entrevista a comerciante de artesanías .....	193
ANEXO N° 10 Diferenciación del producto .....	194
ANEXO N° 11 Entrevista a comerciante de artesanías .....	195
ANEXO N° 12 Ubicación de locales de artesanías .....	196
ANEXO N° 13 Puntos fuertes y débiles de la competencia .....	200
ANEXO N° 14 Modelo de Encuesta .....	201
ANEXO N° 15 Fotografías de aplicación de encuestas.....	203
ANEXO N° 16 Formulario 104A de declaración de IVA para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad.....	204
ANEXO N° 17 Formulario 102A para la declaración del IR para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad.....	206
ANEXO N° 18 Proforma de Máquina industrial recta .....	208
ANEXO N° 19 Proforma de Computadora Laptop .....	209
ANEXO N° 20 Proforma de muebles y enseres .....	210
ANEXO N° 21 Fotografías de muñecas para decoración del hogar.....	211

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de actividades económicas.....	41
Tabla 2. Proyección de hogares .....	71
Tabla 3. Proyección de la oferta .....	82
Tabla 4. Edad .....	83
Tabla 5. Género.....	84
Tabla 6. Actividad.....	85
Tabla 7. Preferencia por artesanías .....	86
Tabla 8. Tipo de material de las artesanías .....	87
Tabla 9. Aspectos que toma en cuenta en las compras .....	88
Tabla 10. Frecuencia de compra .....	89
Tabla 11. Cantidad de compra .....	90
Tabla 12. Inversión en artesanías.....	91
Tabla 13. Lugar de adquisición de artesanías .....	92
Tabla 14. Persona influyente en la adquisición de artesanías .....	93
Tabla 15. Preferencia por el producto.....	94
Tabla 16. Marca de preferencia .....	95
Tabla 17. Tipo de empaque.....	96
Tabla 18. Decisión del precio de la muñeca pequeña.....	97
Tabla 19. Decisión del precio de la muñeca mediana.....	98
Tabla 20. Decisión del precio para la muñeca grande .....	99
Tabla 21. Lugar de comercio de artesanías.....	100
Tabla 22. Medios publicitarios .....	101
Tabla 23. Red social preferida .....	102
Tabla 24. Proyección de la demanda .....	103
Tabla 25. Proyección de la oferta y demanda .....	103
Tabla 26. Maquinaria .....	115
Tabla 27. Muebles y enseres .....	116
Tabla 28. Equipo de cómputo .....	116
Tabla 29. Inversiones fijas .....	117
Tabla 30. Materia prima directa Muñeca pequeña.....	117
Tabla 31. Materia prima directa Muñeca mediana .....	118
Tabla 32. Materia prima directa Muñeca grande .....	118

Tabla 33. Materia prima indirecta Muñeca pequeña .....	119
Tabla 34. Materia prima indirecta Muñeca mediana .....	119
Tabla 35. Materia prima indirecta Muñeca grande .....	119
Tabla 36. Herramientas e insumos.....	120
Tabla 37. Suministros de oficina .....	120
Tabla 38. Suministros de limpieza.....	121
Tabla 39. Capital de trabajo .....	122
Tabla 40. Inversión total del proyecto .....	123
Tabla 41. Financiamiento del proyecto.....	123
Tabla 42. Costos de producción Muñeca pequeña.....	126
Tabla 43. Costos de producción Muñeca mediana .....	127
Tabla 44. Costos de producción Muñeca grande .....	128
Tabla 45. Determinación del precio .....	129
Tabla 46. Proyección de las ventas .....	130
Tabla 47. Proyección de costos de materia prima directa.....	131
Tabla 48. Datos históricos de sueldo básico .....	132
Tabla 49. Proyección de los sueldos .....	132
Tabla 50. Mano de obra directa proyectada.....	133
Tabla 51. Materia prima indirecta.....	134
Tabla 52. Costos indirectos de fabricación .....	135
Tabla 53. Gastos administrativos.....	135
Tabla 54. Gastos de ventas.....	136
Tabla 55. Porcentaje de depreciación de activos fijos .....	136
Tabla 56. Cálculo de depreciaciones .....	137
Tabla 57. Resumen costos de producción.....	137
Tabla 58. Resumen gastos.....	137
Tabla 59. Estado de Situación Financiera.....	138
Tabla 60. Estado de Resultados Proyectado .....	139
Tabla 61. Flujo de Caja Proyectado .....	140
Tabla 62. Tasas para la evaluación financiera .....	141
Tabla 63. Valor Actual Neto.....	142
Tabla 64. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.....	143
Tabla 65. Análisis Beneficio/Costo .....	145
Tabla 66. Período de recuperación de la inversión .....	145

Tabla 67. Resumen Periodo de Recuperación de la inversión.....	146
Tabla 68. Punto de equilibrio en dólares proyectado.....	147
Tabla 69. Punto de equilibrio en cantidad .....	148
Tabla 70. Análisis de sensibilidad y riesgos .....	148
Tabla 71. Plazo para declaración del IVA .....	165
Tabla 72. Valoración de impactos .....	166
Tabla 73. Impacto económico.....	167
Tabla 74. Impacto social.....	168
Tabla 75. Impacto empresarial.....	169
Tabla 76. Impacto ambiental.....	170
Tabla 77. Impacto General.....	171

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Matriz de relación diagnóstica .....	33
Cuadro 2. Matriz de Oportunidades y Amenazas .....	51
Cuadro 3. Determinación de oportunidades y amenazas .....	53
Cuadro 4. Matriz de variables e indicadores.....	69
Cuadro 5. Proveedores de materia prima .....	77
Cuadro 6. Macro localización .....	107
Cuadro 7. Descripción de la simbología .....	111
Cuadro 8. Diferencia entre el producto y los de la competencia .....	155

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	83
Figura 2. Género .....	84
Figura 3. Actividad .....	85
Figura 4. Preferencia de artesanías .....	86
Figura 5. Tipo de material de las artesanías.....	87
Figura 6. Aspectos que toma en cuenta en las compras.....	88
Figura 7. Frecuencia de compra.....	89
Figura 8. Cantidad de compra.....	90
Figura 9. Inversión en artesanías .....	91
Figura 10. Lugar de adquisición de artesanías .....	92
Figura 11. Persona influyente en la adquisición de artesanías.....	93
Figura 12. Preferencia por el producto .....	94
Figura 13. Marca de preferencia .....	95
Figura 14. Tipo de empaque .....	96
Figura 15. Decisión del precio muñeca pequeña .....	97
Figura 16. Decisión del precio muñeca mediana .....	98
Figura 17. Decisión del precio muñeca grande.....	99
Figura 18. Lugar de comercio de artesanías .....	100
Figura 19. Medios publicitarios .....	101
Figura 20. Red social preferida.....	102
Figura 21. Mapa político de Imbabura.....	108
Figura 22. Micro localización de la microempresa.....	109
Figura 23. Instalaciones .....	110
Figura 24. Diagrama de flujo del proceso productivo .....	111
Figura 25. Diagrama de flujo del proceso de comercialización.....	114
Figura 26. Imagen de la empresa .....	150
Figura 27. Logo.....	151
Figura 28. Marca.....	155
Figura 29. Empaque de acetato transparente .....	156
Figura 30. Organigrama estructural .....	157

## INTRODUCCIÓN

Los residuos sólidos representan un problema continuo de contaminación ambiental que enfrenta cualquier ciudad, en caso de un manejo inadecuado, por lo que el crecimiento de la población y su consumo implica la generación de residuos causando impactos de contaminación ambiental, los cuales requieren de una gestión integral para proteger la salud de la población.

La producción de residuos casi se ha duplicado en los últimos 30 años, y una manera para reducir la cantidad de residuos urbanos es el reciclaje. El reciclaje es una de las maneras más fáciles para evitar generar mayor contaminación, además consiste en obtener una nueva materia prima o producto, mediante un proceso fisicoquímico o mecánico, a partir de productos y materiales ya en desuso o utilizados. De esta forma, poder alargar el ciclo de vida de un producto, ahorrando materiales y beneficiando al medio ambiente al generar menos residuos.

En el Ecuador durante el 2014 se recolectaron 11.203,24 toneladas diarias de residuos sólidos, existiendo 56.021 viviendas en la región Sierra, representando la cantidad de familias que generan los desechos.

Existen artículos de la Constitución que se refieren al cuidado del medio ambiente, entre estos está el art. 71, en donde menciona que el Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza; y el art. 72, indica la naturaleza tiene derecho a la restauración; el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la restauración, y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas. Además, se encuentra el objetivo 3 del Eje 1 del Plan Nacional de Desarrollo que señala: Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones.



Debido a los problemas actuales que se están presentando por contaminación al ambiente, se están implementando campañas masivas para que empiecen a reciclar, como es el programa nacional, denominado Recicla Ecuador, que es promovido por el Ministerio del Ambiente, el objetivo del programa es generar más fuentes de empleo y a la vez contribuir a mantener la limpieza en las ciudades con incentivos a los usuarios a separar los materiales reciclables, no depositarlos en los contenedores de basura sino entregarlos a los recolectores que recorrerán los barrios. El plan también incluye una campaña de concienciación dirigida a la ciudadanía.

La ciudad de Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura, ubicada a 115 km. al noroeste de Quito y a 125 km al sur de la ciudad de Tulcán; con una altitud de 2.225 m.s.n.m. posee un clima seco templado y agradable con una temperatura promedio de 18°C.

La importancia de la ciudad radica en la actividad comercial, debido a que es el punto de acopio, comercialización y distribución de productos al resto de la provincia y al Carchi.

## JUSTIFICACIÓN

La idea de la creación de una microempresa de fabricación y comercialización de muñecas para decoración del hogar con material reciclable, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura surge como solución para minimizar la contaminación ambiental, debido a que los residuos que se generan en la sociedad pueden ser nocivos para la salud, la seguridad o para el bienestar de la población, o bien, que puedan ser perjudiciales para la vida vegetal o animal. Actualmente este es el mayor problema que no solo está pasando la ciudad sino todo el mundo, debido a la falta de cultura de reciclaje en la sociedad.

Tiempo atrás la juguetera estadounidense Mattel tuvo que realizar una retirada masiva como 253.000 coches modelo “Sarge”, 7.3 millones de muñecas Barbie y muñecos Batman, debido a que estos artículos contenían imanes que podrían ser tragados por niños, además que contenían elevados niveles de plomo lo cual afectan la salud de los consumidores e incluso provocar su muerte. Debido a esto cada día más consumidores prefieren comprar productos artesanales que reflejen individualidad, en lugar de juguetes fabricados en masa y generalmente hechos en China.

En la ciudad de Ibarra existen pocos lugares y pocas familias que se dedican al reciclaje de residuos, por lo que existen grandes cantidades de desechos que se generan en los hogares y que no se los clasifica para una posterior reutilización, llegando a evidenciarse una diversidad de generación de éstos. Por lo tanto se ha visto una oportunidad reutilizar estos materiales con la fabricación de muñecas de manera artesanal con materiales reciclables, en las cuales se verán plasmados diferentes diseños creativos y novedosos que contribuyan a la decoración del hogar, las cuales no serán dañinas para la salud por el hecho de fabricarlas con materiales seleccionados previamente a su utilización.

En esta ciudad no se ha evidenciado un lugar que se dedique a la fabricación y comercialización de artículos elaborados con material reciclable. Por lo tanto, mediante la creación de esta microempresa se pretende incentivar a la reutilización de los residuos sólidos, apoyando a familias con la generación de plazas de empleo. En donde se los motivará mediante capacitaciones para poder ampliar el personal, y de esta manera incrementar la producción de las muñecas con la generación de nuevos modelos, acogiéndose a todos los gustos de los clientes, logrando así la satisfacción de los mismos, y conservando su fidelidad hacia la microempresa.

Al nacer esta idea en el país, se pretende incentivar el consumo de productos artesanales dentro de la población. También se busca fomentar el consumo de productos ecuatorianos, contribuyendo al desarrollo social y económico de la población, permitiendo la circulación del dinero en el mismo país favoreciendo al mejoramiento de la economía.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Crear una microempresa de fabricación y comercialización de muñecas para decoración del hogar con material reciclable, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

### **Objetivos Específicos**

- Establecer un diagnóstico situacional en donde se identifique las oportunidades y amenazas para la creación de una microempresa de fabricación y comercialización de muñecas para decoración del hogar con material reciclable, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.
- Desarrollar el marco teórico mediante la investigación documental, bibliográfica y de lincografías que permitan sustentar el proyecto.
- Realizar el estudio de mercado para verificar el comportamiento del mercado y poder determinar la aceptación de las muñecas para decoración del hogar con material reciclable.
- Formular el estudio técnico para determinar la localización, tamaño y procesos productivos del proyecto.
- Diseñar el estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto.
- Definir la estructura organizacional del proyecto.
- Identificar los posibles impactos que tendrá la puesta en marcha de la microempresa en los ámbitos económico, social, empresarial y ambiental.

# CAPÍTULO I

## DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

### 1.1 Antecedentes

En la actualidad, un gran problema que está afectando la salud de las personas es la contaminación ambiental, que se da como resultado del elevado consumismo que existe en la sociedad. Cada vez se está generando mayor cantidad de residuos sólidos y para tratar de reducir y combatir existe un proceso llamado reciclaje el cual consiste en reutilizar los desechos.

El reciclaje no solamente surge para reducir la cantidad de residuos que contribuyen en la contaminación, sino que además ayuda a combatir el agotamiento de los recursos naturales mediante la reutilización de los desechos. Otro beneficio que brinda este proceso es que permite reducir los costos en que se incurren en la producción de nuevos productos. Por lo tanto, es de gran importancia que exista una cultura de reciclaje dentro de la sociedad para reducir la cantidad de desechos que se generan en la ciudad. De esta forma, lo que se busca es minimizar la contaminación ambiental para vivir en un lugar saludable.

De acuerdo con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra, se considera a Ibarra como la capital de la provincia de Imbabura, que se encuentra ubicada al noroeste de Quito y al sur de Tulcán, con un clima templado. Ibarra es muy visitada por turistas nacionales y extranjeros debido a que posee una variedad de culturas, así como de hermosos paisajes en donde se puede observar la maravillosa naturaleza que rodea a esta ciudad. Además, se pueden visitar sus magníficos parques, plazas e iglesias en donde se puede admirar las impresionantes estructuras que conforman estos lugares. Un aspecto que no se debe dejar de

lado, es la deliciosa comida tradicional que se ofrece en la ciudad para deleitar el paladar de todo aquel que la visita.

Ibarra es considerada como el centro de desarrollo económico por sus actividades de comercialización y distribución de productos a las provincias aledañas. Las actividades económicas que se realizan en empresas privadas y públicas generan grandes cantidades de desechos. Varios de estos desechos son reciclables, pero debido a la escasa cultura de reciclaje, estos son considerados como basura y son desechados. De esta manera, se incrementa el volumen de contaminación al ambiente. Una forma de contribuir a la minimización de los desechos es reutilizar aquellos materiales que son reciclables y utilizarlos como materia prima para la creación de muñecas para decoración del hogar con una función de uso, las mismas que satisfagan las necesidades de los consumidores dentro de sus hogares.

Por lo tanto, se ha visto la necesidad de recopilar información sobre el entorno mediante una investigación sobre aspecto político-legal, económico, sociocultural, tecnológico y ambiental en la ciudad de Ibarra. Esto permitirá identificar los aspectos favorables y desfavorables que pueden incidir en la creación de la microempresa.

## **1.2 Objetivos del Diagnóstico**

### **1.2.1 Objetivo General**

Establecer un diagnóstico situacional en donde se identifique las oportunidades y amenazas para la creación de una microempresa de fabricación y comercialización de muñecas para decoración del hogar con material reciclable, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Identificar aspectos político – legales que pueden influir en la creación de la microempresa.

- Evaluar el aspecto económico del mercado para determinar el efecto que provocaría en la creación de la microempresa.
- Analizar el aspecto socio – cultural con el propósito de identificar características del mercado que pueden incidir en la fabricación de las muñecas para decoración del hogar.
- Investigar los beneficios que brindará la tecnología a la microempresa en la ejecución de sus actividades.
- Determinar las condiciones ambientales que pueden incidir en la creación de la microempresa.

### **1.3 Variables Diagnósticas para Análisis PESTA**

- Aspecto Político – legal
- Aspecto Económico
- Aspecto Socio – cultural
- Aspecto Tecnológico
- Aspecto Ambiental

### **1.4 Indicadores o Sub – Aspectos**

- **Aspecto Político – legal**
  - Constitución de la República
  - Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021
  - Ley de Economía Popular y Solidaria
  - Ley de Defensa del Artesano
  - Obligaciones tributarias

➤ **Aspecto Económico**

- Situación económica nacional
- Situación económica local
- Inflación de precios
- Actividades económicas del sector
- PEA del cantón
- Líneas de crédito

➤ **Aspecto Socio – cultural**

- Población del cantón
- Tasa de crecimiento poblacional
- Costumbres
- Espíritu emprendedor

➤ **Aspecto Tecnológico**

- Acceso a la tecnología
- Cambios en internet
- Innovaciones en máquinas de coser

➤ **Aspecto Ambiental**

- Contaminación ambiental
- Cultura de reciclaje en la sociedad
- Programas para promover el reciclaje
- Reciclaje de residuos
- Reducción de la contaminación



## 1.5 Matriz de Relación Diagnóstica

### Cuadro 1.

#### Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	TÉCNICA	INFORMANTE
Identificar aspectos político – legales que pueden influir en la creación de la microempresa.	Político - legal	Constitución de la República	Investigación documental	Constitución de la República
		Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021	Investigación documental	Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021
		Ley de Economía Popular y Solidaria	Investigación documental	Ley de Economía Popular y Solidaria
		Ley de Defensa del Artesano	Investigación documental	Ley de Defensa del Artesano
		Obligaciones tributarias	Investigación documental	Servicio de Rentas Internas
Evaluar el aspecto económico del mercado para determinar el efecto que provocaría en la creación de la microempresa.	Económico	Situación económica nacional	Investigación documental	Internet
		Situación económica local	Investigación documental/ Entrevista	Internet/Técnica encargada del Departamento de Desarrollo Económico GAD. IBARRA
		Inflación de precios	Entrevista	Técnica encargada del Departamento de Desarrollo Económico GAD. IBARRA
		Actividades económicas del sector	Investigación documental	INEC, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Ibarra
		PEA del cantón	Investigación documental	INEC, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Ibarra
		Líneas de crédito	Investigación documental	BanEcuador
Analizar el aspecto socio – cultural con el propósito de identificar características del mercado que	Socio – cultural	Población del cantón	Investigación documental	INEC, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Ibarra

pueden incidir en la fabricación de las muñecas para decoración del hogar.		Tasa de crecimiento poblacional	Investigación documental	INEC, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Ibarra
		Costumbres	Entrevista	Comerciante de artesanías
		Espíritu emprendedor	Entrevista	Comerciante de artesanías
Investigar los beneficios que brindará la tecnología a la microempresa en la ejecución de sus actividades.	Tecnológico	Acceso a la tecnología	Entrevista	Ingeniero en Sistemas
		Cambios en internet	Entrevista/Investigación documental	Ingeniero en Sistemas/ Internet
		Innovaciones en máquinas de coser	Entrevista	Comerciante de artesanías
Determinar las condiciones ambientales que pueden incidir en la creación de la microempresa.	Ambiental	Contaminación ambiental	Entrevista	Técnico en Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente
		Cultura de reciclaje en la sociedad	Investigación documental/ Entrevista	Internet/ Técnico en Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente
		Programas para promover el reciclaje	Investigación documental/ Entrevista	Internet/ Técnico en Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente
		Reciclaje de residuos	Entrevista	Técnico en Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente
		Reducción de la contaminación	Entrevista	Técnico en Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

**Año:** 2018

## **1.6 Análisis de Resultados**

Para determinar el diagnóstico situacional del entorno, en el presente capítulo se aplicó la herramienta PESTA. Para el análisis de cada una de las variables, se obtuvo información mediante investigación documental y a través de entrevistas a expertos en cada aspecto. Dichos datos se presentan a continuación:

### **1.6.1 Aspecto Político – legal**

El aspecto político – legal es un factor que se lo debe analizar detenidamente, debido a que, mediante la existencia de diferentes leyes en el país, se debe realizar una investigación documental de aquellas que puedan incidir en la creación de la microempresa que se dedicará a la fabricación y comercialización de muñecas con material reciclable.

#### **1.6.1.1 Constitución de la República**

La Constitución de la República es la máxima ley en el Ecuador, en la que deben regirse todos los ciudadanos. Los emprendedores se encuentran amparados por diferentes lineamientos establecidos en la presente ley, pero el que prevalece es lo estipulado en el Art. 39. En este artículo se hace referencia a que los jóvenes son los principales promotores y actores del desarrollo en el país, en donde se garantizará su primer empleo y un aspecto importante es que ayudará a los emprendimientos mediante las promociones de estos (Asamblea Nacional, 2015). De esta forma, se puede conocer que existe un respaldo en la creación de emprendimientos, permitiendo así, que los jóvenes participen en el mercado y contribuyan a la economía local y nacional. Por lo tanto, este aspecto se lo considera como positivo para el presente proyecto, debido a que esta ley fomenta y apoya a los emprendimientos de jóvenes que contribuyan con el desarrollo del país.

### **1.6.1.2 Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021**

El Plan Nacional de Desarrollo es una guía que está enfocada en direccionar las diferentes actividades para el desarrollo del país. Este plan se encuentra conformado por 3 ejes, pero el que hace referencia a la creación de emprendimientos es el Eje 2 que trata sobre la economía en beneficio de la sociedad. Los emprendimientos hoy en día son las nuevas fuentes de ingresos que están buscando los jóvenes para obtener una fuente de ingreso. Así de esta manera el Plan Nacional cuenta con varios objetivos, los mismos que respaldan el mejoramiento de la economía nacional.

Dentro de su objetivo 5 hace referencia al impulso de la productividad mediante la generación de empleo proveniente de la creación de nuevos emprendimientos para que exista un crecimiento económico dentro del país. Además, promueve que se aproveche los recursos naturales mediante el cuidado de la naturaleza (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017). Todo esto significa que mediante la implementación de nuevos negocios se promueva una mejor economía, además un aspecto importante que se debe tener en cuenta es la capacidad de innovación en la creación de los nuevos productos, para ser más competitivos dentro del mercado. De esta manera, se considera al Plan de Desarrollo como un factor importante para la creación de la microempresa, debido a que mediante las directrices propuestas en el objetivo 5, existe un respaldo para la creación de la microempresa dedicada a la fabricación de muñecas con material reciclable.

### **1.6.1.3 Ley de Economía Popular y Solidaria**

La Ley de Economía Popular y Solidaria establece diferentes formas de organización económica que ayuden a dinamizar la economía del país. Dentro de esta ley se encuentran diversos artículos que respaldan la creación de emprendimientos. En los artículos 73 y 75 hace referencia a las unidades económicas populares que son aquellas que están conformadas por

emprendimientos que realicen actividades de producción y comercialización de bienes (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011). Esto significa que existen leyes que amparan estas formas de organización para la generación de ingresos permitiendo de esta forma mejorar la economía.

Por otro lado, también dentro de esta unidad económica, en el artículo 77 se encuentran los artesanos que son quienes desarrollan su trabajo de forma manual (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011). Al acogerse a este parámetro se debe tomar en cuenta los límites fijados por la Superintendencia para el correcto funcionamiento. De esta manera la presente ley permite la ejecución de actividades comerciales acogiéndose a las diversas clasificaciones de organizaciones. Por lo tanto, esta ley se considera un factor muy favorable para la creación de la microempresa, debido a que respalda a los emprendimientos, donde se genere fuentes de empleo, y a la vez se intercambien bienes para satisfacer necesidades.

#### **1.6.1.4 Ley de Defensa del Artesano**

La Ley de Defensa del Artesano ampara a todo aquel artesano que se acoja a esta ley, permitiéndole gozar de los derechos estipulados en la misma. Ser un artesano calificado trae grandes beneficios tributarios como una contabilidad no obligatoria, 0% del Impuesto al Valor Agregado, entre otras. Por otro lado, otro tipo de beneficios es acceder a créditos artesanales en la Corporación Financiera Nacional y en el Banco Nacional de Fomento. Por lo tanto, ser un artesano tiene grandes oportunidades para desempeñarse en el mercado.

Una iniciativa que promueve la Prefectura de Imbabura es la feria artesanal, en donde el objetivo principal es mejorar la economía de todos los artesanos que participen en esta actividad (Prefectura de Imbabura, 2016). Esta idea permite que muchos turistas nacionales y extranjeros puedan admirar los maravillosos productos que se pueden crear manualmente. Según Jorge Paspuezán gerente de la cooperativa de Ahorro y Crédito “Artesanos” menciona

que existen 116 artesanos, lo que significa que Imbabura es una provincia artesanal (Prefectura de Imbabura, 2016). Por lo tanto, lo que se pretende es incentivar a la creación de emprendimientos y artesanías, es decir que las personas busquen una forma de generar empleo y que al mismo tiempo se contribuya a un mejoramiento económico tanto local como nacional. De esta manera, se puede apreciar que trabajar como artesano tiene sus beneficios, por lo tanto, acogerse a la Ley de Defensa del Artesano se considera un aspecto positivo para la creación de la microempresa.

### **16.1.5 Obligaciones tributarias**

El pago de impuestos es una contribución económica al país, debido a que mediante los ingresos que obtiene el Estado por el pago oportuno de estas obligaciones tributarias por parte de las entidades económicas, se obtiene los recursos necesarios para que sean invertidos en salud, educación, servicios públicos, entre otros. De esta manera, cuando se cree un negocio, el principal registro que debe realizar es inscribirse sea en el RUC o en el RISE, de acuerdo con la actividad económica que vaya a desempeñar. Además, debe llevar registros contables del negocio, para posteriormente realizar las declaraciones pertinentes, de acuerdo con el tipo de contribuyente que sea. Por lo tanto, esto se considera un aspecto positivo para el negocio, debido a que de esta forma permite ser responsable con el país.

### **1.6.2 Aspecto Económico**

Para la realización del análisis económico se realizó una investigación bibliográfica del INEC sobre datos estadísticos, referentes a los aspectos económicos que pueden incidir en la microempresa. Además, se complementó con información obtenida en la entrevista realizada a la Economista Silvana Linto, Técnica encargada del Departamento de Desarrollo Económico del GAD – IBARRA.

### **1.6.2.1 Situación económica nacional**

Actualmente la economía del país se encuentra difícil, debido a que no existe un notable crecimiento económico para el desarrollo del país. Según la gerente del Banco Central, la economía en el Ecuador se encuentra en crecimiento debido a que existe un registro de incremento del 2.6% interanual en el primer trimestre del año 2017 (expreso.ec, 2017). Además, gracias al acuerdo comercial realizado con la Unión Europea se ha logrado el incremento de las exportaciones y, por otro lado, con el consumo que ha existido en los hogares se ha conseguido el crecimiento antes mencionado (expreso.ec, 2017). Esto permite analizar que el aspecto económico se está incrementando de poco en poco. Por lo tanto, esto representa un aspecto positivo para la creación de la microempresa, debido a que el negocio podrá realizar sus actividades económicas en un mejor ambiente económico.

### **1.6.2.2 Situación económica local**

La economía de la ciudad de Ibarra se encuentra inestable, debido a que la mayoría de las personas prefieren viajar a Ipiales para adquirir diferentes tipos de productos para satisfacer sus necesidades. En la ciudad de Ibarra, los locales comerciales y la Cámara de Comercio de Imbabura han planteado implementar estrategias para incrementar el número de ventas. Una de las estrategias es atender en el medio día, debido a que en ese horario varias personas aprovechan el tiempo del almuerzo para realizar compras, así también extender el horario de atención hasta las 9 de la noche, debido a que tiempo atrás a las 7pm no había locales abiertos. Otra estrategia es mantener promociones serias en los diferentes locales sobre descuentos en mercadería (El Norte, 2016). De esta manera, lo que se busca es que las personas prefieran adquirir los productos en la ciudad, evitando que el dinero se vaya al país vecino.

Por otro lado, según la economista Silvana Linto, técnica encargada del Departamento de Desarrollo Económico del GAD – IBARRA menciona que la creación de emprendimientos

hoy en día es una gran oportunidad para el mejoramiento de la economía en la ciudad. Un aspecto muy importante que deben considerar los emprendedores es que los productos que vayan a crear deben ser innovadores para que tengan acogida en el mercado. Varios de los negocios ya instalados no tienen el mismo movimiento económico de varios años atrás debido a la falta de innovación (Ver Anexo N° 1). Por lo tanto, se considera este aspecto como positivo para el presente proyecto, debido a que existirá mercado para las muñecas que se fabricarán con diseños innovadores. Estos productos serán elaborados con materiales reciclables y tendrán una función de uso dentro de los hogares.

### **1.6.2.3 Inflación de precios**

La inflación en los precios es un condicionante al momento de la fabricación de nuevos productos. De acuerdo con la economista Linto, la inflación no afectará a los negocios que trabajen con materiales de reciclaje. Los materiales que son desechados por las personas son considerados como basura y para los empresarios que fabriquen artículos con este tipo de material se lo tomará en cuenta como materia prima, permitiendo volver a darle utilidad, por lo tanto, dicha inflación no tendrá un impacto significativo para el negocio. Por otro lado, si afectará al resto de materiales que se vayan a emplear en la elaboración de los productos (Ver Anexo N° 1). De esta manera, dependiendo del precio que se adquiera la materia prima podrá variar el precio final del artículo. Esto significa que, la inflación es un factor negativo para la implementación del negocio, porque si se varían los costos de adquisición, el precio final también puede variar y se puede llegar a tener inconformidad con los clientes, obteniendo bajas en las ventas.

### **1.6.2.4 Actividades económicas del sector**

En la ciudad de Ibarra existe una diversidad de actividades, las mismas que son muy importantes para el desarrollo económico local. Estos negocios son quienes proveen de fuentes



de empleo, además entregan una diversidad de productos a la población para la satisfacción de las necesidades. De acuerdo con el Censo del 2010 las actividades económicas que se desarrollan en la ciudad se presentan a continuación.

**Tabla 1.**

**Clasificación de actividades económicas**

<b>Actividades</b>	<b>Número de actividades</b>	<b>Porcentaje</b>
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	17	0.27
Explotación de minas y canteras	7	0.11
Industrias manufactureras	580	9.33
Suministros de electricidad, gas y agua	1	0.02
Construcción	6	0.10
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos	3.415	54.95
Hoteles y restaurantes	995	16.01
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	142	2.28
Intermediación financiera	52	0.84
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	296	4.76
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	2	0.03
Enseñanza	36	0.58
Actividades de servicios sociales y de salud	266	4.28
Otras actividades comunitarias sociales y personales de tipo servicios	400	6.44
<b>TOTAL</b>	<b>6.215</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** INEC Censo de Población y Vivienda 2010

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

Acorde a la información presentada en la tabla anterior, se puede verificar que existe una variedad de actividades. Además, se pudo verificar que dentro de la industria manufacturera se encuentran 580 negocios que representan el 9.33% del total de actividades que se desempeñan en la ciudad. Esto significa un aspecto mínimo negativo para la microempresa ya que no afectaría en su totalidad a la producción y demanda, porque es un producto diferente y con uso para el hogar.

### **16.2.5 PEA del cantón**

La Población Económicamente Activa de una ciudad son aquellas personas que se encuentran en edad de trabajar. De acuerdo con el Censo 2010, la PEA total de Ibarra es de 63.984 correspondiente al 79.3%, mientras que en el sector secundario el que se encuentra dedicado a la producción de bienes existen 11.474 casos, lo que significa que 17.9% de negocios se dedican a esta actividad (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra, 2015). Por lo tanto, se puede apreciar que existe una cantidad significativa de empresas que se dedican a la manufactura de productos. Esto representa un aspecto positivo para la creación de la microempresa, debido a que existe gran cantidad de personas que tendrán la disponibilidad para la adquisición de los productos.

### **1.6.2.6 Líneas de crédito**

BanEcuador ha puesto en marcha el programa Impulso joven, el cual consiste en otorgar créditos a los jóvenes emprendedores para que pongan en marcha sus negocios. Según Rubén Flores, presidente del directorio de BanEcuador, durante una rueda de prensa menciona que, desde que Moreno asumió el mandato se han otorgado 140 millones de dólares en créditos. Además, desde hace 15 meses atrás, tiempo desde el cual se encuentra funcionando el banco, se han entregado montos superiores a 800 millones de dólares a agroproductores, comerciantes y emprendimientos (BanEcuador, 2017). De esta forma, lo que el banco busca es que todo

aquel que desee poner en marcha su negocio opte por adquirir un crédito que le permita financiar sus gastos.

El presidente del directorio de BanEcuador menciona que el futuro del mundo está en las manos de los jóvenes, que mediante la implementación de sus ideas en el mercado se contribuya al mejoramiento económico del país (BanEcuador, 2017). Esto significa, que el banco promueve las nuevas fuentes de ingresos de los jóvenes. El rango de edad para aquellos jóvenes que pueden optar por este tipo de créditos es de 18 años a 30 años. Esto representa un aspecto positivo para el presente proyecto, debido a que existe una institución financiera que puede considerarse un aliado al momento de optar por financiamiento.

### **1.6.3 Aspecto Socio – cultural**

Para el análisis del aspecto socio – cultural se realizó una investigación bibliográfica del INEC además se complementó con información mediante entrevistas realizadas a la señora Zoila Arteaga y a la señora Rubí Borja comerciantes de artesanías de la ciudad de Ibarra.

#### **1.6.3.1 Población del cantón**

La población de Ibarra representa un indicador del total de personas que habitan de cada género. Según el VII censo nacional de población del año 2010 de los 14.483.499 habitantes del Ecuador, 181.175 conforman la población del cantón Ibarra de los cuales 93.389 corresponden a las mujeres y 87.786 a hombres (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra, 2015). De esta forma se puede conocer a cuál segmento se dirige el producto a ofertarse. Esto representa un aspecto positivo, debido a que existe una mayor cantidad de mujeres en la ciudad que son quienes más optan por adquirir artesanías y manualidades para decoración de sus hogares.

### **1.6.3.2 Tasa de crecimiento poblacional**

La tasa de crecimiento poblacional es un indicador que permite verificar la existencia de aumento o disminución de población en un lapso. Según el Censo 2010 se observa que existen las tasas más altas de crecimiento en el centro urbano (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra, 2015). Esto puede significar que debido a la falta de condiciones adecuadas para vivir en el sector rural incentiva a que las personas migren hacia el centro de la ciudad. De esta manera se puede considerar gran acogida por parte de las personas en el área urbana quienes serán nuestros clientes potenciales. Por lo tanto, este factor se lo considera favorable para el proyecto, debido a que, gracias a la existencia de mayor población en el centro de la ciudad, se puede tener mayor número de clientes que adquieran el producto a ofertarse.

### **1.6.3.3 Costumbres**

La costumbre en una ciudad es la realización habitual en la compra de productos tradicionales. Según la información obtenida en la entrevista realizada a la señora Zoila Arteaga, comerciante de artesanías, menciona que las costumbres en la ciudad respecto al consumo de adornos son variables. Las personas buscan artículos que sean novedosos y llamativos, que al mismo tiempo brinden una decoración dentro de sus hogares. Además, lo que más les llama la atención es que prefieren adquirir artículos novedosos que sean fabricados con nuevos tipos de materiales, lo que les hace más atractivos para su compra (Ver Anexo N° 2). Este aspecto representa un condicionante favorable para la creación de la microempresa, debido a la existencia de un mercado que acepte los productos que se van a fabricar.

### **1.6.3.4 Espíritu emprendedor**

El espíritu emprendedor permite tener una oportunidad en el mercado al poner en marcha una idea de negocio. De acuerdo con la entrevista realizada a la señora Rubí Borja, manifiesta

que la falta de empleo es lo que motiva a las personas a emprender nuevos negocios. Un aspecto que varios emprendedores han tomado en cuenta es que para tener mayor conocimiento de acuerdo con la actividad que van a desempeñar, deciden tomar cursos para tener mayor habilidad en la creación del producto. En la actualidad los emprendimientos son las nuevas formas de ingreso que se están implementando para mejorar la economía de los hogares (Ver Anexo N° 3). Esto se lo considera un aspecto negativo, debido a que la economía de la ciudad no se encuentra estable, cada vez surgen nuevos emprendimientos, lo cual significa que se debe contar con una ventaja competitiva para marcar la diferencia entre los demás.

#### **1.6.4 Aspecto Tecnológico**

Para la realización del análisis tecnológico se realizó una investigación documental y se complementó con la información obtenida en las entrevistas realizadas al Ingeniero en Sistemas Javier Semblantes y a la señora Rubí Borja comerciante de artesanías.

##### **1.6.4.1 Acceso a la tecnología**

El uso de la tecnología en la actualidad es muy importante, debido a que mediante el manejo adecuado de la maquinaria y equipos en la producción de artículos mejora los acabados y presentación del producto. Según el Ingeniero Javier Semblantes, para que un negocio pueda ser competitivo, debe hacer uso de la tecnología, debido a que mientras más lo maneje podrá optimizar el tiempo de trabajo, lo que permite reducir costos y entregar a tiempo un producto terminado (Ver Anexo N° 4). El avance de la tecnología es acelerado, por lo que se está impulsando a que las personas realicen cambios en su mentalidad para acelerar procesos de producción. Este aspecto se lo considera negativo, debido a que por estar en constante innovación de maquinaria o equipos se puede incrementar los gastos de un negocio.

#### **1.6.4.2 Cambios en internet**

El internet es una herramienta de gran importancia, debido a que mediante su uso se puede manejar y compartir información con el resto del mundo. De acuerdo con el Ingeniero en Sistemas, Javier Semblantes, el internet es muy utilizado en la actualidad por la facilidad que permite en la obtención de información. Además, los negocios que hagan uso de esta herramienta tienen gran ventaja, porque permite agilizar trámites, realizar publicidad, utilizar información para actualización, entre otras (Ver Anexo N° 4).

El crecimiento que ha experimentado el Internet es muy rápido, el cual se ha convertido en la herramienta de trabajo, en donde permite que las empresas innoven y mejoren la calidad de sus productos (Coyuntura Económica, 2012). Esto representa que con el manejo adecuado de Internet se puede disminuir los costos de comunicación, reducir el tiempo de entrega de un producto, entre otras. Las personas hoy en día tienen confianza en que cuentan con las herramientas necesarias para trabajar en sus propios negocios, por lo que todo negocio cuenta con una página web para darse a conocer frente al público, permitiendo de esta forma la realización de actividades comerciales de manera online (TecnoTemas, 2017). Debido a que esta herramienta es utilizada por todo el mundo, es aquí en donde se puede realizar encuestas o promociones de manera digital, permitiendo de esta forma llegar a más clientes potenciales. Esto representa un aspecto favorable para el presente proyecto, debido a que mediante el uso del internet se puede mantener una comunicación con el resto de las personas. Además, permite la realización de actividades comerciales online. Lo que ahorraría costos y gastos en una empresa.

#### **1.6.4.3 Innovaciones en máquinas de coser**

Las máquinas de coser, hoy en día en el ámbito de la confección son una herramienta de gran utilidad, debido a que mediante su uso facilita el trabajo de la costurera. De acuerdo con

la señora Rubí Borja, comerciante de artesanías menciona que las máquinas más utilizadas son las máquinas de coser industriales recta y overlock. Esta maquinaria permite realizar grandes cantidades de trabajo, en donde permite que las costuras realizadas sean de gran resistencia y al mismo tiempo reduce el tiempo de fabricación de las prendas (Ver Anexo N° 3). Este aspecto se considera favorable para el proyecto, debido a que mediante el uso de esta maquinaria se puede realizar acabados perfectos permitiendo la optimización del tiempo laboral.

### **1.6.5 Aspecto Ambiental**

Para el análisis de las variables ambientales se realizó una entrevista al Ingeniero Mauricio Terán, Técnico en Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente.

#### **1.6.5.1 Contaminación ambiental**

La contaminación ambiental actualmente es un grave problema que está afectando la salud de las personas en las zonas urbanas. Debido al incremento del consumismo se está generando mayor cantidad de desechos que al no ser clasificados o no tener un tratamiento para su eliminación está aumentando los niveles de contaminación. Por lo tanto, sería de gran importancia que se maneje y controle este tipo de acciones, que lo único que provocan son daños en la salud.

Según el Ingeniero Mauricio Terán, Técnico en Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, existe un nivel medio de contaminación en el Ecuador, debido a que no es un país industrializado. Pocas son las ciudades que están realizando tratamiento respecto a la basura recolectada. De acuerdo con el Ingeniero Terán el consumismo es el causante de esta contaminación ambiental, por lo que se debería buscar métodos para reducir la cantidad de desechos que perjudican al ser humano (Ver Anexo N° 5). Existen materiales que son reciclables, por lo que se debería buscar la manera para darles un nuevo uso, permitiendo de

esta forma reducir la contaminación. Esta variable se considera positiva para la microempresa, debido a que existen grandes cantidades de materiales reciclables que se pueden volver a utilizar para fabricar diferentes tipos de artículos.

#### **1.6.5.2 Cultura de reciclaje en la sociedad**

El reciclaje es un proceso que se debe realizar en la actualidad debido a la excesiva generación de residuos en las ciudades. Muchas personas no se dan cuenta el daño que provocan al ambiente al botar basura en las calles. José Javier Guarderas, gerente general de Soluciones Ambientales Totales manifiesta que existe un incremento minucioso de cultura de reciclaje en la sociedad, sin embargo, en Ecuador, para que se practique depende del nivel socioeconómico que tengan las personas (El Universo, 2017). Varias personas buscan un ingreso económico para sus hogares, por lo que han optado por participar del reciclaje, debido a que mediante la cantidad recolectada de desechos obtendrán dinero para el sustento de sus familias.

El ingeniero Terán menciona que los desechos sólidos son todo aquel material que es generado después de su uso. La mayoría de la población no mira la necesidad de reciclar desde sus hogares, solo desechan los residuos en las bolsas de basura, y peor aún este material es mezclado, lo que no permite ser clasificado adecuadamente para su reciclaje. Por lo tanto, esto representa un nivel bajo de cultura de reciclaje en la sociedad (Ver Anexo N° 5). Es decir, este aspecto se considera un factor negativo para la microempresa, debido a que de esta manera se tiene mayor dificultad para el acceso a los materiales reciclables.

#### **1.6.5.3 Programas para promover el reciclaje**

La existencia de programas para incentivar al reciclaje es de gran ayuda, debido a que permiten que la ciudadanía tenga conocimiento de la importancia de la realización de este proceso y tome conciencia sobre el cuidado del medio ambiente. El reciclaje en América Latina



y el Caribe es del 14%, además que el 19.8% de municipios latinoamericanos tienen planes para la gestión de los residuos, pero solo el 2.2% de ellos cuenta con programas enmarcados en el reciclaje (Campos, 2016). Por lo tanto, es responsabilidad del municipio en conjunto con el Ministerio del Ambiente crear programas para fomentar el reciclaje en la población.

Según el Técnico de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente a nivel nacional se está promoviendo campañas en donde su objetivo sea tomar conciencia en las personas para que reciclen. La importancia de estas campañas es incentivar a que mediante la reutilización de los materiales reciclables se pueden crear nuevos productos que sean novedosos, permitiendo de esta forma tener una fuente de ingreso para sus hogares (Ver Anexo N° 5). Esto se considera un aspecto favorable para el negocio, debido a que si la mayoría de la población opta por reciclar se puede contar con proveedores de materia prima para la creación de productos a base de este tipo de materiales. Reciclar y reutilizar permite mantener y cuidar la naturaleza evitando el agotamiento de los recursos naturales.

#### **1.6.5.4 Reciclaje de residuos**

El reciclaje de los residuos permite darles un nuevo uso mediante la creación de nuevos productos. Existen diferentes tipos de materiales que pueden ser reciclados, entre estos se encuentra el cartón, plástico, aceite, metales y papel; además para cada tipo existe un precio por cada kilo recolectado. Según el ingeniero Terán, las botellas plásticas son las que se desechan en mayor cantidad, por lo tanto, varias personas han visto al reciclaje de este tipo de materiales como una oportunidad para obtener un ingreso. En la ciudad de Ibarra existen centros de acopio que receptan todo tipo de material reciclable (Ver Anexo N° 5). Es decir, esta variable se considera positiva para el proyecto al existir una variedad de materiales para volver a utilizarlos.

### **1.6.5.5 Reducción de la contaminación**

La reducción de la contaminación ambiental es una acción que se la debe ejecutar de inmediato para preservar el medio ambiente. Para contribuir en esta actividad no es necesario tomar medidas drásticas, tan solo es necesario tener conductas sencillas para aportar al cuidado del planeta. La acumulación de basura está provocando un daño en la capa de ozono, lo cual mediante una participación en el mejoramiento de conductas se podrá tomar decisiones que promuevan el cuidado ambiental.

De acuerdo con el ingeniero Terán un aspecto de gran importancia para disminuir el nivel de desechos plásticos en la ciudad, es el uso de botellas de aluminio o de vidrio, las cuales se las pueda dar un nuevo uso (Ver Anexo N° 5). La reutilización es un mecanismo que contribuye la reducción de los residuos. Mediante nuevos procesos de producción se puede convertir los materiales reciclables en nuevos productos, brindando los mismos o diferentes beneficios para los que fueron creados. Esto significa un aspecto negativo para el negocio, debido a que si no existe gran cantidad de material reciclable no existirá materia prima para la fabricación de muñecas.

### **1.7 Matriz de Oportunidades y Amenazas**

La siguiente tabla brinda información sobre las amenazas y oportunidades que inciden en la creación de la microempresa. Aquí se presentarán cada variable con su respectivo indicador, en donde el modo de valoración será de la siguiente manera. La puntuación es de 1 a 5, donde 1 es un aspecto muy desfavorable, 2 es desfavorable, 3 es indiferente, 4 es favorable y 5 es muy favorable. Donde, 1 y 2 son considerados amenazas y 4 y 5 como oportunidades para el presente negocio. Además, las amenazas que tendrán mayor incidencia hacia el negocio se encuentran remarcadas de color rojo, y de la misma forma las oportunidades de mayor influencia se encuentran remarcadas de color verde.

## Cuadro 2.

### Matriz de Oportunidades y Amenazas

ASPECTOS	AMENAZA		INDIFER	OPORTUNIDA	
	S	S	ENTE	DES	DES
	1	2	3	4	5
<b>Aspecto Político – legal</b>					
La Constitución apoya el emprendimiento de los jóvenes para integrarse al ámbito laboral.				X	
EL Plan Nacional de Desarrollo promueve la productividad mediante la creación de emprendimientos para generación de empleo.				X	
La ley de Economía Popular y Solidaria apoya la creación de unidades económicas que satisfagan necesidades de la población.					X
La Ley de Defensa del Artesano ampara la realización de trabajos manuales.					X
Las obligaciones tributarias deben cumplir todos los contribuyentes para el desarrollo del país.				X	
<b>Aspecto Económico</b>					
La situación económica del país se encuentra en crecimiento.				X	
La Cámara de Comercio plantea estrategias para el mejoramiento de la situación económica de la ciudad.					X
La inflación de precios puede generar inconformidades con el consumidor final.		X			
La gran variedad de actividades económicas no representan una competencia directa.		X			
La población económicamente activa de la ciudad se encuentra en crecimiento.				X	
Existencia de buenas opciones de crédito por parte de BanEcuador para emprendedores.				X	
<b>Aspecto Socio – cultural</b>					

Incremento de la población debido a migraciones de personas del sector rural		X
La tasa de crecimiento poblacional permite verificar el incremento o disminución de la población.		X
Las costumbres de las personas en la ciudad es adquirir artículos novedosos para sus hogares.		X
Existe espíritu emprendedor en las personas lo que ha llevado a la puesta en marcha de nuevas ideas de negocios.	X	
<b>Aspecto Tecnológico</b>		
El acceso a la tecnología permite optimizar tiempos laborales en procesos de producción.	X	
Mejoramiento de comunicación y publicidad mediante el uso de internet.		X
El uso de máquinas de coser industriales facilita realizar trabajos de costura.		X
<b>Aspecto Ambiental</b>		
Existencia de aumento de contaminación ambiental.		X
Poca cultura de reciclaje en la sociedad.	X	
Creación de programas para incentivar el reciclaje en la ciudad.		X
Existe una diversidad de materiales reciclables, pero se necesita que exista una clasificación correcta de estos desechos.		X
Creación de nuevas conductas que promuevan la reducción de la contaminación para preservar el medio ambiente.	X	

---

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

## 1.8 Determinación de Oportunidades y Amenazas

En el siguiente cuadro se exponen las principales oportunidades y amenazas que tiene mayor incidencia tanto positiva como negativa para la creación de la microempresa.

### **Cuadro 3.**

#### **Determinación de oportunidades y amenazas**

---

##### **OPORTUNIDADES**

---

- La ley de Economía Popular y Solidaria apoya la creación de unidades económicas que satisfagan necesidades de la población.
- La Ley de Defensa del Artesano ampara la realización de trabajos manuales.
- La Cámara de Comercio plantea estrategias para el mejoramiento de la situación económica de la ciudad.
- Las costumbres de las personas en la ciudad es adquirir artículos novedosos para sus hogares.
- Existencia de aumento de contaminación ambiental.

---

##### **AMENAZAS**

---

- Existe espíritu emprendedor en las personas lo que ha llevado a la puesta en marcha de nuevas ideas de negocios.
- Poca cultura de reciclaje en la sociedad.

---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

### **1.9 Determinación de la Oportunidad Diagnóstica**

Luego de haber realizado el diagnóstico situacional, se han identificado aspectos positivos y negativos que influyen para la creación del negocio. Las oportunidades que se han encontrado mediante la investigación realizada es la existencia de leyes que amparan la creación de emprendimientos, las costumbres de las personas por adquirir artículos novedosos e innovadores y la existencia de residuos generados por la población, lo que permite contar con material necesario para la fabricación de las muñecas para decoración del hogar. Sin embargo, existen amenazas como la presencia de espíritu emprendedor en la sociedad y la poca cultura de reciclaje que se evidencia en la ciudad.

Una vez analizada cada oportunidad y amenaza, se ha determinado la existencia de aspectos favorables, por lo que se recomienda la “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUÑECAS PARA DECORACIÓN DEL HOGAR CON MATERIAL RECICLABLE, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

En el presente capítulo se realiza una investigación bibliográfica y lincográfica que permita estructurar las bases teóricas que respalden el proyecto. Además, cada aspecto será argumentado por opiniones del autor del presente trabajo.

#### **2.1 Microempresa**

Una microempresa es aquella que nace de un emprendimiento, es creada con el fin de vender productos y servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores. Es considerada como una unidad económica constituida por un pequeño monto de capital, en donde permite poner en práctica un emprendimiento que nace para la sobrevivencia de los dueños (Mungaray, Ramírez, & Ramírez, 2010). Es decir, las microempresas son destinadas a generar fuentes de empleo mediante la puesta en marcha de emprendimientos. Al ser constituidas por pocas personas pueden ser vulnerables ante riesgos por ser consideradas pequeñas empresas.

#### **2.2 Reciclaje**

El reciclaje en la actualidad es muy importante para minimizar la contaminación ambiental. Se lo considera como un método que tiene como propósito seleccionar y clasificar la basura que se va generando en exceso, para posteriormente darle un nuevo uso, de esta forma se contribuye a combatir las causas que lo provocan (Virginie, 2011). Por lo que, para que exista un correcto reciclaje debe existir cultura de reciclaje dentro de la sociedad. De esta forma se ayuda a reducir la acumulación de la basura y se mejora la calidad del ambiente.

##### **2.2.1. Tipos de reciclaje**

Existen diferentes tipos de materiales que se pueden reciclar, a continuación, se detallan cada uno de ellos:

### **2.2.1.1 Reciclaje de papel y cartón**

El reciclaje de papel y cartón son de gran importancia para el medio ambiente. Con el reciclaje de este tipo de materiales se contribuye a reducir la tala de millones de árboles que son utilizados para la creación de papel y cartón. Existen mecanismos que se utilizan para su transformación en nuevos productos (Recytrans, 2015). Por lo tanto, se debe conocer qué tipo de papel y cartón son los que se los puede reciclar.

### **2.2.1.2 Reciclaje de plástico**

El plástico es un material que se demora varios años en degradarse, por lo que su reciclaje es importante para reducir la contaminación (Recytrans, 2015). Para su transformación se somete a varios procedimientos para que sea convertido en un nuevo producto. Este material se lo puede reciclar mediante procesos mecánicos, químicos y energéticos. Cada uno de ellos consiste en diferente mecanismo para transformar el plástico, dando como resultado un nuevo material.

### **2.2.1.3 Reciclaje de vidrio**

El vidrio es un material que se lo puede reciclar varias veces. Sin importar la cantidad de veces que se lo recicle este no pierde sus propiedades originales. Pero este material tiene que pasar por una serie de procesos para su transformación. En el reciclaje el vidrio debe ser separado por colores, se retiran etiquetas y tapones, se tritura, se somete a altas temperaturas para obtener un nuevo producto (Recytrans, 2015).

### **2.2.1.4 Reciclaje de textil**

Este es un material fácil de conseguir. Existen fábricas textiles que desechan los residuos de los procesos de producción estos son conocidos como desechos textiles. Para utilizar estos materiales se los deshilacha para poder implementarlos en otros productos o crear nuevos (Recytrans, 2015).



## **2.3 Reutilización**

La reutilización consiste en volver a utilizar aquellos productos que son desechados como basura y posteriormente mediante procesos de producción crear nuevos productos. La reutilización se consigue a través de la separación y transformación de los productos, de esta forma se alarga la vida de los productos, produciendo menor cantidad de basura y optimizando energía para el cuidado del medio ambiente (Virginie, 2011). Así la reutilización es un método que permite dar un nuevo uso a los materiales desechados y poder utilizarlos como materia prima para la creación de nuevos productos. Esto contribuye a la reducción de la contaminación ambiental.

## **2.4 Artesanía**

Una artesanía es un trabajo realizado de forma manual. En una artesanía puede emplearse maquinaria, todos los productos que se fabriquen deben servir para la decoración (Sierralta, 2014). Aquí se puede desarrollar habilidades artísticas en donde cada artículo que se elabore sea único. Se pueden utilizar distintos materiales, lo importante es poder plasmar una idea en cada uno de ellos.

### **2.4.1 Materiales**

Para la fabricación de artesanías y manualidades es necesario utilizar varios materiales. Entre los principales para la creación de muñecas están: botellas plásticas, medias nylon que no se usen, cuero, pegamento y tela para la confección de la ropa (Koroleva, s.f.). Dependiendo del modelo que se desea crear se puede incrementar otro tipo de materiales. Los acabados serán de calidad si se utiliza adecuadamente los materiales.

## **2.4.2 Herramientas para artesanías**

Es muy importante tomar en cuenta el tipo de herramientas necesarias para la fabricación de artesanías. Las herramientas básicas son: tijeras, pegamento, pistola de silicona, pincel, grapadora, martillo, pintura en espray, cinta adhesiva, aguja e hilo, cuchilla y perforadora (Vila, s.f.). El uso adecuado de estas herramientas permite que las artesanías sean elaboradas correctamente y con mayor facilidad.

## **2.4.3 Proceso de producción**

Para la creación de las muñecas se debe seguir una serie de pasos. Para empezar se debe cortar la botella de acuerdo al tamaño de la muñeca que se desea fabricar, hacer la cabeza de la muñeca con los detalles de ojos, nariz y boca, posterior pegar la cabeza en la boca de la botella, pegar lana en la cabeza para el cabello, hacer los brazos y pegarlos a cada lado de la muñeca, hacer las manos y pegarlas en los brazos, y por último diseñar, confeccionar y pegar la ropa a la botella (Koroleva, s.f.). Este proceso de producción es un guía para elaborar muñecas con botellas de plástico recicladas.

## **2.5 Estudio de mercado**

### **2.5.1 Mercado**

El mercado es aquel lugar sea físico o virtual donde compradores y vendedores realizan actividades comerciales. Un grupo de compradores reales y potenciales de los productos conforman un mercado, ellos comparten un deseo o necesidad y lo satisfacen mediante el intercambio de bienes (Armstrong, Kotler, Merino, Pintado, & Juan, 2011). Esto significa que, existe un lugar donde se intercambian productos para satisfacer las necesidades. Aquí se llega a un acuerdo entre las dos partes sobre los precios para su adquisición.

### **2.5.2 Clientes**

Los clientes son parte importante de una empresa, son quienes adquieren los diferentes productos que se ofertan en el mercado. Se considera a los consumidores potenciales y reales de los bienes que oferta la organización (Flórez, 2015). Sin la existencia de clientes una empresa no existiría, porque mediante las compras que realizan ellos generan ingresos y ganancias para el negocio. Siempre se debe buscar cumplir las necesidades de los clientes para mantener su fidelidad.

### **2.5.3 Oferta**

La oferta significa cuando las empresas colocan en el mercado una cierta cantidad de bienes o servicios para que sean adquiridos por un valor monetario. Se entiende como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores colocan en el mercado a diferentes precios (Méndez Morales, 2011). Mediante la oferta se puede conocer cuántos productores existen del mismo producto, esto permite crear estrategias para marcar la diferencia. Además, esto permite crear nuevos artículos que no existan en el mercado y poder satisfacer necesidades insatisfechas.

### **2.5.4 Demanda**

La demanda es la voluntad de adquirir un determinado bien o servicio para satisfacer una necesidad. Se la considera como una solicitud de los clientes para adquirir algo, donde una gran variedad de productos es adquirida para satisfacer las necesidades del consumidor (Peiro Ucha, 2015). De esta forma se conoce la cantidad de personas que estarían dispuestas a comprar bienes para cubrir sus exigencias.

### **2.5.5 Producto**

El producto es aquel bien que es utilizado para satisfacer una necesidad específica. Se considera una combinación tanto de bienes como de servicios que una determinada empresa ofrece a su segmento de mercado (Armstrong et al., 2011). Un producto se obtiene luego de

que una empresa realiza un proceso de producción para la transformación de la materia prima, y este bien debe satisfacer las necesidades del consumidor. Por lo que, dar a conocer los beneficios que este ofrece es tarea de la empresa.

### **2.5.6 Precio**

El precio es un valor monetario de un bien o servicio. Se considera que el precio es un valor de intercambio que los vendedores asignan a un bien o servicio y que el comprador debe pagar para su adquisición (Cabrerizo, 2015). Los precios pueden ser negociados entre compradores y vendedores. Este elemento se lo debe considerar dentro de las estrategias de marketing mix, el cual genera ingresos para la empresa.

### **2.5.7 Comunicación**

La comunicación es un medio a través del cual se transmite un mensaje para dar a conocer un producto o una empresa a la sociedad. Se considera como las acciones que se realizan para llegar a los clientes y que ellos compren los bienes que se ofertan (Campoy, 2010). La comunicación es un aspecto a través del cual se da a conocer a la sociedad sobre la existencia de un bien en el mercado. Mediante mensajes de publicidad se puede captar mayor número de clientes.

## **2.6 Estudio Técnico**

### **2.6.1 Procesos de producción**

El proceso de producción es un conjunto de pasos ordenados que consiste en la transformación de materias primas en nuevos productos. Es donde una serie de materiales son transformados en productos manufacturados con ayuda de tecnología y fuerza humana (Córdoba Padilla, 2011). Esto significa que, mediante procesos de producción se obtienen

diferentes productos. De esta manera, se obtienen los bienes necesarios para cubrir la demanda del mercado.

### **2.6.2 Infraestructura necesaria**

La infraestructura es un conjunto de elementos necesarios para que una empresa funcione adecuadamente. Se debe considerar que depende de una adecuada ubicación de las instalaciones y de los equipos y maquinarias para lograr el éxito en la empresa y de esta forma reducir o evitar costos (Neira Rodríguez, 2012). De acuerdo con una buena distribución de las instalaciones de la empresa se puede reducir tiempos de demora. Además, para producir todo lo propuesto, se debe distribuir los implementos necesarios para entregar a tiempo los productos al mercado.

### **2.6.3 Tecnología**

La tecnología en la actualidad es un aspecto que ayuda a reducir tiempo en las actividades que realiza la empresa. Esta debe ser acorde a las necesidades de la empresa e identificar en que actividades se debe aplicar para mejorar los procesos (Neira Rodríguez, 2012). Además, mediante el uso correcto de la tecnología ayuda a que la empresa maneje de forma ordenada la información. Esto puede ser con la implementación de equipos informáticos o programas que mejoren el manejo de datos empresariales.

### **2.6.4 Equipos e instalaciones**

Los equipos son elementos necesarios para ejecutar los procesos de producción. Todo proceso productivo emplea equipos e instalaciones necesarias con características específicas para llevar a cabo correctamente las actividades de elaboración de productos y servicios (Alcaraz Rodríguez, 2011). Los equipos son las maquinarias para emplearse en los procesos de producción de bienes y servicios. Depende de una correcta distribución de las instalaciones para que los procesos se realicen ordenadamente y a tiempo.

### **2.6.5 Materia prima**

La materia prima es necesaria dentro del plan de producción debido a que son los recursos que se utilizan para la elaboración de los productos. Estos elementos son sometidos a cambios físicos o químicos para convertirse en nuevos productos (García Colín, 2014). La materia prima es el material necesario para elaborar productos que satisfagan las necesidades de los consumidores. Esta debe ser de calidad para que luego de su transformación cumpla una función que ayude a los usuarios.

## **2.7 Estudio Financiero**

### **2.7.1 Gastos**

El gasto es un desembolso de efectivo. Se entiende que los gastos son las pérdidas que se generan de las actividades diarias que realiza una empresa, también se considera como gasto a la disminución de activos (Hansen-Holm & Chávez, 2012). De esta forma, al realizar gastos se obtendrán menores beneficios para la empresa. Los gastos son egresos de dinero que se realizan para obtener un bien o servicio.

### **2.7.2 Costos**

El costo es un gasto económico que se genera por la fabricación de productos. Los costos son considerados gastos que una empresa realiza para la fabricación de bienes o servicios (Ortiz, 2017). Es decir, los valores económicos en que se incurran para la producción de artículos comprenden los precios que se pagan por los materiales que se utilizan en los procesos de producción. Este costo se lo incluye al precio final del producto que se va a ofertar.

### **2.7.3 Estados financieros**

Los estados financieros son documentos donde se registran las transacciones que realiza una empresa, mediante un análisis de ellos se puede determinar la situación en la que se encuentra.

El objetivo de los estados financieros es brindar información real que permita tomar decisiones, además, al menos estos deben ser preparados y presentados de forma anual (Hansen-Holm & Chávez, 2012). Es decir, a través de estos documentos se visualiza de forma breve el manejo de los recursos. La información que se presenta en ellos debe ser entendible tanto para las personas internas y externas de la empresa.

### **2.7.3.1 Estado de Situación Financiera**

El Estado de Situación Financiera es un estado financiero en donde se refleja la realidad de la empresa en un periodo de tiempo. Se considera como una foto instantánea que demuestra cómo está la empresa (Hansen-Holm & Chávez, 2012). Mediante el análisis que se realice con este estado se puede determinar la situación en la que se encuentra la empresa, permitiendo tomar decisiones correctas.

### **2.7.3.2 Estado de Resultados**

También conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias en donde se puede verificar si la empresa tiene pérdidas o ganancias en un periodo de terminado. Es aquel estado financiero que describe los ingresos y gastos que se han realizado en una fecha determinada (Hansen-Holm & Chávez, 2012). Se puede analizar en qué rubros existió mayor inversión, lo que permite tomar decisiones para realizar cambios que mejoren la economía de la empresa.

### **2.7.3.3 Estado de Flujo de Caja**

El Estado de Flujo de Caja es un estado que revela los movimientos de entradas y salidas de dinero en un lapso. Este estado permite determinar la solvencia de un negocio, debido a que refleja los ingresos y salidas de efectivo que una empresa tiene en un tiempo determinado (Hansen-Holm & Chávez, 2012). Por lo tanto, permite tomar decisiones de acuerdo con los resultados que se presenten.

#### **2.7.4 Valor Presente Neto**

El valor presente neto es el método para analizar si se obtendrá ganancias luego de la inversión. Se debe encontrar una equivalencia de todos los flujos de efectivo futuros, los mismos que deben ser comparados con la inversión inicial realizada (Alcaraz Rodríguez, 2011). Esto significa que, mediante el cálculo de este valor se puede determinar si es conveniente invertir en el negocio que se está planteando. Si el resultado de la operación es mayor a la inversión se considera que si es rentable el negocio.

#### **2.7.5 Tasa Interna de Retorno**

La tasa interna de retorno es la tasa de interés que genera una inversión. Es la tasa de descuento que permite que el Valor Presente Neto se convierta en cero (Córdoba Padilla, 2011). A través de la tasa de interés se puede evaluar la conveniencia de la realización de inversiones. Mientras más alta sea la tasa que se obtiene se considera viable el proyecto a realizarse.

#### **2.7.6 Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio se refiere al punto donde los ingresos son iguales a los costos. Se entiende como la cantidad de ventas donde los ingresos sean iguales a los costos de producción (Horngren, Datar, & Madhav, 2012). Esto significa que, en este punto de ventas no se obtiene ninguna ganancia. Por lo tanto, mediante esta herramienta se puede identificar el nivel de ventas que se requiere realizar para recuperar la inversión inicial.

### **2.8 Estructura Organizacional**

#### **2.8.1 Misión**

La misión es la razón de ser de una organización, dando a conocer la principal actividad que realiza. Se la considera como una guía para los miembros de la empresa, por lo que se entiende



como el propósito que tiene un negocio en el mercado (Williams, 2013). Por lo tanto, la misión es el motivo de una organización, donde justifica las actividades que realiza.

### **2.8.2 Visión**

La visión es una meta que la empresa espera lograr en el futuro. Se considera como la percepción que debe seguir la organización, que mediante la aplicación de estrategias pueda conseguir el posicionamiento que desea en el futuro (Navajo, 2011). La creación de la visión empresarial permite identificar cómo una empresa desea ser reconocida en un futuro. Se la considera una directriz que deben seguir los trabajadores internos y externos para lograr las metas planteadas.

### **2.8.3 Objetivos**

Los objetivos ayudan a establecer el camino que debe seguir una empresa para conseguir el éxito. Se entiende como objetivos al compromiso que tiene una organización para lograr resultados que estén enfocados en el cumplimiento de la visión (Moyano, Bruque, Maqueira, Fidalgo, & Martínez, 2011). Esto significa que, son guías para la realización de estrategias que contribuyan al cumplimiento de la misión y visión de la empresa. Se deben dar a conocer claramente a todo el personal para que realicen las acciones necesarias para su cumplimiento.

### **2.8.4 Ventajas competitivas**

Las ventajas competitivas son características que posee una empresa para diferenciarse de la competencia. Para que una empresa tenga una ventaja competitiva debe hacer uso de sus recursos en donde brinde un producto dando mayor valor a los clientes que el que brinda la competencia (Williams, 2013). Este aspecto se debe considerar al momento de competir en el mercado para obtener resultados beneficiosos para el negocio. Un planteamiento correcto de las ventajas permite a la organización ser diferente a las demás y no ser copia de ellas.

### **2.8.5 Organigrama**

Un organigrama es un gráfico que representa la forma en que se encuentra estructurada una organización. Una estructura organizativa es un diseño de los diferentes niveles de jerarquía dentro de la organización, tanto en departamentos como en actividades, las mismas que se encuentran entrelazadas para que todos trabajen por un mismo fin empresarial (Moyano et al., 2011). Mediante un organigrama se puede conocer de forma rápida los cargos y funciones que desempeñan los trabajadores dentro de una empresa. Allí se puede verificar los niveles de jerarquía que existen para la toma de decisiones para el éxito empresarial.

### **2.8.6 Funciones por puesto**

Es de gran importancia que se detalle de manera clara las tareas que va a desempeñar el personal de la empresa. La descripción de las funciones de un cargo se lo realiza mediante un manual de funciones, donde se detalla el objetivo de cada puesto de trabajo y las funciones específicas a desempeñar (Alcaraz Rodríguez, 2011). El uso de manuales ayuda a identificar claramente las actividades que va a realizar cada persona para lograr el éxito empresarial. Las funciones que se detallen en los manuales deben ser acorde al puesto de trabajo.

### **2.8.7 Estructura legal del negocio**

La constitución legal del negocio representa la forma en que fue creada la empresa de acuerdo con las actividades que realiza. La constitución de una empresa puede ser persona natural, donde el dueño es el encargado de la administración del negocio; sociedad anónima donde un grupo de personas realizan actividades comerciales y la sociedad de responsabilidad limitada es una organización constituida por socios (Alcaraz Rodríguez, 2011). Es de gran importancia que una empresa se constituya legalmente para que desempeñe sus funciones acordes a la ley. La legalidad permite identificar las obligaciones tributarias con el Estado.

## **2.9 Análisis del marco teórico**

En este capítulo se presentaron conceptos básicos de palabras claves que se muestran en el desarrollo del proyecto. Cada uno de ellos se realizó a través de un análisis de la información obtenida de fuentes bibliográficas y lincográficas. Por lo tanto, es de gran importancia conocer los conceptos para que exista un correcto desarrollo del trabajo, y permita una mejor comprensión por parte del lector.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El presente estudio de mercado tiene como finalidad determinar el nivel de aceptación de la población de la ciudad de Ibarra para la creación de una microempresa de fabricación y comercialización de muñecas para decoración del hogar con material reciclable.

Para ello se analizarán varios aspectos que determinen la demanda y oferta de artesanías que existe en la ciudad. Mediante la obtención de datos a través de encuestas y entrevistas se podrá tener la información necesaria en donde se pueda identificar la existencia de mercado para la microempresa que se desea implementar. Además, se podrá conocer el mercado en donde se va a poner en marcha el negocio, la competencia y los clientes.

#### **3.1 Objetivos del Estudio de Mercado**

##### **3.1.1 Objetivo General**

Realizar el estudio de mercado para verificar el comportamiento del mercado y poder determinar la aceptación de las muñecas para decoración del hogar con material reciclable.

##### **3.1.2 Objetivos Específicos**

- Analizar el sector competitivo en donde se va a crear el negocio.
- Evaluar la oferta de productos similares en el mercado y su incidencia en la creación de la microempresa.
- Determinar las características de la demanda de artesanías.
- Definir los aspectos del marketing para crear estrategias de venta y promoción de las muñecas.

### 3.2 Variables e Indicadores

#### Cuadro 4.

#### Matriz de variables e indicadores

OBEJTIVO	VARIABLE	INDICADOR	TÉCNICA	FUENTE
Analizar el sector competitivo en donde se va a implementar el negocio.	Rivalidad de competidores actuales	Número de competidores	Investigación documental	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra
		Grado de diferenciación	Entrevista	Técnica encargada del Departamento de Desarrollo Económico GAD - IBARRA
	Productos sustitutos	Tendencia del consumidor por sustituir	Entrevista	Comerciante de artesanías
		Costo o facilidad del comprador	Entrevista	Comerciante de artesanías
		Nivel de diferenciación	Investigación de campo	Locales de artesanías
	Nuevos entrantes	Inversión de capital	Entrevista	Técnica encargada del Departamento de Desarrollo Económico GAD - IBARRA
		Acceso a tecnología	Entrevista	Comerciante de artesanías
		Incentivos del Gobierno de Imbabura	Entrevista	Técnica encargada del Departamento de Desarrollo Económico GAD - IBARRA
	Proveedores	Número de proveedores en el sector	Investigación de campo	Mercado
		Poder de decisión en el precio	Investigación de campo	Mercado
		Amenaza de integrarse en la cadena	Entrevista	Comerciante de artesanías
	Compradores	Concentración de compradores	Entrevista	Comerciante de artesanías
		Monto de compras	Entrevista	Comerciante de artesanías
		Amenaza de integrarse en la cadena	Entrevista	Comerciante de artesanías
		Exigencia de calidad	Entrevista	Comerciante de artesanías
Evaluar la oferta de productos similares en el mercado y su incidencia en la creación de la microempresa.	Oferta	Ubicación de empresas que ofertan	Investigación de campo	Locales de artesanías
		Puntos fuertes y puntos débiles de la competencia	Investigación de campo	Locales de artesanías
		Acciones para posicionarse	Entrevista	Comerciantes de artesanías
		Segmentos que atienden	Entrevista	Comerciantes de artesanías
Determinar las características de la demanda de artesanías.	Demanda	Edad	Encuesta	Clientes
		Género	Encuesta	Clientes

		Actividad	Encuesta	Clientes
		Preferencia por artesanías	Encuesta	Clientes
		Tipo de material de las artesanías	Encuesta	Clientes
		Aspectos que toma en cuenta en sus compras	Encuesta	Clientes
		Frecuencia de compra	Encuesta	Clientes
		Cantidad de compra	Encuesta	Clientes
		Inversión en artesanías	Encuesta	Clientes
		Lugar de adquisición de artesanías	Encuesta	Clientes
		Persona influyente en la adquisición de artesanías	Encuesta	Clientes
Definir los aspectos del marketing mix para crear estrategias de venta y promoción de las muñecas.	Marketing mix	Preferencia por el producto	Encuesta	Clientes
		Marca de preferencia	Encuesta	Clientes
		Tipo de empaque	Encuesta	Clientes
		Decisión del precio de la muñeca pequeña	Encuesta	Clientes
		Decisión del precio para la muñeca mediana	Encuesta	Clientes
		Decisión del precio para la muñeca grande	Encuesta	Clientes
		Lugar de comercio de artesanías	Encuesta	Clientes
		Medios publicitarios	Encuesta	Clientes
		Red social preferida	Encuesta	Clientes

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La Autora

**Año:** 2018

### 3.3 Población de Estudio y Cálculo de la Muestra

#### 3.3.1 Identificación de la población

Los hogares de la ciudad de Ibarra será la población que se va a estudiar. Según datos del INEC 2010 existen 48.666 familias en donde existe un promedio de 3.71 personas por hogar. Para la proyección del total de hogares que habrá en el año 2018, se aplica el 2.63% que es la tasa de crecimiento poblacional que da como resultado 59.899 hogares.

**Tabla 2.**

#### *Proyección de hogares*

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tasa de crecimiento poblacional	2.63%	2.63%	2.63%	2.63%	2.63%	2.63%	2.63%	2.63%	2.63%
Total hogares	48.666	49.946	51.259	52.608	53.991	55.411	56.868	58.364	59.899

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

#### 3.3.2 Cálculo de la muestra

Debido a que el número de hogares es amplio, se aplicará la siguiente fórmula, la misma que se utiliza cuando la población es infinita o indefinida. Para realizar el cálculo se ha tomado en cuenta el 95% de nivel de confianza que equivale a 1.96, con un error estimado del 5%.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Donde:

Z= 1.96 para un nivel de confianza del 95%

p= probabilidad de ocurrencia 0.50

q= probabilidad de ocurrencia 0.50

$e^2$ = error estimado del 5%

n= Muestra

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2}$$

$$n = 384,16$$

$$n = 384$$

Esto indica que se van a aplicar 384 encuestas a las familias de la ciudad de Ibarra.

### **3.4 Análisis del Sector Competitivo**

Par la obtención de información sobre competidores, productos sustitutos, proveedores y compradores se realizaron entrevistas a la Economista Silvana Linto, Técnica encargada del Departamento de Desarrollo económico del GAD- IBARRA, además a las personas comerciantes de artesanías.

#### **3.4.1 Rivalidad de competidores actuales**

Para la creación de un nuevo negocio, se debe analizar la existencia de competidores en el mercado, además de conocer sus características, ubicación, sistemas de comercialización, tipos de productos que ofertan, entre otros.

##### **3.4.1.1 Número de competidores**

En la ciudad de Ibarra existen varios locales que se dedican a la fabricación y comercialización de artesanías, los cuales se los considera competencia para la microempresa. Las habilidades manuales que poseen las personas de la ciudad permiten la puesta en marcha



de este tipo de negocios, al mismo tiempo el número de locales ha incrementado debido a la necesidad de obtener un ingreso económico.

Según datos proporcionados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra (Ver Anexo N° 6), existe una gran cantidad de negocios que se dedican a este tipo de actividad. Por lo que, existe una gran competencia para la microempresa que se desea crear.

#### **3.4.1.2 Grado de diferenciación**

Según la economista Linto, Técnica encargada del Departamento de Desarrollo Económico lo que diferencia a los productos artesanales en el mercado es que varios de estos solo sirven para adornar y muy pocos tienen alguna función como la mayoría de las personas busca en este tipo de productos (Ver Anexo N° 7). Este aspecto se considera una ventaja para la microempresa debido a que esta se dedicará a la fabricación de muñecas decorativas que cumplirán una función de uso específica dentro del hogar. Otra diferencia que se encuentra en estos locales establecidos es que sus productos son creados a base de madera, cerámica, porcelana, tela, otros. Esto representa que no existe un competidor directo, debido a que la microempresa utilizará como materia prima materiales reciclables.

#### **3.4.2 Productos sustitutos**

Se debe analizar detenidamente las características de los productos sustitutos a los que se enfrenta la microempresa. Además, se obtuvo información mediante la entrevista realizada a la señora Emperatriz Benavides comerciante de artesanías que contribuye con datos sobre los productos que elabora.

Los productos sustitutos que se ha evidenciado en la investigación de campo son: muñecos para adornos, artesanías en forma de hadas, animales, también manillas, collares, aretes. La mayoría de estos artículos no tienen ninguna función de uso. Sin embargo, algunos sirven como

portaretratos o cofres, es decir no existe una variedad de usos que puedan brindar dentro de un hogar (Ver Anexo N° 8).

#### **3.4.2.1 Tendencia del consumidor por sustituir**

La mayoría de las personas hoy en día buscan adquirir productos que sean novedosos e innovadores. Según la señora Emperatriz Benavides comerciante de un local de artesanías menciona que, las personas al momento de la compra desean artículos que tengan diseños atractivos y sobre todo que tengan innovación en su creación y terminados (Ver Anexo N° 9). Esto representa que quienes opten por incrementar un nuevo negocio deben poseer características de innovación para poder atender las necesidades de los clientes. Esto significa que, quienes adquieren artículos para decoración siempre buscan algo que sea diferente a los que se han ofertado siempre en el mercado.

#### **3.4.2.2 Costo o facilidad del comprador**

Algo importante que menciona la señora Benavides es que, la mayoría de sus clientes buscan productos que tengan un precio accesible. Pero también existen quienes a pesar del precio prefieren mirar la calidad de la artesanía (Ver Anexo N° 9). Esto representa que los clientes buscan bienes que satisfagan una necesidad, y que al mismo tiempo no genere un gasto muy elevado. También señala que, existen personas que valoran el trabajo manual y sin importar el precio lo adquieren mirando el diseño y la hermosa decoración que les brindará en sus hogares.

#### **3.4.2.3 Nivel de diferenciación**

Cada local comercial de artesanías es especializado en la fabricación de artículos en diferentes tipos de materiales. Estos productos son elaborados a base de cerámica, madera, tela y otros, lo que significa que ningún negocio trabaja con materiales reciclables (Ver Anexo N° 10). Esto puede ser ventajoso para la microempresa, porque de esta manera se podrá atender a otro tipo de segmento el cual no se haya atendido con la creación de productos sustitutos

existentes. Otro aspecto para tomar en cuenta es que varios artículos tienen acabados realizados mediante el empleo de maquinaria lo cual representa una desventaja, debido a que las muñecas serán elaboradas de forma manual y solo se utilizará maquinaria para la confección de las prendas de vestir.

### **3.4.3 Nuevos entrantes**

Es necesario realizar un análisis de los factores que inciden en el ingreso de nuevos negocios, permitiendo determinar el nivel de competencia que puede existir posteriormente.

#### **3.4.3.1 Inversión de capital**

El monto de recurso económico que se necesita para poner en marcha un negocio es un factor que se debe analizar detenidamente. La economista Linto hace referencia que para implementar un negocio se debe contar con un recurso mínimo para poder adquirir maquinaria e insumos necesarios que permitan el buen desempeño de las actividades comerciales. Por lo tanto, estima que para poner un negocio de artesanías se requiere alrededor de \$3.000 a \$5.000 (Ver Anexo N° 7). Esto significa que se necesitaría de la obtención de un crédito para poder financiar la inversión inicial del negocio.

#### **3.4.3.2 Acceso a tecnología**

En la actualidad la tecnología es una herramienta que se debe tomar en cuenta al momento de iniciar un negocio. Pero al mismo tiempo significa contar el recurso económico necesario para implementarlo en la empresa. Según la señora Benavides, los beneficios que brinda esta herramienta es que facilita la obtención y el almacenamiento de la información. También se puede entender como el uso de maquinaria que permita el mejoramiento de procesos productivos (Ver Anexo N° 9). Todo aquel negocio que utilice adecuadamente la tecnología podrá ser competitivo en el mercado, debido a que también se puede realizar transacciones

económicas de manera virtual, así como publicidad mediante el manejo de redes sociales. Estos recursos virtuales permiten el ahorro de tiempo y costos en las actividades comerciales.

### **3.4.3.3 Incentivos del Gobierno de Imbabura**

Los incentivos son aspectos favorables que reciben los negocios artesanales por contribuir con la economía local. De acuerdo con la economista Linto, los incentivos que está promoviendo el municipio es dotar de un puesto sin costo de arrendamiento para la comercialización de los productos que son el resultado de emprendimientos. Además, proveen de publicidad gratuita para que se conozcan las artesanías y manualidades que se fabrican en la ciudad, permitiendo mejorar la economía empresarial y local. Sin embargo, no hay que dejar de lado, que existen constantes ferias que permiten la participación de artesanos y emprendedores, en donde turistas locales y nacionales conozcan y adquieran estos productos (Ver Anexo N° 7).

### **3.4.4 Proveedores**

Es muy importante analizar las características de los proveedores para tener un conocimiento sobre cómo trabajan en el mercado y los beneficios que otorgarán a la microempresa.

#### **3.4.4.1 Número de proveedores en el sector**

Para determinar quiénes serán los proveedores de la materia prima para la fabricación de las muñecas se ha realizado una investigación de campo para identificarlos. Los principales proveedores serán:

### **Cuadro 5.**

#### **Proveedores de materia prima**

<b>Materia prima</b>	<b>Propietario</b>	<b>Ciudad</b>
Botellas plásticas	Universidad Técnica del Norte	Ibarra
	D'GUSTA	Ibarra
Retazos de tela	Confecciones Paty	Ibarra
	Confel	Atuntaqui
Retazos de lana	Brapin Tejidos	Ibarra
	TEJIDOS KATTY	Atuntaqui
	Elan	Atuntaqui
Cartón	Danec	Ibarra
	Multiservicios Juan de la Cruz	Ibarra
Alambre	ALMACENES FERRO ELÉCTRICO S.A.	Ibarra
	Almacenes El Perno	Ibarra
Cinta, encaje, mullos, barras de silicona	IVETH Novedades	Ibarra
	Astra	Ibarra
	Novedades María	Ibarra

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

Para la selección de los mejores proveedores se tomará en cuenta el precio, calidad y formas de pago. Esto permitirá la reducción de costos en la producción.

#### **3.4.4.2 Poder de decisión en el precio**

El precio es un condicionante que puede generar mayores costos en la adquisición de los productos. En lo que respecta a botellas plásticas los precios no serán elevados debido a que

varias de ellas son desechadas como basura, pero la microempresa los utilizará para la creación de las muñecas. En los almacenes textiles existirá un precio de acuerdo con la cantidad de material que desee adquirir, mientras lo que es alambre, cintas, silicona, mullos, los almacenes tienen un precio ya establecido para este tipo de artículos en los cuales no se podrá negociar. Para el cartón se negociará con las empresas distribuidoras de productos que utilizan este tipo de embalaje para su transporte hacia las tiendas de barrio.

#### **3.4.4.3 Amenaza de integrarse en la cadena**

La señora Eva Ayala comerciante de artesanías menciona que, la existencia de posibilidad de que los proveedores de materia prima se dediquen a la fabricación de muñecas es muy escasa, debido a que ellos ya tienen sus negocios establecidos en el mercado (Ver Anexo N° 11). Al contrario, si se los toma como aliados en un tiempo futuro concederán descuentos en la compra de los productos y nos proveerán de mejores productos para el negocio. De esta forma no existe amenaza por parte de los proveedores para la microempresa.

#### **3.4.5 Compradores**

Los compradores son un elemento principal para el crecimiento de la empresa. Depende de ellos que existan ventas en donde se pueda obtener ganancias en la producción de las muñecas. Por lo tanto, identificar las características permite satisfacer sus necesidades.

##### **3.4.5.1 Concentración de compradores**

Mientras más compradores existan, mayores ingresos se obtendrán. La señora Eva Ayala comerciante de artesanías menciona que la mayor cantidad de compradores que existen para adquirir estos artículos es alrededor de 30 a 40 personas mensuales (Ver Anexo N° 11). Este representa un indicador del número de clientes potenciales que tendrá la microempresa al mes.

### **3.4.5.2 Monto de compras**

El monto de compras permite verificar cuánto están dispuestos a gastar en la adquisición de artesanías. También si se lleva un registro de las ventas que se realicen se puede conocer si se obtienen pérdidas o ganancias. Según la señora Ayala un monto aproximado de ventas semanales es de \$30 a \$40 (Ver Anexo N° 11). Este indicador permite tener una visión sobre la cantidad de ventas que podría realizar la microempresa. Mientras mayor diversidad de productos se tengan, mayor nivel de ventas se generará.

### **3.4.5.3 Amenaza de integrarse en la cadena**

Se considera que no existe una amenaza por parte de los compradores para dedicarse a la fabricación de muñecas decorativas. Muchas personas gustan de las artesanías, pero prefieren comprarlas que dedicarse a elaborarlas personalmente. Según la señora Ayala comerciante de artesanías señala que pocas personas preguntan sobre la forma de elaboración de los artículos, lo que prefieren es encontrar productos que sean de su agrado y que las puedan utilizar para regalos o para la decoración de sus hogares (Ver Anexo N° 11).

### **3.4.5.4 Exigencia de calidad**

La señora Benavides señala que, las personas en el momento de la compra exigen que el producto que vaya a adquirir sea de calidad. Esto significa que, buscan que el artículo cumpla con características específicas de su gusto para que pueda satisfacer su necesidad, permitiendo sentirse conforme con el producto adquirido (Ver Anexo N° 9). Por lo tanto, actualmente las personas están optando por comprar aquellas artesanías que sean innovadoras y que al mismo tiempo les brinden una funcionalidad dentro de sus hogares.

### **3.5 Análisis de la Oferta**

La oferta que existe de artesanías permite identificar quienes son nuestros competidores, identificando que ventajas y desventajas poseen para aprovechar sus puntos débiles en la oferta de los productos que fabricará la microempresa.

#### **3.5.1 Ubicación de empresas que ofertan**

Las empresas y locales que fabrican y comercializan artesanías se encuentran ubicados en diferentes lugares de la ciudad (Ver Anexo N° 12). La ubicación es un factor importante para tomar en cuenta, porque depende de donde se encuentre el local para que las personas tengan un fácil acceso a los productos que se ofertan. Por lo tanto, cada implementación de un nuevo negocio al mercado debe buscar el mejor lugar para ofertar y promocionar sus productos con mayor facilidad.

#### **3.5.2 Puntos fuertes y puntos débiles de la competencia**

Los locales comerciales de artesanías tienen sus ventajas y desventajas en el mercado. Dentro de los puntos fuertes es que varias de ellas fabrican el producto de acuerdo con un pedido por parte de sus clientes, de esta manera los productos se realizan de forma personalizada, lo que permite ser preferido frente a las demás y, por otro lado, se llega a cumplir en su totalidad la exigencia propuesta. Las personas fabrican sus artículos en base a diferentes tipos de materiales como madera, tela, cerámica, permitiendo tener una variedad de artículos para la elección por parte del consumidor. Un punto débil de la competencia es que fabrican el mismo modelo de artículo, lo cual no presenta innovación en la creación de sus artesanías (Ver Anexo N° 13).



### **3.5.3 Acciones para posicionarse**

Según la señora Ayala, una de las principales acciones que ha realizado la competencia es obtener una alianza con el municipio, en donde este apoya a los emprendimientos y artesanos que son quienes contribuyen al movimiento económico en la ciudad. Varios de los negocios están optando por la creación de una página web que debido al uso de la tecnología en la actualidad las personas prefieren informarse de forma virtual, en donde se puede aprovechar para promocionar y vender los productos artesanales (Ver Anexo N° 11). Estos negocios también buscan mantener un trato cordial con el cliente, debido a que eso es lo que falta en la mayoría de los locales comerciales.

### **3.5.4 Segmentos que atienden**

Según la señora Benavides comerciante de artesanías menciona que estos negocios se encuentran enfocados a todo el público, debido a que buscan ser preferidos en las compras que realicen (Ver Anexo N° 9). Este es un aspecto favorable permitiendo satisfacer la necesidad de todo aquel que desee adquirir un artículo elaborado manualmente, por lo tanto, debe existir una variedad de productos para lograr este objetivo.

### **3.5.5 Estimación del volumen de la Oferta**

Se ha determinado que según el Catastro del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra existen alrededor de 111 locales que ofertan artesanías en la ciudad de Ibarra. En donde cada local vende un monto aproximado de 40 productos al mes y que, en ocasiones especiales como el día de la madre, San Valentín, navidad venden mayor cantidad de productos. Esto da un total aproximado de volumen de oferta al mes de 4.440 artesanías y 53.280 al año.

Para la proyección de la oferta se utiliza el 3.80% del PIB, que es el dato obtenido del boletín del Banco Central del Ecuador a noviembre del 2017. La proyección se hará para los próximos 5 años.

**Tabla 3.**

***Proyección de la oferta***

<b>VARIABLE</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
OFERTA	53.280	55.305	57.406	59.588	61.852	64.202

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

### **3.6 Análisis de la Demanda**

Luego de la aplicación de las encuestas se procede a tabular y a realizar un análisis de los resultados obtenidos.

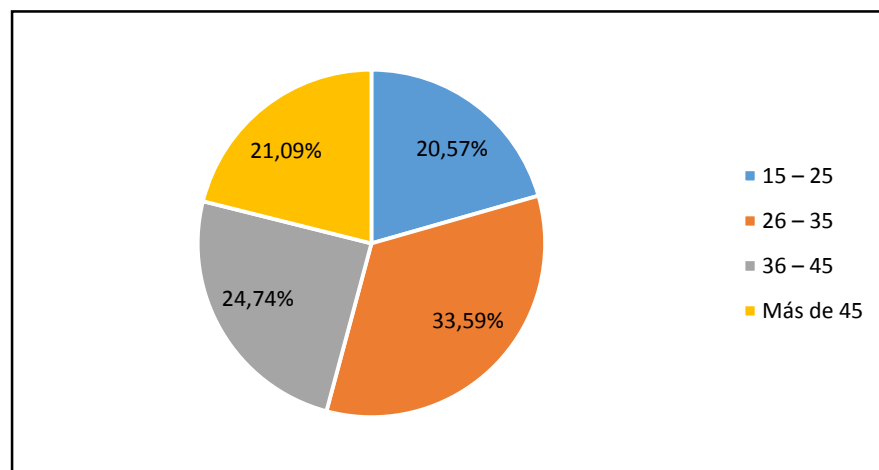
### 3.6.1 Edad

**Tabla 4.**

*Edad*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15 – 25	79	20.57%
26 – 35	129	33.59%
36 – 45	95	24.74%
Más de 45	81	21.09%

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018



**Figura 1. Edad**

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

#### **Análisis:**

De acuerdo con las encuestas aplicadas la tercera parte de la población se encuentra en el rango de edad de 26 a 35 años los cuales tienen mayor acogida para las muñecas elaboradas con material reciclable. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que este producto es para uso de las personas de todas las edades, debido a que las muñecas tendrán diferentes usos, por lo que se podría atender a todas las diferentes edades.

### 3.6.2 Género

*Tabla 5.*

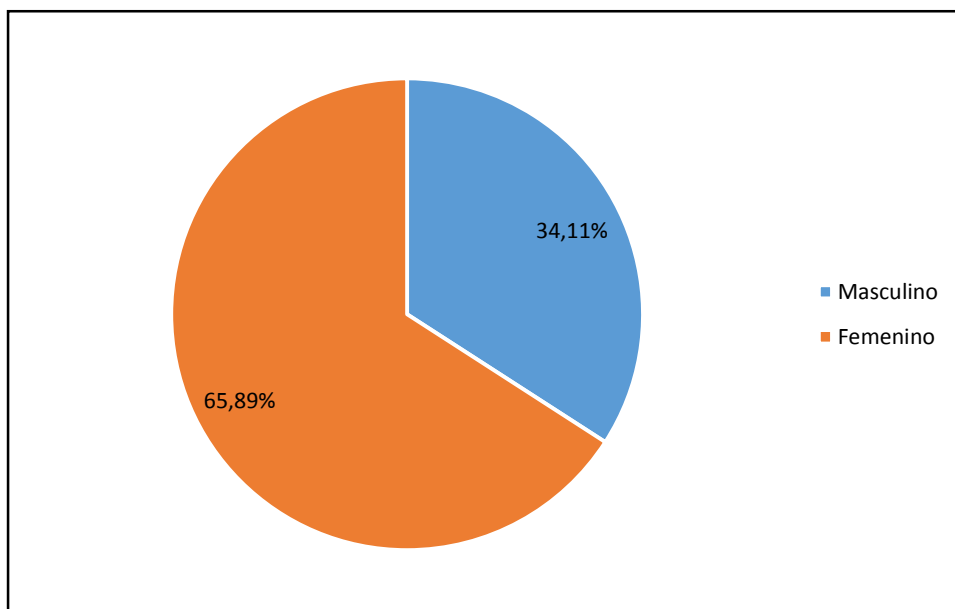
#### *Género*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	131	34.11%
Femenino	253	65.89%

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018



**Figura 2. Género**

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

### **Análisis**

De acuerdo con las encuestas aplicadas la mayor población se encuentra representada por mujeres, quienes serán nuestros potenciales clientes que comprarán los productos que va a ofertar la microempresa. Además, las mujeres son quienes más se preocupan o gustan de la decoración de sus hogares con artículos llamativos y novedosos, permitiendo identificar la existencia de mercado para las muñecas decorativas.

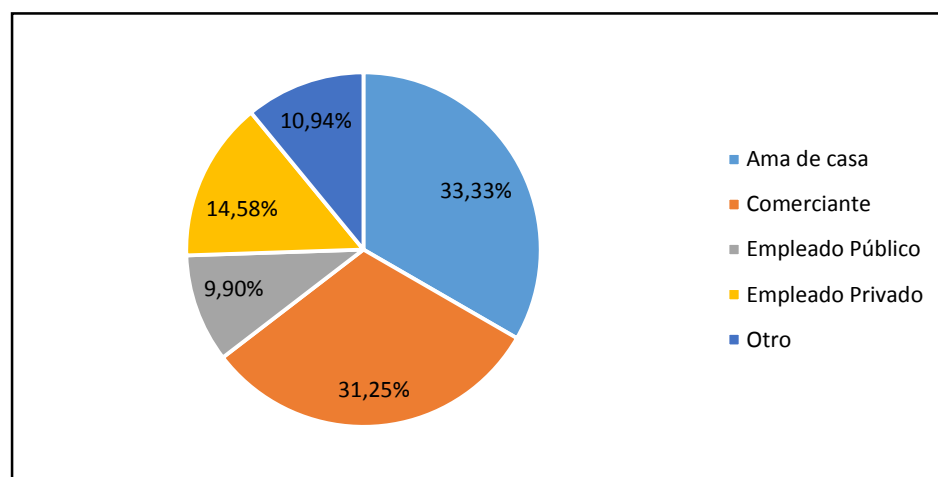
### 3.6.3 Actividad

**Tabla 6.**

**Actividad**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ama de casa	128	33.33%
Comerciante	120	31.25%
Empleado público	38	9.90%
Empleado privado	56	14.58%
Otro	42	10.94%

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018



**Figura 3. Actividad**

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

### Análisis

Según los resultados obtenidos la tercera parte de la población son amas de casa, esto significa que ellas serán quienes adquieran las muñecas para decorar sus hogares. Además, alrededor de la otra tercera parte están los comerciantes que optarían por adquirir estos productos para revenderlos en sus negocios. También cerca de la quinta parte se encuentran los empleados privados que utilizarían estos artículos para decorar sus lugares de trabajo.

### 3.6.4 Preferencia por artesanías

*Tabla 7.*

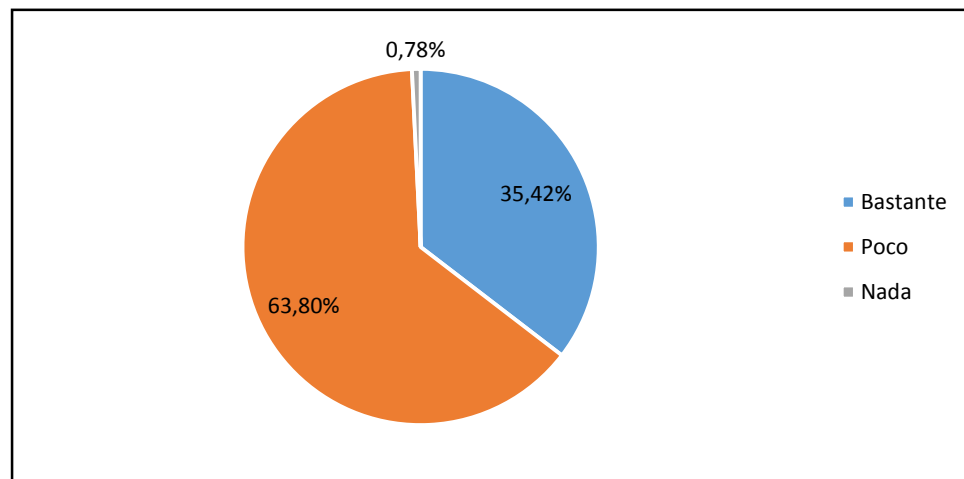
*Preferencia por artesanías*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bastante	136	35.42%
Poco	245	63.80%
Nada	3	0.78%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Año: 2018



*Figura 4. Preferencia de artesanías*

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Año: 2018

### Análisis

La mayoría de la población encuestada señala que le gusta adquirir en poca cantidad las artesanías para decorar sus hogares. La tercera parte de la población señala que si le gusta adquirir bastantes productos elaborados manualmente. Esto refleja que, si existe una preferencia por el consumo de artesanías, lo que representaría la existencia de un mercado para las muñecas decorativas.

### 3.6.5 Tipo de material de las artesanías

**Tabla 8.**

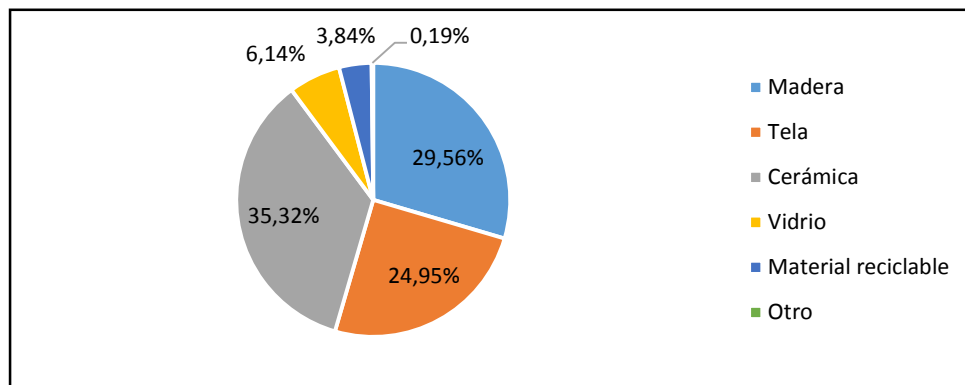
**Tipo de material de las artesanías**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Madera	154	29.56%
Tela	130	24.95%
Cerámica	184	35.32%
Vidrio	32	6.14%
Material reciclable	20	3.84%
Otro	1	0.19%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Año: 2018



**Figura 5. Tipo de material de las artesanías**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Año: 2018

### Análisis

De los resultados obtenidos se obtiene que la tercera parte de la población le gusta adquirir artesanías a base de cerámica. Alrededor de la otra tercera parte señala que adquiere artículos de madera y en un porcentaje menor prefiere de tela. Además, se observa que un mínimo porcentaje adquiere productos a base de material reciclable por lo que están implementándose este tipo de artesanías con este tipo de materia prima. Esto representa un aspecto favorable para el negocio debido a que se fabricarán muñecas para la decoración de los hogares con materiales reciclables, permitiendo tener acogida por la población.

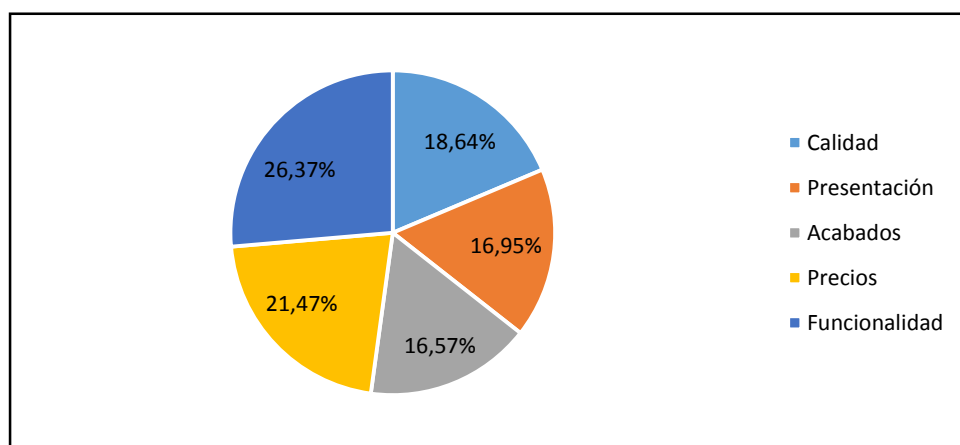
### 3.6.6 Aspectos que toma en cuenta en sus compras

*Tabla 9.*

*Aspectos que toma en cuenta en las compras*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	99	18.64%
Presentación	90	16.95%
Acabados	88	16.57%
Precios	114	21.47%
Funcionalidad	140	26.37%

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2018



*Figura 6. Aspectos que toma en cuenta en las compras*

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2018

### Análisis

Alrededor de la cuarta parte de la población encuestada señala que en el momento de la compra lo que prefieren es la funcionalidad que les brindará el artículo que adquieren, debido a que ellos buscan comprar productos que los puedan utilizar en las diferentes áreas del hogar. Además, la quinta parte señala que se preocupan por el precio del producto.



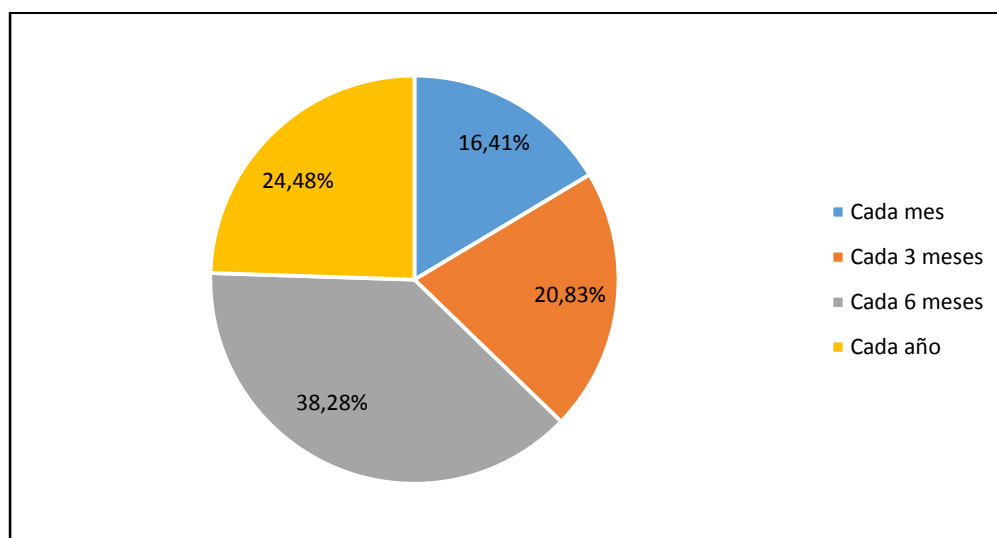
### 3.6.7 Frecuencia de compra

*Tabla 10.*

*Frecuencia de compra*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cada mes	63	16.41%
Cada 3 meses	80	20.83%
Cada 6 meses	147	38.28%
Cada año	94	24.48%

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018



*Figura 7. Frecuencia de compra*

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

### Análisis

Alrededor de la tercera parte de la población encuestada señala que le gusta adquirir artesanías cada 6 meses, un indicador que permite identificar que durante este lapso las personas pueden adquirir nuevos productos para la decoración de sus hogares. La quinta parte señala que adquiere artesanías cada 3 meses, aspecto que permite conocer el tiempo en que los clientes volverán a adquirir una muñeca decorativa.

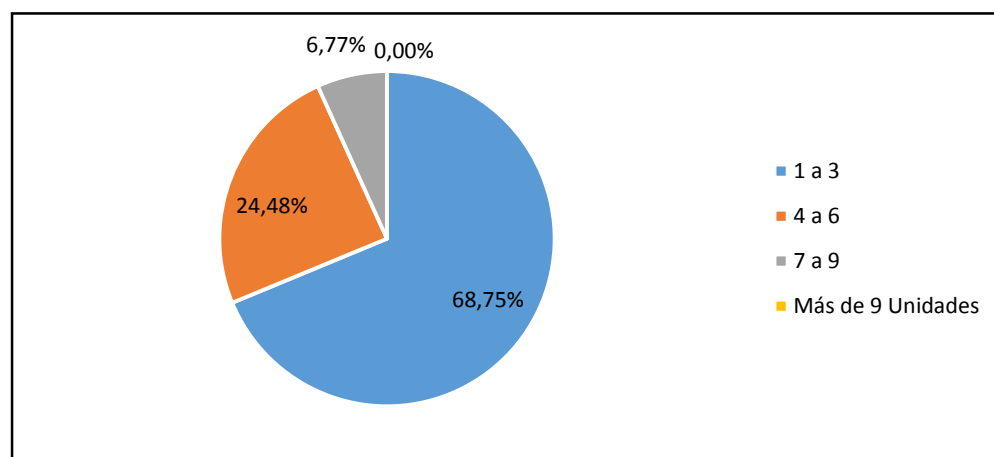
### 3.6.8 Cantidad de compra

*Tabla 11.*

*Cantidad de compra*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 3	264	68.75%
4 a 6	94	24.48%
7 a 9	26	6.77%
Más de 9 unidades	0	0.00%

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018



**Figura 8. Cantidad de compra**

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

### **Análisis**

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, la mayoría de las personas prefieren adquirir de 1 a 3 unidades en cada compra que realizan, además una cuarta parte de los encuestados, indica que adquieren de 4 a 6 unidades en cada compra. Este indicador es de gran importancia para la empresa, debido a que de esta forma se podrá determinar la cantidad de muñecas decorativas que van a adquirir los clientes en cada compra que realicen en la microempresa.

### 3.6.9 Inversión en artesanías

Tabla 12.

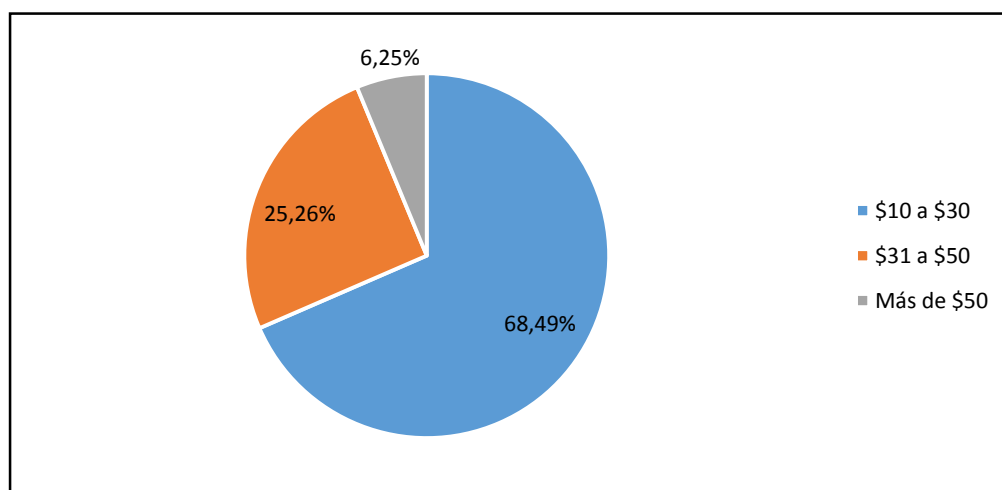
#### *Inversión en artesanías*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$10 a \$30	263	68.49%
\$31 a \$50	97	25.26%
Más de \$50	24	6.25%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Año: 2018



**Figura 9. Inversión en artesanías**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Año: 2018

#### **Análisis**

De los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, la mayoría de la población indica que, el monto de dinero que invierte cada vez que adquiere artesanías es de \$10 a \$30. Es decir, este rango de precios indica el valor al que estarían dispuestos a adquirir las muñecas decorativas que se van a ofertar. Alrededor de la cuarta parte de la población señala que invierten en artículos artesanales montos de \$31 a \$50.

### 3.6.10 Lugar de adquisición de artesanías

*Tabla 13.*

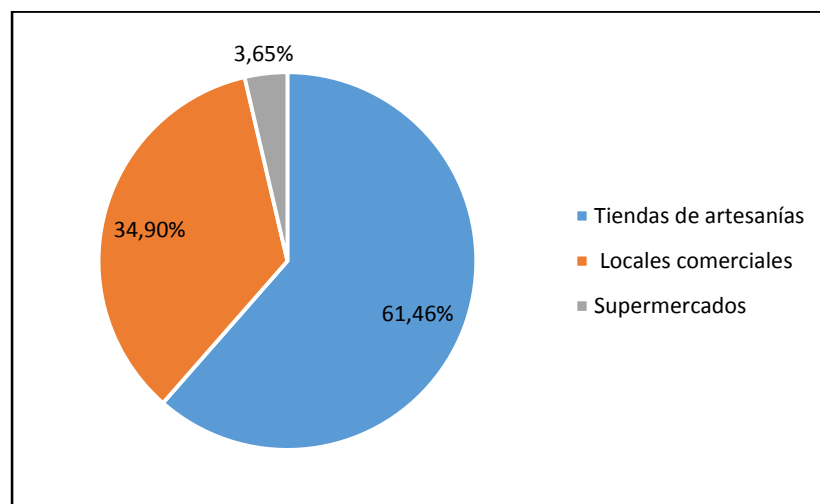
*Lugar de adquisición de artesanías*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas de artesanías	236	61.46%
Locales comerciales	134	34.90%
Supermercados	14	3.65%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Año: 2018



*Figura 10. Lugar de adquisición de artesanías*

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Año: 2018

### Análisis

La mayoría de las personas encuestadas indican que el lugar donde prefieren adquirir artículos artesanales son las tiendas de artesanías, es decir, es un aspecto que favorece a la microempresa debido a que fabricarán y se comercializarán las muñecas en una tienda de artesanías. Por otro lado, la tercera parte de los encuestados indican que le gusta adquirir este tipo de artículos en locales comerciales.

### 3.6.11 Persona influyente en la adquisición de artesanías

Tabla 14.

Persona influyente en la adquisición de artesanías

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Padre	31	7.62%
Madre	278	68.30%
Hijo	22	5.41%
Hija	76	18.67%

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2018

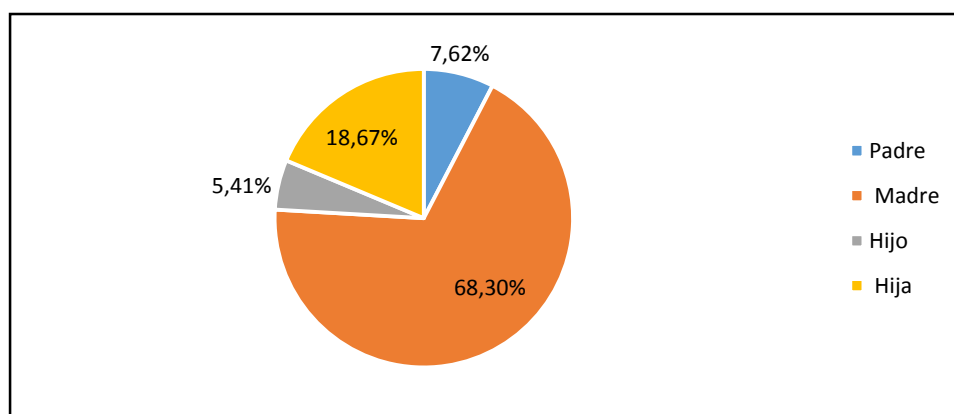


Figura 11. Persona influyente en la adquisición de artesanías

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2018

#### Análisis

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, la mayoría de las personas que deciden la compra de los artículos para decorar el hogar son las madres. Ellas son quienes tienen mayor aptitud para la decoración. Además, alrededor de la quinta parte de los encuestados señala que las hijas también participan en la compra de artesanías que les brinde una decoración en sus hogares. De esta forma se puede apreciar que las mujeres son quienes más gustan por la decoración.

### 3.7 Análisis del Marketing Mix

#### 3.7.1 Preferencia por el producto

Tabla 15.

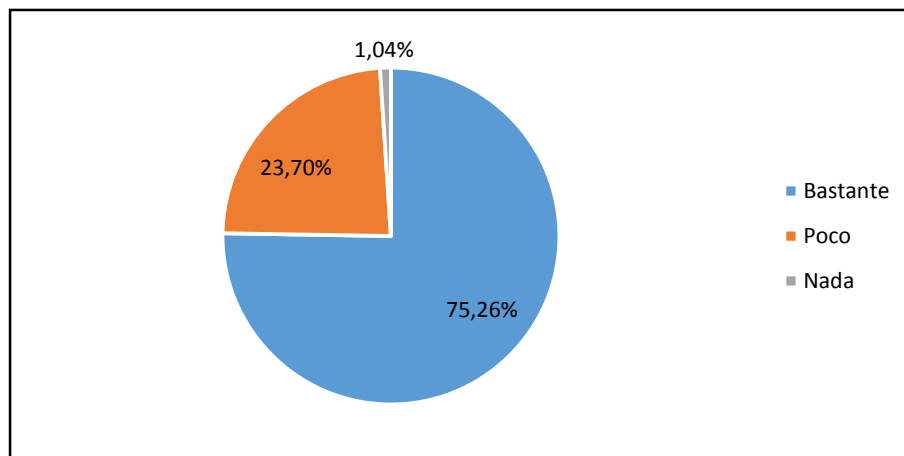
*Preferencia por el producto*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bastante	289	75.26%
Poco	91	23.70
Nada	4	1.04%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Año: 2018



**Figura 12. Preferencia por el producto**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Año: 2018

#### Análisis

De acuerdo con las encuestas aplicadas la mayoría de las personas encuestadas señalan que les gustaría adquirir bastantes muñecas fabricadas con material reciclable, mientras que alrededor de la cuarta parte de la población indica que le gustaría adquirir pocas muñecas. Esto significa que si existe acogida para estas muñecas en el mercado. Además, que estas tendrán diseños novedosos e innovadores que llamen la atención de los clientes.

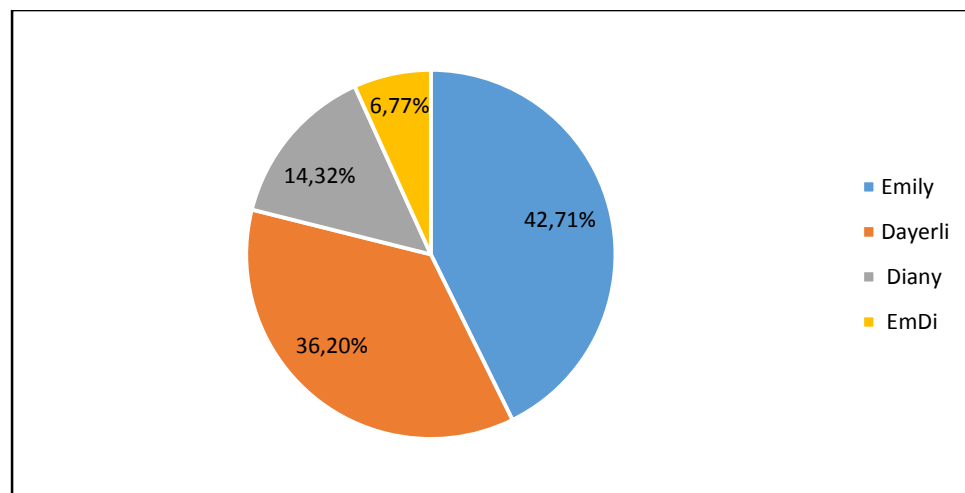
### 3.7.2 Marca de preferencia

**Tabla 16.**

**Marca de preferencia**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Emily	164	42.71%
Dayerli	139	36.20%
Diany	55	14.32%
EmDi	26	6.77%

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018



**Figura 13. Marca de preferencia**

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

### Análisis

La mayoría de las personas encuestadas señalaron que la marca que tendría mayor impacto para las muñecas decorativas con material reciclable es Emily, nombre que se colocará en las etiquetas de las muñecas para su comercialización. Este nombre será considerada como la marca que permita dar a conocer estas artesanías en la ciudad.

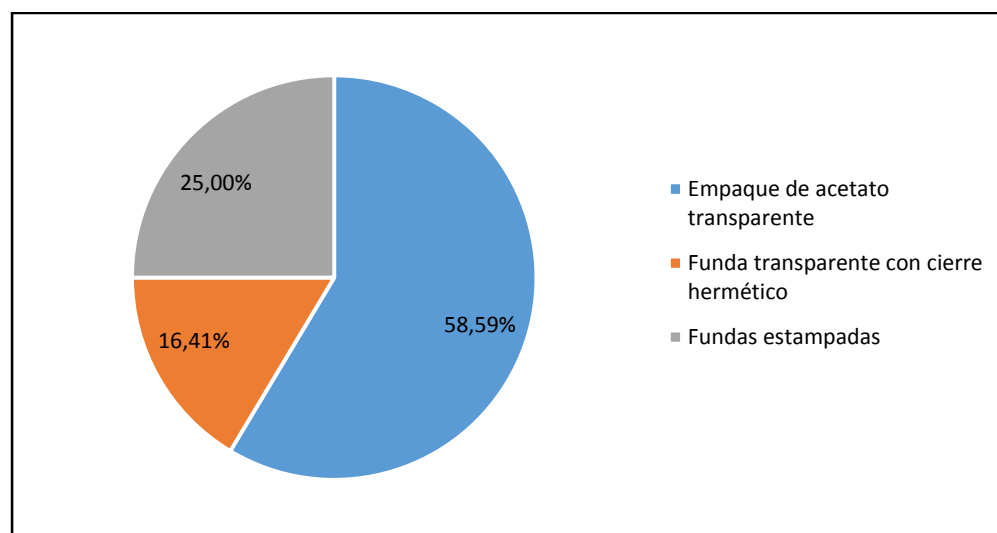
### 3.7.3 Tipo de empaque

*Tabla 17.*

*Tipo de empaque*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empaque de acetato transparente	225	58.59%
Funda transparente con cierre hermético	63	16.41%
Fundas estampadas	96	25.00%

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2018



**Figura 14. Tipo de empaque**

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2018

### Análisis

Luego de haber tabulado las encuestas, se ha obtenido como resultado que la mayoría de la población les gustaría que el empaque para la exhibición y venta de las muñecas sea de acetato transparente. Por lo tanto, este empaque tendrá un diseño atractivo que permita exhibir de forma llamativa las muñecas que ofertará la microempresa.



### 3.7.4 Decisión del precio de la muñeca pequeña

Tabla 18.

Decisión del precio de la muñeca pequeña

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	195	50.78%
6	158	41.15%
8	31	8.07%
10	0	0%
12	0	0%

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2018

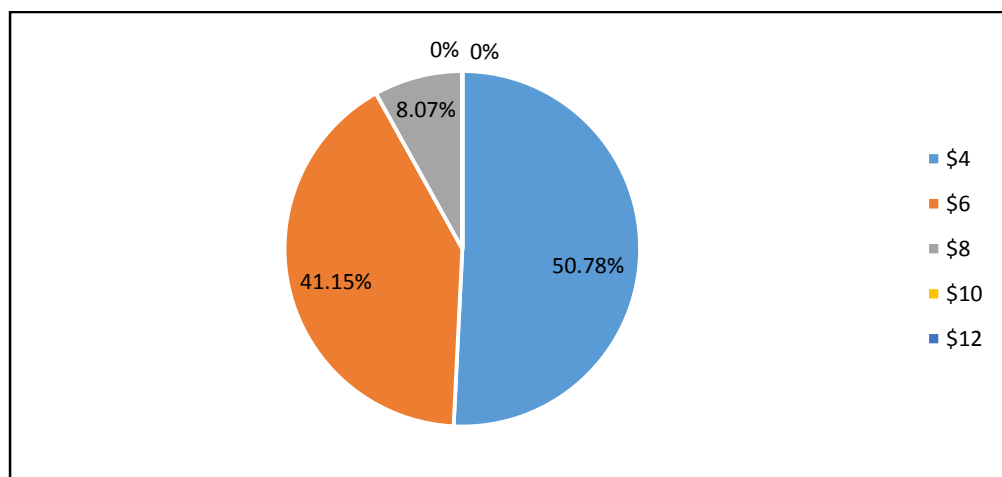


Figura 15. Decisión del precio muñeca pequeña

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2018

### Análisis

De las opciones de precios propuestos para la muñeca pequeña, la mitad de la población encuestada ha señalado que prefieren el precio de \$4. Esto se tomará en cuenta para que las muñecas se encuentren a precios accesibles para los consumidores, permitiendo de esta manera la generación de mayores ventas.

### 3.7.5 Decisión del precio para la muñeca mediana

Tabla 19.

Decisión del precio de la muñeca mediana

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	2	0.52%
6	144	37.50%
8	178	46.35%
10	60	15.63%
12	0	0%

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2018

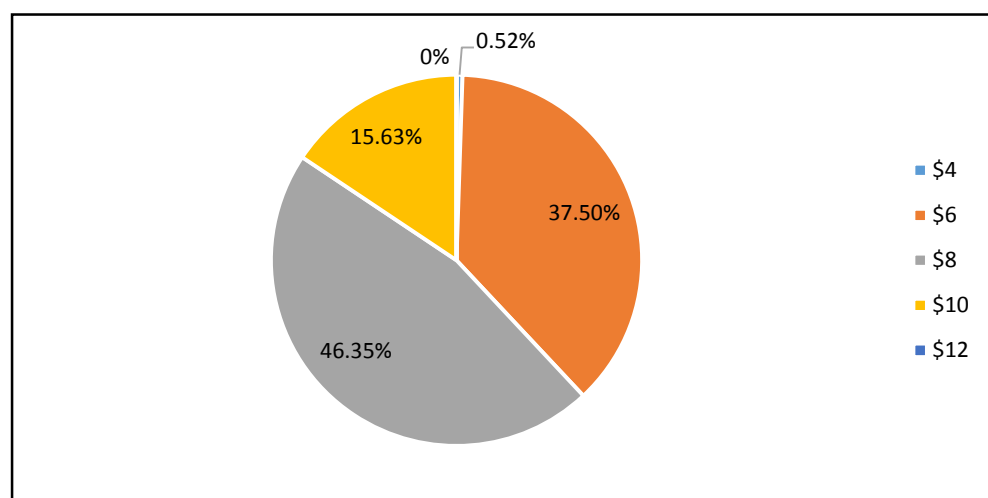


Figura 16. Decisión del precio muñeca mediana

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2018

### Análisis

De los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, se ha determinado que alrededor de la mitad de la población desea que la muñeca mediana tenga un precio de \$8. Esto se debe tomar en cuenta para que este tamaño de muñeca tenga acogida en el mercado.

### 3.7.6 Decisión del precio para la muñeca grande

Tabla 20.

Decisión del precio para la muñeca grande

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	0	0%
6	8	2.08%
8	125	32.55%
10	141	36.72%
12	110	28.65%

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2018

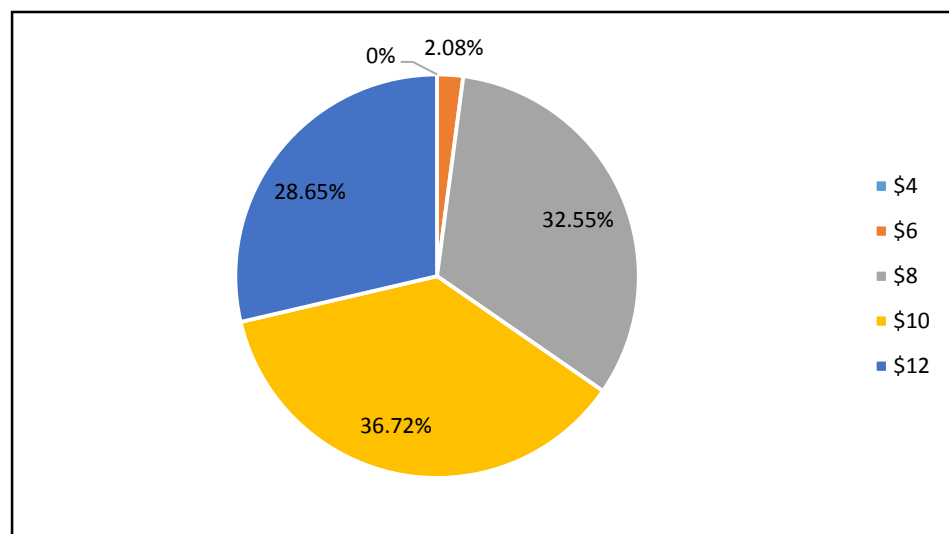


Figura 17. Decisión del precio muñeca grande

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2018

### Análisis

De los resultados de las encuestas aplicadas, la tercera parte de la población ha señalado que para este tamaño de muñeca el precio sea de \$10. Este precio se tomará en cuenta para que las muñecas grandes tengan acogida en el mercado.

### 3.7.7 Lugar de comercio de artesanías

*Tabla 21.*

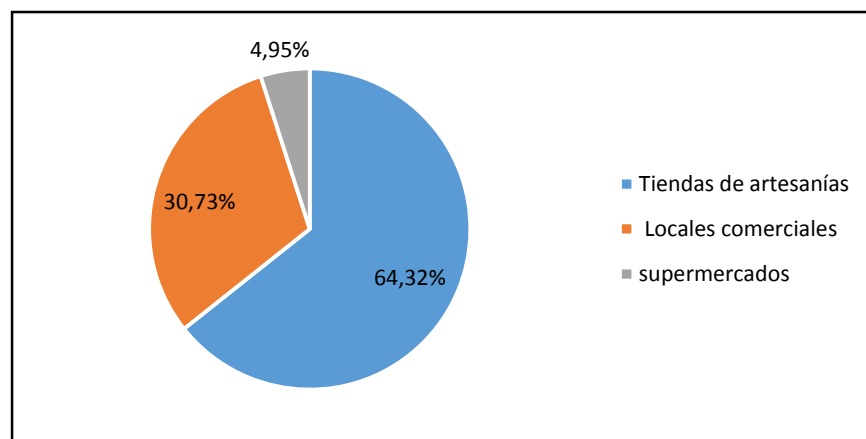
#### *Lugar de comercio de artesanías*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas de artesanías	247	64.32%
Locales comerciales	118	30.73%
Supermercados	19	4.95%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Año: 2018



*Figura 18. Lugar de comercio de artesanías*

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Año: 2018

#### **Análisis**

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, más de la mitad de la población le gustaría adquirir las muñecas decorativas en tiendas de artesanías. Por lo tanto, este será un aspecto por considerar para el lugar donde se vayan a ofertar estos productos. De esta forma las personas podrán acudir a la tienda en donde puedan adquirir una variedad de diseños de muñecas que las puedan utilizar para la decoración de su hogar.

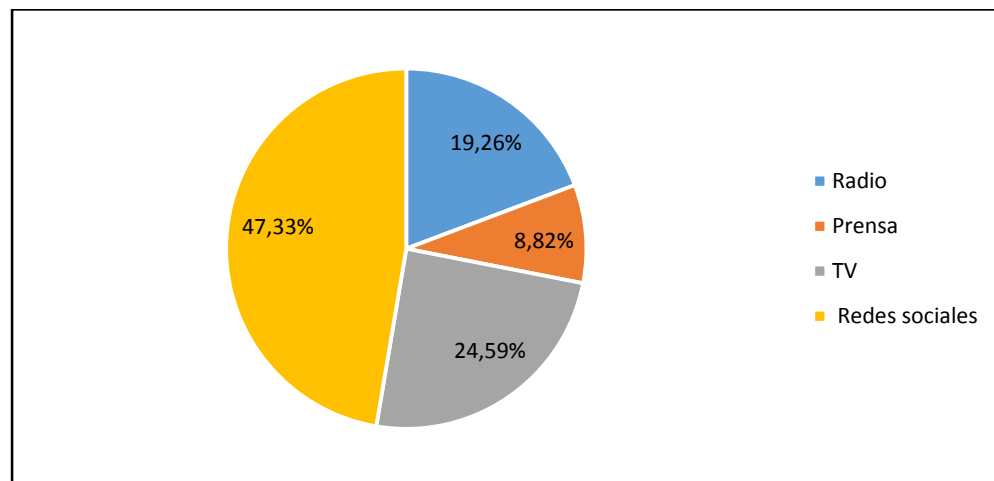
### 3.7.8 Medios publicitarios

*Tabla 22.*

*Medios publicitarios*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	83	19.26%
Prensa	38	8.82%
TV	106	24.59%
Redes sociales	204	47.33%

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018



**Figura 19. Medios publicitarios**

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

### Análisis

De acuerdo con las encuestas aplicadas, alrededor de la mitad de las personas encuestadas señalan que les gustaría que se les informe sobre este tipo de artesanía en las redes sociales. Esto se presenta, debido a que la población es joven y prefieren el uso de la tecnología, un medio que hoy en día brinda de mayor facilidad y acceso a la comunicación.

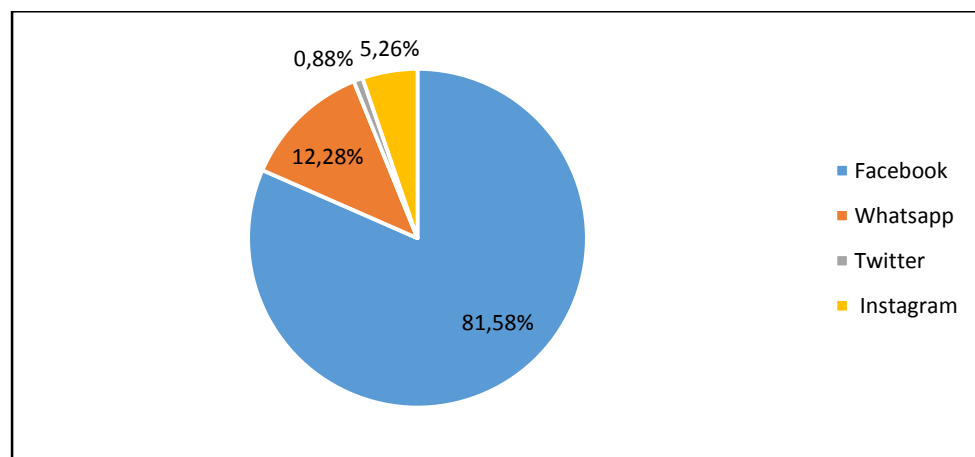
### 3.7.9 Red social preferida

**Tabla 23.**

**Red social preferida**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	186	81.58%
Whatsapp	28	12.28%
Twitter	2	0.88%
Instagram	12	5.26%

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018



**Figura 20. Red social preferida**

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

### Análisis

Según los resultados obtenidos de las encuestas, se obtiene que la mayoría de la población prefiere el uso de la red social Facebook para que se le comunique sobre las novedades de la creación de estos productos. Además, que al contar con una página web se podrá tener mayor contacto con el cliente, en donde podrán realizar sugerencias sobre el tipo de producto que desee adquirir.

### 3.8 Estimación del Volumen de la Demanda

La población objetivo se encuentra conformada por los hogares de la ciudad de Ibarra, el total es de 59.899 hogares. Luego de la realización del estudio de mercado se ha determinado una aceptación del 75.26%, lo que representa que 45.080 hogares serían los clientes de artesanías. También, de acuerdo a la frecuencia de consumo se evidencia que un 16.41% adquiere de forma mensual, considerando que adquieren un artículo en cada compra que realicen. Entonces, la estimación del volumen de la demanda es de 7.396 artesanías mensuales que los locales deben cubrir y 88.752 anuales.

**Tabla 24.**

#### *Proyección de la demanda*

VARIABLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEMANDA	88.752	91.086	93.481	95.940	98.463	101.053

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

#### 3.8.1 Balance Oferta/Demanda

Para la realización de la proyección de la oferta y la demanda es necesario utilizar dos porcentajes. El primero es el 3.80% del crecimiento del Producto Interno Bruto que se lo empleará para la proyección de la oferta, mientras que para la demanda será el 2.63%, porcentaje que corresponde al crecimiento de la población de Ibarra.

**Tabla 25.**

#### *Proyección de la oferta y demanda*

VARIABLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OFERTA	53,280	55,305	57,406	59,588	61,852	64,202
DEMANDA	88,752	91,086	93,481	95,940	98,463	101,053
<b>DÉFICIT</b>	<b>-35,472</b>	<b>-35,781</b>	<b>-36,075</b>	<b>-36,352</b>	<b>-36,611</b>	<b>-36,850</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

De acuerdo con los cálculos realizados para la proyección de la oferta y la demanda, se ha determinado que existe un déficit. Esto significa que, como existe bastante demanda y poca oferta de las artesanías, con la implementación de la microempresa se puede satisfacer a la demanda insatisfecha.

### **3.9 Conclusiones del Estudio de Mercado**

- Se determinó que en la variable de competidores no existe un competidor directo para la microempresa, pero si existe una competencia indirecta debido a la gran cantidad de locales comerciales de artesanías que se dedican a la fabricación y comercialización de artesanías elaboradas con diferentes tipos de materiales como madera, cerámica, tela, entre otros.
- Referente a los productos sustitutos, se identificó que existen una variedad de artículos sustitutos como muñecas para centros de mesa, adornos con forma de hadas, perros, pájaros, niños, cascadas. Pero lo que más atrae la atención a los consumidores es el precio y la calidad de estos productos. Pero un aspecto que se debe tomar en cuenta es que la mayoría de estos artículos solo tienen la función de adorno y muy pocos con función de uso. Por lo tanto, las muñecas que se van a fabricar serán para adorno del hogar y al mismo tiempo tendrán una función diferente a los productos sustitutos.
- Para los nuevos entrantes que deseen implementar su negocio en el mercado deben considerar varios factores como: el monto de la inversión que necesitan para la puesta en marcha del negocio, el uso de la tecnología que puede ser una herramienta de gran ayuda y los incentivos que promueve el gobierno local para mejorar la economía de los mismos locales, así como de la ciudad.
- En la variable de proveedores, se determinó que existe un gran número de proveedores para la materia prima, maquinaria e insumos que requiere la microempresa, pero no se



los considera como amenaza para que se integren en la producción de las muñecas, puesto que ellos ya tienen su actividad comercial establecida.

- Respecto a los compradores, se identificó que una gran cantidad de personas gustan de las artesanías, especialmente si los productos son novedosos e innovadores. A los compradores no se los considera como una amenaza en la producción de las muñecas, puesto que ellos prefieren que los productos que esperan adquirir sean realizados de manera personalizada acorde a los gustos o preferencias que tengan. Permitiendo de esta forma, captar mayor número de clientes satisfaciendo correctamente sus necesidades.
- En la oferta, se determinó que los puntos fuertes de los locales ofertantes de artesanías son que realizan los productos por pedidos satisfaciendo a su cliente y cuentan con una variedad de productos elaborados con diferentes materiales como madera, cerámica, tela; mientras que sus desventajas es que fabrican los mismos artículos sin tener una innovación, un aspecto que en la actualidad está buscando la población.
- La demanda para el negocio según los resultados obtenidos de las encuestas se pudo determinar que existe una aceptación del 75.26% por parte de la población ibarreña para la adquisición de muñecas para decoración del hogar fabricadas con materiales reciclables. Esto es favorable para el proyecto, por lo que siempre debe existir creatividad e innovación para que exista una gran acogida de estos productos en el mercado.
- Respecto al marketing mix, se estableció que en la actualidad la tecnología es de gran importancia para mantener una mejor comunicación entre todas las personas. Según los resultados de las encuestas se pudo determinar que prefieren recibir información sobre el producto mediante una página en las redes sociales, la cual de mayor preferencia es Facebook. Por lo tanto, la microempresa creará una página en esta red social que

permita tener una mayor interacción con sus clientes, en donde se pueda receptor quejas y sugerencias sobre las muñecas que se van a fabricar para satisfacer sus necesidades.

- Luego del análisis realizado de estas variables y de acuerdo al balance de oferta y demanda se ha obtenido que existe un déficit para este tipo de productos, por lo tanto, se determina que la creación de la microempresa de fabricación y comercialización de muñecas para decoración del hogar con material reciclable tiene una oportunidad en el mercado, la misma que podrá satisfacer la demanda insatisfecha de artesanías. Los productos que esta ofertará serán muñecas para decoración con una funcionalidad permitiendo tener mayor acogida por parte de aquellas personas que buscan utilizar artículos con diseños novedosos dentro de sus hogares.

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

El presente estudio técnico busca establecer los componentes principales para crear e implementar la microempresa de fabricación y comercialización de muñecas para decoración del hogar con material reciclable, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Para ello se analizó la ubicación de la microempresa, el tamaño óptimo, herramientas, equipos necesarios, materia prima, entre otros. Es decir, se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

#### 4.1 Objetivo General

Formular el estudio técnico para determinar la localización, tamaño y procesos productivos del proyecto.

#### 4.2 Localización del proyecto

##### 4.2.1 Macro localización

La microempresa tendrá como macro localización lo siguiente:

#### *Cuadro 6.*

##### *Macro localización*

<b>Ubicación geográfica</b>	<b>Descripción</b>
<b>País</b>	Ecuador
<b>Provincia</b>	Imbabura
<b>Ciudad</b>	Ibarra

Fuente: Internet

Elaborado por: La autora

Año: 2018



**Figura 21. Mapa político de Imbabura**

Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra

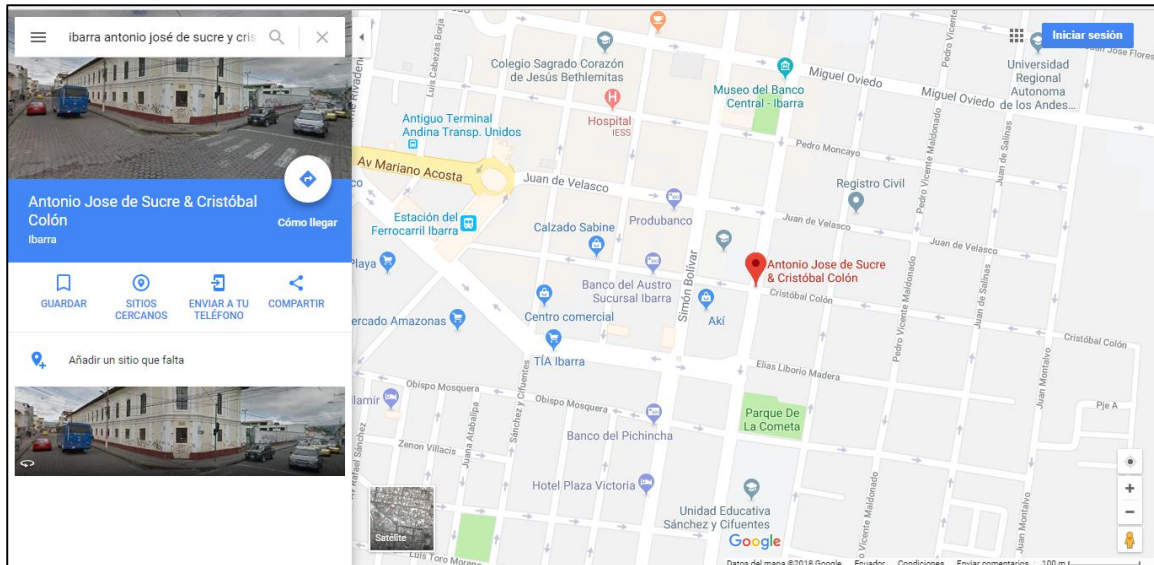
Año: 2018

La microempresa de fabricación y comercialización de muñecas para decoración del hogar estará ubicada en la República del Ecuador, provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra.

#### 4.2.2 Micro localización

La ubicación de la microempresa será en el centro de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, en las calles: Antonio José de Sucre y Cristóbal Colón. Se ha escogido esta localización por las siguientes ventajas:

- **Servicios básicos:** el local que se va a arrendar cuenta con todos los servicios básicos, lo que permite que se ejecuten de forma correcta las actividades de la microempresa.
- **Vías de acceso:** para la producción y comercialización de las muñecas, el lugar cuenta con buenas vías de acceso, permitiendo que se realicen las compras de materia prima, materiales, otros y ventas de los productos que oferte la microempresa.
- **Cercanía a mercados:** el lugar donde se ubicará la microempresa se encuentra cerca a mercados de comercialización de la ciudad, en donde se evidencia gran afluencia de compradores.



**Figura 22. Micro localización de la microempresa**

**Fuente:** Google Maps

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

### 4.3 Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto se analizó los factores más importantes que tendrán influencia en el desenvolvimiento de la microempresa.

#### 4.3.1. Factores que definen el tamaño del Proyecto

- **Demanda actual.** Para determinar el tamaño del proyecto es de gran importancia conocer la demanda actual, debido a que ellos son quienes van a adquirir los productos, permitiendo que la microempresa pueda obtener ganancias.
- **Disponibilidad de materia prima e insumos.** La materia prima e insumos son muy importantes para la elaboración de las muñecas, por lo que es necesario que se cuente con todo el material necesario para la producción.
- **Disponibilidad de la mano de obra.** En la ciudad se cuenta con mano de obra necesaria que permita el correcto funcionamiento de la microempresa.
- **Tecnología.** La tecnología que se utilizará para la fabricación de las muñecas será semi automática, debido a que se utilizará maquinaria y la mano de obra por parte del talento

humano, permitiendo que exista mayor producción. Todo esto se enfocará en la minimización de los costos de producción y logrando terminar el producto en el menor tiempo posible.

- **Infraestructura.** Para el desarrollo de las actividades operativas de la microempresa es necesario un espacio físico, por lo tanto, se arrendará un local para la puesta en marcha del proyecto.

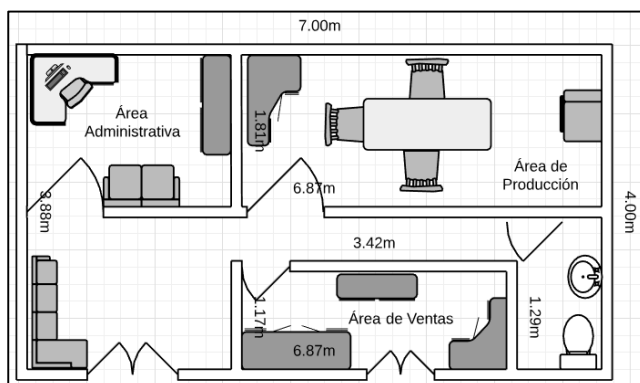
#### 4.4 Ingeniería del proyecto

Dentro de esta parte del proyecto se abordan aspectos como: infraestructura física, procesos productivos, tecnología, maquinaria y equipo, inversiones y capital de trabajo.

##### 4.4.1 Infraestructura física

Para que exista una adecuada distribución se debe considerar lo siguiente:

- **La planta,** debe ser capaz de producir 39 muñecas semanales, 156 mensuales y 1.872 muñecas al año.
- **Diseño de las instalaciones,** la planta se distribuirá en tres áreas: administración, producción y ventas.
- **Espacio libre,** es necesario que exista espacio para el movimiento del personal y de materiales en el interior de la planta.



**Figura 23. Instalaciones**

Elaborado por: La autora





Año: 2018

#### 4.4.2 Procesos productivos

Para la fabricación de las muñecas para decoración del hogar se debe seguir un proceso de producción. Para un mejor entendimiento del proceso es necesario conocer el significado de la simbología a utilizarse. Posterior a ello se presentará el siguiente diagrama de flujo en donde se detallarán los pasos a seguir para la elaboración.

##### Cuadro 7.

##### Descripción de la simbología

Descripción	Símbolo
Representa inicio o fin de un proceso	
Actividad o acción	
Toma de decisión	
Utilización de documentos	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

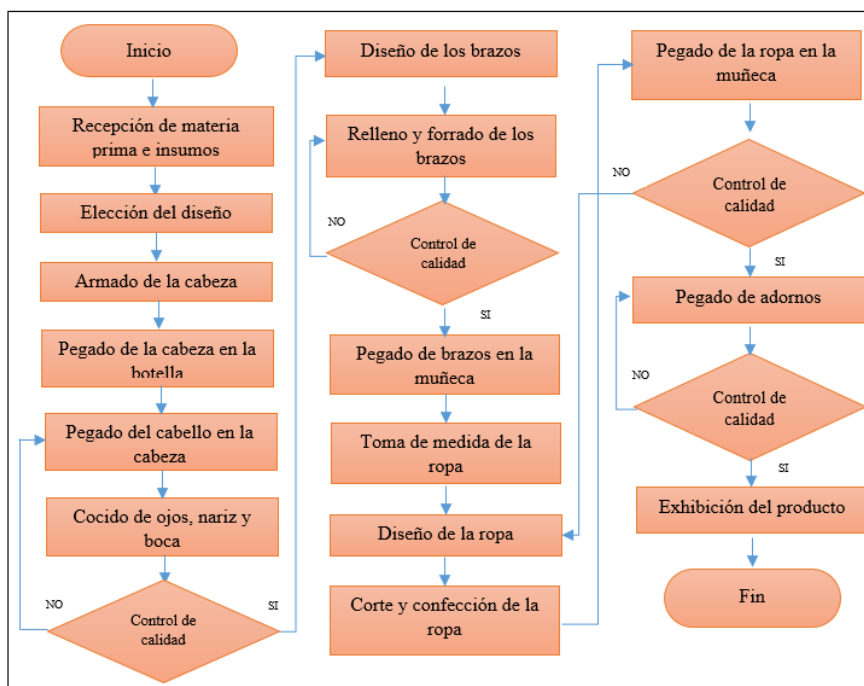


Figura 24. Diagrama de flujo del proceso productivo

Elaborado por: La autora

Año: 2018

#### 4.4.2.1 Descripción del proceso de producción

Para que las muñecas terminadas sean de calidad es necesario realizar una serie de pasos ordenados para que se logre con este objetivo. Por lo tanto, a continuación, se presentan los pasos a seguirse en el proceso productivo:

- **Recepción de la materia prima e insumos:** se reciben las botellas plásticas y el cartón, a los cuales se les realiza una limpieza minuciosa para eliminar impurezas que afecten la salud de los consumidores. Además, se adquiere el alambre, retazos de tela y lana, cintas, mullos y barras de silicona para la fabricación de las muñecas.
- **Elección del diseño:** se procede a elegir el diseño y tamaño de la muñeca a fabricar.
- **Armado de la cabeza:** en una tela fina se arma la cabeza de acuerdo con el tamaño de la muñeca que se va a realizar.
- **Pegado de la cabeza en la botella:** se pega con silicona la cabeza en la boca de la botella.
- **Pegado de cabello en la cabeza:** se elige el color de la lana para pegar el cabello con silicona en la cabeza de la muñeca.
- **Cocido de ojos, nariz y boca:** con aguja e hilo se cose los ojos y nariz los cuales pueden ser con mullos y la boca se cose con hilo.
- **Control de calidad:** para continuar con el diseño de la muñeca, es necesario realizar un control de calidad del armado de la muñeca, si no cumple con los requerimientos se regresa a la muñeca en la fase de pegado de cabello en la cabeza, en tal caso que si cumple se procede al diseño de los brazos.
- **Diseño de los brazos:** de acuerdo a la funcionalidad y tamaño de la muñeca, se diseñan los brazos y la forma que estos tendrán.

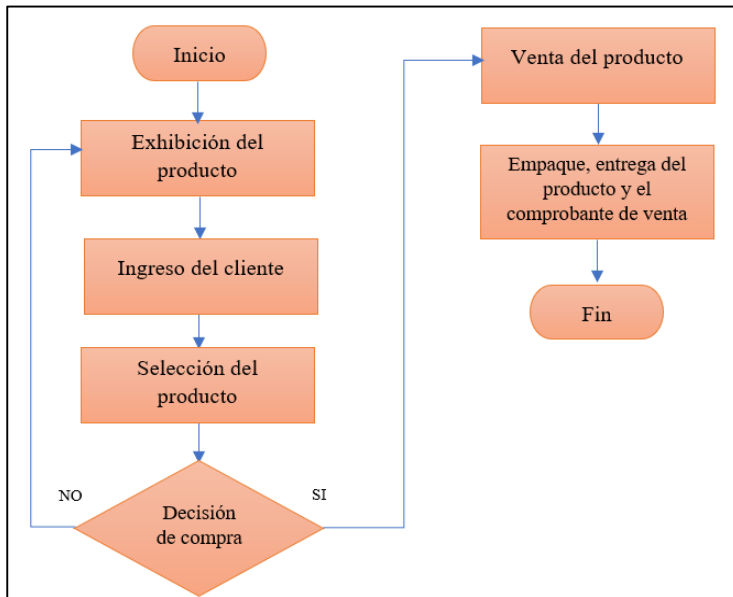


- **Relleno y forrado de los brazos:** se procede a rellenar los brazos con retazos de lana, hasta lograr el grosor deseado del brazo. Una vez conseguido el grosor requerido, se forra el brazo con tela más delgada.
- **Control de calidad:** es necesario realizar un control de calidad de los brazos para ver si cumple con lo deseado. Si no cumple se regresan los brazos al proceso de rellenado y forrado. Y si cumple se continua con el siguiente proceso.
- **Pegado de brazos en la muñeca:** una vez que se verifica que los brazos son los deseados con la función que va a desempeñar la muñeca, se procede a pegarlos con silicona en la muñeca.
- **Toma de medida de la ropa:** es necesario tomar la medida de la ropa para poder diseñarla.
- **Diseño de la ropa:** se elige el diseño de las prendas que va a vestir la muñeca.
- **Corte y confección de la ropa:** se corta y se cose las diferentes piezas de ropa que va a utilizar la muñeca.
- **Pegado de la ropa en la muñeca:** se pega la ropa con silicona en la muñeca.
- **Control de calidad:** se realiza un control de calidad para verificar si la vestimenta cumple con el tamaño y la función que va a realizar. Si cumple pasa al siguiente paso, caso contrario regresa al diseño de la ropa, para realizar ajustes de las prendas.
- **Pegado de adornos:** se pegan mullos, cintas, encajes para los acabados de la muñeca, permitiendo de esta forma que sean llamativas para los clientes.
- **Control de calidad:** finalmente se verifica que no exista restos de silicona, se revisa que todos los adornos se encuentran pegados correctamente para que se proceda con el siguiente paso caso contrario se regresa a la muñeca al pegado de adornos.
- **Exhibición del producto:** una vez que la muñeca terminada se encuentra en perfecto estado, se la coloca en las estanterías para su exhibición, ubicándolas de acuerdo a los

diferentes tamaños. Además, se colocará los respectivos precios de cada producto, con el fin de una mejor elección por parte del cliente.

#### 4.4.3 Proceso de comercialización del producto

Es necesario identificar los pasos que se deben realizar para la comercialización de los productos que oferta la microempresa.



**Figura 25. Diagrama de flujo del proceso de comercialización**

Elaborado por: La autora

Año: 2018

##### 4.4.3.1 Descripción del proceso de comercialización

- **Exhibición del producto:** las muñecas se encuentran exhibidas en las diferentes estanterías de acuerdo a sus tamaños.
- **Ingreso del cliente:** al momento del ingreso de los clientes se saluda de forma amigable, invitándoles a observar la variedad de productos que se ofertan y dándoles a conocer los beneficios que los productos les brindarán.
- **Selección del producto:** el cliente luego de observar los diferentes productos elige el que más sea de su agrado.

- **Decisión de compra:** si el producto elegido cumple con sus expectativas se procede a la venta del producto, caso contrario el artículo es regresado a las estanterías de exhibición.
- **Venta del producto:** luego de que el cliente ha decidido el producto que desea adquirir se acerca a realizar el pago en la caja.
- **Empaque, entrega del producto y el comprobante de venta:** se empaqueta y se entrega el producto con su respectivo comprobante de venta.

#### 4.4.4 Tecnología

El uso de la tecnología permite la facilidad en la realización del trabajo y ahorro en tiempos de producción

##### 4.4.4.1 Maquinaria

La maquinaria que se utilizará será una máquina de coser industrial recta marca KANSEW, que se la empleará para la confección de prendas de las muñecas.

**Tabla 26.**

##### *Maquinaria*

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario en dólares</b>	<b>Inversión en cada rubro</b>
Máquina de coser industrial recta	1	480.00	480.00
<b>TOTAL</b>			<b>480.00</b>

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

##### 4.4.4.2 Muebles y enseres

Los muebles y enseres son elementos necesarios para el desarrollo de la actividad productiva de la empresa. Los que se van a utilizar se presentan a continuación:

**Tabla 27.**

**Muebles y enseres**

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario en dólares</b>	<b>Inversión en cada rubro</b>
Mesa de madera	1	25.00	25.00
Escritorio	1	60.00	60.00
Silla oficina	1	20.00	20.00
Sillas de trabajo	2	15.00	30.00
Vitrina	1	175.00	175.00
Estanterías	3	73.00	219.00
<b>TOTAL</b>			<b>529.00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### **4.4.4.3 Equipo de cómputo**

Para el funcionamiento de la oficina, se dispondrá de una computadora laptop de Ram 8, disco 1tb, Bw 004, DVD, pantalla de 14", para el registro de las actividades diarias.

**Tabla 28.**

**Equipo de cómputo**

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario en dólares</b>	<b>Inversión en cada rubro</b>
Computador	1	396.66	396.66
<b>TOTAL</b>			<b>396.66</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### **4.5 Presupuesto técnico**

Es necesario determinar aquellos requerimientos que permitan el normal funcionamiento de la microempresa.

#### 4.5.1 Inversiones fijas

Comprende a todos los costos que generará la ejecución de la microempresa, por lo que a continuación se detalla cada requerimiento.

**Tabla 29.**

##### *Inversiones fijas*

<b>Rubro</b>	<b>Valor</b>
Maquinaria	480.00
Muebles y enseres	529.00
Equipo de Computación	396.66
<b>TOTAL</b>	<b>1.405.66</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### 4.5.2 Inversión variable o Capital de trabajo

El capital de trabajo se encuentra conformado por materia prima directa, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos y gastos de ventas.

##### 4.5.2.1 Materia prima directa

La microempresa va a fabricar tres tamaños de muñecas por lo que a continuación se detalla la materia prima directa que se utilizará en cada una de ellas.

**Tabla 30.**

##### *Materia prima directa Muñeca pequeña*

<b>Rubro</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Inversión en cada rubro</b>
Botella Plástica	unidad	1	0.02	0.02
Cartón	cm	0.25	0.05	0.01
Alambre	cm	0.25	0.00	0.00
Cinta	metro	0.5	0.10	0.05
Encaje	metro	0.5	0.15	0.08
<b>TOTAL</b>			<b>0.32</b>	<b>0.16</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Tabla 31.**

**Materia prima directa Muñeca mediana**

<b>Rubro</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Inversión en cada rubro</b>
Botella Plástica	unidad	1	0.02	0.02
Cartón	cm	0.25	0.05	0.01
Alambre	cm	0.25	0.00	0.00
Cinta	metro	0.75	0.10	0.08
Encaje	metro	1	0.15	0.15
<b>TOTAL</b>			<b>0.32</b>	<b>0.26</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

**Tabla 32.**

**Materia prima directa Muñeca grande**

<b>Rubro</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Inversión en cada rubro</b>
Botella Plástica	unidad	1	0.02	0.02
Cartón	cm	0.50	0.05	0.03
Alambre	cm	0.50	0.00	0.00
Cinta	metro	0.75	0.10	0.08
Encaje	metro	1.15	0.15	0.17
<b>TOTAL</b>			<b>0.32</b>	<b>0.29</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

#### **4.5.2.2 Materia prima indirecta**

Cada tamaño de muñeca también tendrá materia prima indirecta, la misma que se detalla a continuación.

**Tabla 33.**

**Materia prima indirecta Muñeca pequeña**

<b>Rubro</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Retazo de tela	gramos	30	0.00	0.02
Retazo de lana	gramos	30	0.00	0.01
Mullos	paquetes	0.10	0.50	0.05
Barras de silicona	unidad	1	0.15	0.15
Hilos de todos los colores	metros	2	0.00	0.01
<b>TOTAL</b>				<b>0.24</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

**Tabla 34.**

**Materia prima indirecta Muñeca mediana**

<b>Rubro</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Retazo de tela	gramos	60	0.00	0.03
Retazo de lana	gramos	50	0.00	0.02
Mullos	paquetes	0.50	0.50	0.25
Barras de silicona	unidad	2	0.15	0.30
Hilos de todos los colores	metros	4	0.00	0.01
<b>TOTAL</b>				<b>0.62</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

**Tabla 35.**

**Materia prima indirecta Muñeca grande**

<b>Rubro</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Retazo de tela	gramos	80	0.00	0.04
Retazo de lana	gramos	60	0.00	0.03
Mullos	paquetes	0.50	0.50	0.25
Barras de silicona	unidad	2.5	0.15	0.38
Hilos de todos los colores	metros	6	0.00	0.02
<b>TOTAL</b>				<b>0.71</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

#### 4.5.2.3 Herramientas e insumos

Los materiales son los principales elementos para la ejecución de las actividades de producción, por lo tanto, los que se necesitarán se detallan a continuación:

**Tabla 36.**

##### *Herramientas e insumos*

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario en dólares</b>	<b>Inversión en cada rubro</b>
Pistola de silicona	1	3.75	3.75
Tijera pequeña	1	1.00	1.00
Tijera Grande	1	2.00	2.00
Estilete	1	0.50	0.50
Cinta métrica	1	0.75	0.75
Tiza sastre	3	0.25	0.75
Agujas de mano	5	0.05	0.25
<b>TOTAL</b>			<b>9.00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### 4.5.2.4 Suministros de oficina

Para llevar a cabo las actividades dentro de la oficina es necesario que se cuente con suministros de oficina, los cuales se detallan a continuación.

**Tabla 37.**

##### *Suministros de oficina*

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario en dólares</b>	<b>Inversión en cada rubro</b>
Esfero	1	0.30	0.30
Lápiz	1	0.25	0.25
Borrador	1	0.25	0.25
Grapadora	1	1.20	1.20
Cuaderno	1	2.00	2.00
<b>TOTAL</b>			<b>4.00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018



#### 4.5.2.5 Suministros de limpieza

Para la realización del aseo dentro de la microempresa es necesario contar con suministros de limpieza para mantener limpias las áreas de trabajo.

**Tabla 38.**

##### *Suministros de limpieza*

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario en dólares</b>	<b>Inversión en cada rubro</b>
Basurero	1	4.00	4.00
Escoba	1	2.00	2.00
Trapeador	1	2.00	2.00
Desinfectante galón	1	6.00	6.00
Papel higiénico	6	2.50	15.00
<b>TOTAL</b>			<b>29.00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### 4.5.2.6 Capital de Trabajo

Luego de haber analizado cada rubro se realiza un resumen de la inversión variable.

**Tabla 39.**

**Capital de trabajo**

<b>RUBRO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Cantidad mensual</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total por Rubro</b>
<b>Materia prima directa</b>	Materia prima directa	501,80	0,32	36,81
<b>Mano de obra directa</b>	Obrero	1	235,65	235,65
	Materia prima indirecta	17087,2	0,65	81,45
	Herramientas e insumos	1	9,00	9,00
<b>Costos indirectos de fabricación</b>	Transporte	1	10,00	10,00
	Energía eléctrica	1	15,00	15,00
	Agua	1	4,00	4,00
	Arriendo	1	33,33	33,33
	Depreciación	1	4,46	4,46
	Administrador	1	80,00	80,00
	Contador	1	20,00	20,00
	Servicios Básicos	1	10,00	10,00
<b>Gastos administrativos</b>	Suministros de oficina	1	4,00	4,00
	Suministros de limpieza	1	29,00	29,00
	Arriendo	1	33,33	33,33
	Depreciación	1	11,57	11,57
	Otros gastos	1	2,08	2,08
	Vendedor	1	284,94	284,94
<b>Gasto de ventas</b>	Gasto publicidad	1	24,00	24,00
	Arriendo	1	33,33	33,33
	Depreciación	1	3,28	3,28
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL</b>				<b>965,25</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO PARA TRES MESES</b>				<b>2.895,74</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

La inversión variable del proyecto es de \$ 2.895.74, que se constituye como capital de trabajo para tres meses.

### 4.5.3 Inversión total del proyecto

En la siguiente tabla se detalla la inversión total que se requiere para poner en marcha el proyecto.

**Tabla 40.**

#### *Inversión total del proyecto*

<b>Rubro</b>	<b>Valor</b>
Maquinaria	480.00
Muebles y enseres	529.00
Equipo Computación	396.66
Capital de trabajo (3 meses)	2.895.74
<b>TOTAL</b>	<b>4.301.40</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

### 4.5.4 Financiamiento

El financiamiento que se requiere es de \$ 4.301.40, los cuales serán por inversión propia.

**Tabla 41.**

#### *Financiamiento del proyecto*

<b>DETALLE</b>	<b>%</b>	<b>MONTO EN USD</b>
Inversión propia	100%	4,301.40
Préstamo	0%	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>4,301.40</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

### 4.6 Análisis del capítulo

En este capítulo se determinó que la ubicación estratégica del proyecto será en la ciudad de Ibarra en las calles Antonio José de Sucre y Cristóbal Colón. También se analizó el tamaño del proyecto donde se determina la existencia de una demanda insatisfecha, así también de la

disponibilidad de materia prima e insumos necesarios para la fabricación de las muñecas, disponibilidad de la mano de obra, la tecnología y la infraestructura idónea para el desarrollo del proyecto.

También se realizó un diseño de las instalaciones, la misma que será distribuida en tres áreas: administrativa, producción y ventas. Por otro lado, se elaboró un diagrama de flujo del proceso producto, en donde se detalla paso a paso los procesos para la fabricación de las muñecas, y otro diagrama sobre el proceso de comercialización; además se realizó un presupuesto de las inversiones fijas y variables que requiere la microempresa para la puesta en marcha del negocio. Todo esto conlleva a que la inversión total sea de \$ 4.301.40.

## **CAPITULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

En este capítulo se presenta toda la información financiera del proyecto, tales como: el monto de inversión, presupuestos de ingresos y egresos, balances y la evaluación de la inversión, que permita tomar las decisiones para lograr el éxito de la microempresa.

#### **5.1 Objetivo general**

Diseñar el estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

#### **5.2 Presupuesto de ingresos**

En el presente proyecto, los ingresos que obtendrá la microempresa serán a través de la venta de las muñecas para decoración del hogar, para el cálculo de los ingresos se multiplica la cantidad de productos que se estiman vender por el precio que se ha establecido para cada tamaño de muñeca.

##### **5.2.1 Precio**

Para que el cliente pueda adquirir las muñecas es necesario asignarle un precio, en donde se considera los costos de producción más los gastos administrativos y de ventas. Para determinar el precio de las muñecas se analiza varios aspectos. Por una parte, se consideran las opiniones de las personas encuestadas sobre el precio que estarían dispuestos a pagar por cada tamaño de muñecas que va a ofertar la microempresa. Por otro lado, es necesario la realización de cálculos para identificar los costos de producción.

La fabricación de cada tamaño de muñeca tiene diferentes costos, por lo que a continuación se detallan cada uno de ellos. En donde, los costos que se asignan para la materia prima directa,

mano de obra directa y costos indirectos de fabricación permiten obtener el costo unitario de producción.

**Tabla 42.**

**Costos de producción Muñeca pequeña**

<b>Elementos</b>	<b>Rubro</b>	<b>Inversión en cada rubro</b>	<b>Unidades Producidas mensuales</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>MPD</b>	Botella plástica	1.04	52	0.02	0.16
	Cartón	0.65		0.01	
	Alambre	0.01		0.00	
	Cinta	2.60		0.05	
	Encaje	3.90		0.08	
<b>MOD</b>	Obrero (medio tiempo)	78.55	52	1.51	1.51
<b>CIF</b>	Retazo de tela	0.86	52	0.02	0.72
	Retazo de lana	0.69		0.01	
	Mullos	2.60		0.05	
	Barras de silicona	7.80		0.15	
	Hilos de todos los colores	0.31		0.01	
	Herramientas e insumos	3.00		0.06	
	Transporte	3.33		0.06	
	Energía eléctrica	5.00		0.10	
	Agua	1.33		0.03	
	Arriendo	11.11		0.21	
	Depreciación	1.49		0.03	
	<b>TOTAL</b>			<b>124.27</b>	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Tabla 43.**

**Costos de producción Muñeca mediana**

<b>Elementos</b>	<b>Rubro</b>	<b>Inversión en cada rubro</b>	<b>Unidades Producidas mensuales</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>MPD</b>	Botella plástica	1.04	52	0.02	0.26
	Cartón	0.65		0.01	
	Alambre	0.01		0.00	
	Cinta	3.90		0.08	
	Encaje	7.80		0.15	
<b>MOD</b>	Obrero (medio tiempo)	78.55	52	1.51	1.51
<b>CIF</b>	Retazo de tela	1.72	52	0.03	1.10
	Retazo de lana	1.15		0.02	
	Mullos	13.00		0.25	
	Barras de silicona	15.60		0.30	
	Hilos de todos los colores	0.62		0.01	
	Herramientas e insumos	3.00		0.06	
	Transporte	3.33		0.06	
	Energía eléctrica	5.00		0.10	
	Agua	1.33		0.03	
	Arriendo	11.11		0.21	
	Depreciación	1.49		0.03	
<b>TOTAL</b>		<b>149.30</b>	<b>52</b>	<b>2.87</b>	<b>2.87</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Tabla 44.****Costos de producción Muñeca grande**

<b>Elementos</b>	<b>Rubro</b>	<b>Inversión en cada rubro</b>	<b>Unidades Producidas mensuales</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>MPD</b>	Botella plástica	1.04	52	0.02	0.29
	Cartón	1.30		0.03	
	Alambre	0.01		0.00	
	Cinta	3.90		0.08	
	Encaje	8.97		0.17	
<b>MOD</b>	Obrero (medio tiempo)	78.55	52	1.51	1.51
<b>CIF</b>	Retazo de tela	2.29	52	0.04	1.20
	Retazo de lana	1.38		0.03	
	Mullos	13.00		0.25	
	Barras de silicona	19.50		0.38	
	Hilos de todos los colores	0.94		0.02	
	Herramientas e insumos	3.00		0.06	
	Transporte	3.33		0.06	
	Energía eléctrica	5.00		0.10	
	Agua	1.33		0.03	
	Arriendo	11.11		0.21	
	Depreciación	1.49		0.03	
<b>TOTAL</b>		<b>156.14</b>	<b>52</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>

**Fuente:** Investigación propia**Elaborado por:** La autora**Año:** 2018

Con los cálculos realizados se obtiene que para la fabricación de la muñeca pequeña se tienen costos totales de producción de \$ 2.39, para la muñeca mediana \$ 2.87 y para la muñeca grande \$ 3.00.



**Tabla 45.**

***Determinación del precio***

	<b>Precio de Venta</b>	<b>Costo de Producción</b>	<b>Utilidad Bruta</b>	<b>% Utilidad Bruta</b>
<b>Muñeca pequeña</b>	\$ 4.00	\$ 2.39	\$ 1.61	40.26%
<b>Muñeca mediana</b>	\$ 8.00	\$ 2.87	\$ 5.13	64.11%
<b>Muñeca grande</b>	\$ 10.00	\$ 3.00	\$ 7.00	69.97%

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

Los precios de cada muñeca fueron aceptados en el estudio de mercado por lo tanto, el precio para la muñeca pequeña es de \$ 4.00 en donde generará 40.26% de utilidad. Este porcentaje de ganancia se utilizará para cubrir los gastos administrativos y de ventas y al mismo tiempo se obtendrá utilidad, es decir por cada \$ 100.00 vendidos se ganará \$ 40.00. De igual forma el precio de la muñeca mediana es de \$8.00 con una utilidad del 64.11% y el precio de la muñeca grande es de \$10.00 con una utilidad del 69.97%.

### **5.2.2 Ingresos proyectados**

En la siguiente tabla se presentan los ingresos que tendrá la microempresa en cada uno de los 5 años. En los cálculos realizados se multiplica el número de unidades que se producen por el precio. Se utilizó la tasa del PIB del 3.80% que fue a diciembre del 2017 para el crecimiento de volumen de producción, y la tasa del Índice de Precios al Productor del 0.26% a noviembre del 2017 para la proyección de precio.

**Tabla 46.**

**Proyección de las ventas**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Volumen proyectado (en unidades)</b>					
Muñeca pequeña	624	648	672	698	724
Muñeca mediana	624	648	672	698	724
Muñeca grande	624	648	672	698	724
<b>Precio de venta</b>					
Muñeca pequeña	4.00	4.01	4.02	4.03	4.04
Muñeca mediana	8.00	8.02	8.04	8.06	8.08
Muñeca grande	10.00	10.03	10.05	10.08	10.10
<b>Ventas proyectadas</b>					
Muñeca pequeña	2,496.00	2,597.58	2,703.30	2,813.32	2,927.82
Muñeca mediana	4,992.00	5,195.17	5,406.61	5,626.65	5,855.65
Muñeca grande	6,240.00	6,493.96	6,758.26	7,033.31	7,319.56
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>13,728.00</b>	<b>14,286.71</b>	<b>14,868.17</b>	<b>15,473.28</b>	<b>16,103.03</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

### 5.3 Presupuesto de egresos

#### 5.3.1 Costos de producción

Dentro de los costos de producción, se tomó en cuenta la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, para la elaboración de las muñecas. Se consideró un período de 5 años para la proyección. Se utilizó la tasa del PIB del 3.80% que fue a diciembre del 2017 para el crecimiento de volumen de producción, y la tasa del Índice de Precios al Productor del 0.26% a noviembre del 2017 para la proyección del costo de adquisición.

##### 5.3.1.1 Materia prima directa

Un aspecto para tomar en cuenta es que la materia prima para la fabricación de las muñecas será a base de material reciclable. Es decir, durante la producción se busca utilizar al máximo dichos materiales, permitiendo de esta forma reducir los costos.

**Tabla 47.****Proyección de costos de materia prima directa**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Volumen proyectado</b>						
Botellas plásticas	unidad	1872.00	1943.14	2016.98	2093.62	2173.18
Cartón	metros	624.00	647.71	672.33	697.87	724.39
Alambre	metros	624.00	647.71	672.33	697.87	724.39
Cinta	metros	1248.00	1295.42	1344.65	1395.75	1448.79
Encaje	metros	1653.60	1716.44	1781.66	1849.36	1919.64
<b>Costo de adquisición</b>						
Botellas plásticas	unidad	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
Cartón	metros	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
Alambre	metros	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Cinta	metros	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Encaje	metros	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15
<b>Costos proyectados</b>						
Botellas plásticas	unidad	37.44	38.96	40.55	42.20	43.92
Cartón	metros	31.20	32.47	33.79	35.17	36.60
Alambre	metros	0.26	0.27	0.28	0.29	0.30
Cinta	metros	124.80	129.88	135.17	140.67	146.39
Encaje	metros	248.04	258.13	268.64	279.57	290.95
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>		<b>441.74</b>	<b>459.71</b>	<b>478.42</b>	<b>497.90</b>	<b>518.16</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

### 5.3.1.2 Mano de Obra Directa proyectada

Para la proyección de los sueldos se consideró los valores desde el año 2014 hasta el 2018, donde se sacó un promedio del porcentaje de aumento de los sueldos con relación a los años pasados, dando como resultado 3.22% de crecimiento promedio.

**Tabla 48.**

**Datos históricos de sueldo básico**

<b>Años</b>	<b>Datos históricos (cn/co)-1</b>	
2014	340	
2015	354	4.12%
2016	366	3.39%
2017	375	2.46%
2018	386	2.93%
<b>Promedio</b>		<b>3.22%</b>

**Fuente:** Ministerio de relaciones laborales

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Tabla 49.**

**Proyección de los sueldos**

<b>Años</b>	<b>Sueldo mensual</b>	<b>Número de operarios</b>	<b>Total anual</b>
Año 1	386.00	1	4632.00
Año 2	398.45	1	4781.38
Año 3	411.30	1	4935.58
Año 4	424.56	1	5094.75
Año 5	438.25	1	5259.05

**Fuente:** Tabla 44

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Tabla 50.**

**Mano de obra directa proyectada**

<b>Mano de obra directa (1 operario)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Sueldo anual	2,366.64	2,442.96	2,521.75	2,603.07	2,687.02
Aporte patronal 11.15%	263.88	272.39	281.17	290.24	299.60
Décimo tercero		0.00	0.00	0.00	0.00
Décimo cuarto		0.00	0.00	0.00	0.00
Fondos de reserva		203.50	210.06	216.84	223.83
<b>TOTAL</b>	<b>2,630.52</b>	<b>2,918.85</b>	<b>3,012.98</b>	<b>3,110.15</b>	<b>3,210.45</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

### **5.3.1.3 Costos indirectos de fabricación**

Los costos indirectos que se requieren para la fabricación de las muñecas son la materia prima indirecta, las herramientas e insumo, transporte, energía eléctrica, agua, arriendo y la depreciación de los activos correspondientes al área de producción.

**Tabla 51.**

**Materia prima indirecta**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Volumen proyectado</b>						
Retazo de tela	gramos	106,080.00	110,111	114,295	118,638	123,147
Retazo de lana	gramos	87,360.00	90,679.68	94,125.51	97,702.28	101,414.96
Mullos	paquetes	686.40	712.48	739.56	767.66	796.83
Barras de silicona	unidad	3,432.00	3,562.42	3,697.79	3,838.30	3,984.16
Hilos de todos los colores	metros	7,488.00	7,772.54	8,067.90	8,374.48	8,692.71
<b>Costo de adquisición</b>						
Retazo de tela	gramos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Retazo de lana	gramos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Mullos	paquetes	0.50	0.50	0.50	0.50	0.51
Barras de silicona	unidad	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15
Hilos de todos los colores	metros	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Costos proyectados</b>						
Retazo de tela	gramos	58.47	60.85	63.32	65.90	68.58
Retazo de lana	gramos	38.52	40.09	41.72	43.42	45.18
Mullos	paquetes	343.20	357.17	371.70	386.83	402.58
Barras de silicona	unidad	514.80	535.75	557.56	580.25	603.86
Hilos de todos los colores	metros	22.46	23.38	24.33	25.32	26.35
<b>TOTAL Materia Prima Indirecta</b>		<b>977.45</b>	<b>1,017.23</b>	<b>1,058.63</b>	<b>1,101.72</b>	<b>1,146.55</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Tabla 52.**

**Costos indirectos de fabricación**

<b>Rubro</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Materia prima indirecta	977.45	1,017.23	1,058.63	1,101.72	1,146.55
Herramientas e insumos	9.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Transporte	120.00	120.31	120.62	120.94	121.25
Energía eléctrica	180.00	180.47	180.94	181.41	181.88
Agua	48.00	48.12	48.25	48.38	48.50
Arriendo	400.00	401.04	402.08	403.13	404.18
Depreciación	53.50	53.50	53.50	53.50	53.50
<b>TOTAL</b>	<b>1,787.95</b>	<b>1,820.68</b>	<b>1,864.03</b>	<b>1,909.07</b>	<b>1,955.86</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

### 5.3.2 Gastos administrativos

Los gastos administrativos se refieren al sueldo que percibirá el administrador de la microempresa, además se incluye al contador, los dos trabajadores serán contratados bajo prestación de servicios profesionales.

**Tabla 53.**

**Gastos administrativos**

<b>Rubro</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Administrador	960.00	990.96	1,022.92	1,055.91	1,089.96
Contador	240.00	247.74	255.73	263.98	272.49
Servicios Básicos	120.00	120.31	120.62	120.94	121.25
Suministros de oficina	48.00	48.12	48.25	48.38	48.50
Suministros de limpieza	348.00	348.90	349.81	350.72	351.63
Arriendo	400.00	401.04	402.08	403.13	404.18
Depreciación	138.90	138.90	138.90	8.00	8.00
Otros gastos	25.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>2,279.90</b>	<b>2,295.98</b>	<b>2,338.31</b>	<b>2,251.05</b>	<b>2,296.01</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

### 5.3.3 Gastos de ventas

En gastos de ventas está el vendedor, además de la publicidad, el arriendo del local y la depreciación de activos correspondientes al área de ventas.

**Tabla 54.**

#### *Gastos de ventas*

<b>Vendedor (medio tiempo)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Sueldo anual	2373.12	2449.65	2528.65	2610.20	2694.38
Aporte patronal	264.60	273.14	281.94	291.04	300.42
Décimo tercero	197.76	204.14	210.72	217.52	224.53
Décimo cuarto	386.00	398.45	411.30	424.56	438.25
Fondos de reserva		204.06	210.64	217.43	224.44
<b>Subtotal</b>	<b>3221.48</b>	<b>3529.43</b>	<b>3643.25</b>	<b>3760.75</b>	<b>3882.03</b>
Publicidad	288.00	288.75	289.50	290.25	291.01
Arriendo	400.00	401.04	402.08	403.13	404.18
Depreciación	39.40	39.40	39.40	39.40	39.40
<b>TOTAL</b>	<b>3948.88</b>	<b>4258.62</b>	<b>4374.24</b>	<b>4493.53</b>	<b>4616.61</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

### 5.3.4 Depreciación

Los cálculos se realizaron por el método de línea recta, que consiste en dividir el valor del activo a depreciar en el número de años estipulado y asignarle el valor resultante a cada periodo, hasta completar el bien depreciado, con el propósito de reflejar la obsolescencia de los equipos con el transcurrir del tiempo.

**Tabla 55.**

#### *Porcentaje de depreciación de activos fijos*

<b>Activos fijos</b>	<b>%</b>	<b>AÑOS</b>	<b>VALOR</b>
Maquinaria	10%	10	480
Equipo de computación	33%	3	397
Muebles y enseres	10%	10	529

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018



**Tabla 56.**

**Cálculo de depreciaciones**

<b>Descripción</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>Valor Residual</b>
Maquinaria	48.00	48.00	48.00	48.00	48.00	240.00
Equipo de computación	130.90	130.90	130.90			3.97
Muebles y enseres	52.90	52.90	52.90	52.90	52.90	264.50
<b>TOTAL</b>	<b>231.80</b>	<b>231.80</b>	<b>231.80</b>	<b>100.90</b>	<b>100.90</b>	<b>508.47</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

### 5.3.5 Costos totales

Se presenta un resumen de los costos totales de fabricación.

**Tabla 57.**

**Resumen costos de producción**

<b>COSTOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Materia Prima Directa	441.74	459.71	478.42	497.90	518.16
Mano de Obra Directa	2,630.52	2,918.85	3,012.98	3,110.15	3,210.45
Costos Indirectos de Fabric.	1,787.95	1,820.68	1,864.03	1,909.07	1,955.86
<b>TOTAL</b>	<b>4,860.21</b>	<b>5,199.24</b>	<b>5,355.43</b>	<b>5,517.11</b>	<b>5,684.48</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

**Tabla 58.**

**Resumen gastos**

<b>GASTOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gastos de ventas	3,948.88	4,258.62	4,374.24	4,493.53	4,616.61
Gastos administrativos	2,279.90	2,295.98	2,338.31	2,251.05	2,296.01
<b>TOTAL</b>	<b>6,228.78</b>	<b>6,554.60</b>	<b>6,712.55</b>	<b>6,744.57</b>	<b>6,912.62</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

## 5.4 Balance de Situación Financiera

El estado de situación financiera muestra un resumen general de las cantidades de las cuentas de activos, pasivos y patrimonio, permitiendo tener una visión clara de la posición financiera de la microempresa.

*Tabla 59.*

### *Estado de Situación Financiera*

**CREACIONES EMILY  
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA  
AL AÑO 0  
EN USD**

**CUENTA**

**ACTIVOS**

**Activo Corriente**

Bancos	2,895.74	
<b>Total Activo Corriente</b>		<b>2,895.74</b>

**ACTIVO NO CORRIENTE**

**Propiedad planta y equipo**

Maquinaria	480.00	
Muebles y enseres	529.00	
Equipo de computación	396.66	
<b>Total Activo no Corriente</b>		<b>1,405.66</b>

**TOTAL ACTIVOS** **4,301.40**

**PASIVOS**

**Total Pasivos** **0.00**

**PATRIMONIO**

Aporte de capital	4,301.40	
<b>Total Patrimonio</b>		<b>4,301.40</b>

**TOTAL PASIVO + PATRIMONIO** **4,301.40**

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

## 5.5 Estado de Resultados proyectado

Se elaboró el Estado de Resultados donde se consideran los ingresos, costos y gastos que realiza la empresa. Mediante este estado financiero se puede determinar la rentabilidad o pérdida que se obtendrá durante los próximos 5 años.

**Tabla 60.**

### **Estado de Resultados proyectado**

<b>CREACIONES EMILY</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
<b>EN USD</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	13,728.00	14,286.71	14,868.17	15,473.28	16,103.03
Materia Prima Directa	441.74	459.71	478.42	497.90	518.16
+ Mano de Obra Directa	2,630.52	2,918.85	3,012.98	3,110.15	3,210.45
+ Costos Indirectos de Fabricación	1,787.95	1,820.68	1,864.03	1,909.07	1,955.86
<b>= Costos de Producción</b>	<b>4,860.21</b>	<b>5,199.24</b>	<b>5,355.43</b>	<b>5,517.11</b>	<b>5,684.48</b>
+ Inventario Inicial de Prod. Term.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
- Inventario Final de Prod. Term.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>= Costos de Ventas</b>	<b>4,860.21</b>	<b>5,199.24</b>	<b>5,355.43</b>	<b>5,517.11</b>	<b>5,684.48</b>
<b>= Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>8,867.79</b>	<b>9,087.47</b>	<b>9,512.73</b>	<b>9,956.17</b>	<b>10,418.55</b>
- Gastos administrativos	2,279.90	2,295.98	2,338.31	2,251.05	2,296.01
- Gastos de ventas	3,948.88	4,258.62	4,374.24	4,493.53	4,616.61
<b>= Utilidad Neta</b>	<b>2,639.01</b>	<b>2,532.87</b>	<b>2,800.18</b>	<b>3,211.60</b>	<b>3,505.93</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

## 5.6 Flujo de Caja Proyectado

Con los datos anteriormente expuestos se procede a realizar el Flujo de Caja Proyectado a 5 años. Con los resultados que se obtienen en este flujo, se puede determinar si la empresa contará con liquidez para la realización de sus actividades.

**Tabla 61.**

### *Flujo de Caja Proyectado*

<b>CREACIONES EMILY</b>						
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>						
<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Utilidad Neta		2,639.01	2,532.87	2,800.18	3,211.60	3,505.93
Depreciaciones		231.80	231.80	231.80	100.90	100.90
Inversión fija	-1,405.66					
Valor residual						508.47
Capital de Trabajo	-2,895.74					
Recuperación						2,895.74
Capital de Trabajo						
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-4,301.40</b>	<b>2,870.81</b>	<b>2,764.67</b>	<b>3,031.98</b>	<b>3,312.50</b>	<b>7,011.03</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

## 5.7 Costo de oportunidad

Es importante realizar la evaluación económica financiera para determinar si el negocio será rentable o no.

**Tabla 62.**

**Tasas para la evaluación financiera**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PORCENTAJE</b>
% Crecimiento PIB 2017 Industria manufacturera	3.80%
% IPP Índice Precios al Productor	0.26%
Costo oportunidad (tasa pasiva K propio)	11.26%
Costo ponderado capital	11.26%
Costo ponderado K con inflación (tasa de descuento)	11.55%

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

CK= Costo de oportunidad

CK= 11.26%

Inflación a noviembre del 2017= 0.26%

**Tasa de rendimiento medio**

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

$$TRM = (1 + 0,1126)(1 + 0,0026) - 1$$

$$TRM = 11.55\%$$

**5.8 Cálculo del VAN**

El VAN permite determinar la existencia de ganancia luego de restar la inversión inicial incurrida. Para el cálculo del VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + K)^1} + \frac{F_2}{(1 + K)^2} + \frac{F_n}{(1 + K)^n}$$

Donde:

VAN: Valor Actual Neto

Io: Inversión inicial

F: Flujos de efectivo

K: Tasa de descuento

n: Número de periodos

De esta forma se obtiene el siguiente VAN:

$$VAN = -4.301,40 + \frac{2.870,81}{(1 + 0,1155)^1} + \frac{2.764,67}{(1 + 0,1155)^2} + \frac{3.031,98}{(1 + 0,1155)^3} + \frac{3.312,50}{(1 + 0,1155)^4} + \frac{7.011,03}{(1 + 0,1155)^5}$$

$$VAN = -4.301,40 + 2.573,58 + 2.221,83 + 2.184,37 + 2.139,38 + 4.059,27$$

$$VAN = -4.301,40 + 13.178,43$$

$$VAN = 8.877,03$$

### **Tabla 63.**

#### **Valor Actual Neto**

<b>PERIODOS</b>	<b>Flujos de Caja</b>	<b>Flujo de caja actualizados</b>	<b>Total</b>
Año 0	-4.301,40		-4.301,40
Año 1	2.870,81	2.573,58	
Año 2	2.764,67	2.221,83	
Año 3	3.031,98	2.184,37	
Año 4	3.312,50	2.139,38	
Año 5	7.011,03	4.059,27	13178,43
<b>Valor Actual Neto</b>			<b>8.877,03</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

El Valor Actual Neto del negocio es de \$ 8.877.03 lo que representa que el negocio es rentable. Es decir, al obtener un VAN positivo y mayor que cero significa que, el negocio generará ganancias luego de recuperar el capital inicial invertido.

## 5.9 Cálculo del TIR

La Tasa Interna de Retorno es la tasa de rentabilidad que tendrá el negocio. Es decir, es el porcentaje con el cual el VAN es igual a cero. Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno se buscó dos tasas de descuento en donde se obtenga un VAN positivo (67%) y otro negativo (68%).

$$VAN = -4.301,40 + \frac{2.870,81}{(1 + 0,67)^1} + \frac{2.764,67}{(1 + 0,67)^2} + \frac{3.031,98}{(1 + 0,67)^3} + \frac{3.312,50}{(1 + 0,67)^4} + \frac{7.011,03}{(1 + 0,67)^5}$$

$$VAN = 25,59$$

$$VAN = -4.301,40 + \frac{2.870,81}{(1 + 0,68)^1} + \frac{2.764,67}{(1 + 0,68)^2} + \frac{3.031,98}{(1 + 0,68)^3} + \frac{3.312,50}{(1 + 0,68)^4} + \frac{7.011,03}{(1 + 0,68)^5}$$

$$VAN = -33,88$$

### Tabla 64.

#### Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

DETALLE	VALOR
Tasa inferior	67
Tasa superior	68
Diferencia tasas	1
VAN tasa inferior	\$ 25,59
VAN tasa superior	-33,88
<b>TIR</b>	<b>67,43</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

Se procede a encontrar la tasa con la cual se obtenga el VAN igual a cero, para ello se utiliza la siguiente fórmula:

$$\frac{VAN \text{ positivo}}{(VAN \text{ positivo}) + (VAN \text{ negativo})}$$

$$\frac{25.59}{(25.59) + (-33.88)}$$

$$= 0.43$$

A continuación, se suma la tasa inferior más el resultado obtenido de la fórmula anterior:

$$TIR = 67 + 0.43$$

$$TIR = 67.43$$

Reemplazando la tasa interna de retorno en la fórmula del VAN se obtiene:

$$VAN = -4.301,40 + \frac{2.870,81}{(1 + 0,6743)^1} + \frac{2.764,67}{(1 + 0,6743)^2} + \frac{3.031,98}{(1 + 0,6743)^3} + \frac{3.312,50}{(1 + 0,6743)^4} + \frac{7.011,03}{(1 + 0,6743)^5}$$

$$VAN = 0$$

Se ha obtenido una TIR de 67.43%. Lo que representa, que es viable la creación de la microempresa porque esta tasa es mayor a la tasa de descuento.

### 5.10 Análisis Beneficio/Costo

Con la realización del análisis Beneficio/Costo se puede visualizar los ingresos y gastos de la empresa, permitiendo conocer cuánto devuelve el proyecto a los inversionistas por cada dólar invertido.



**Tabla 65.**

**Análisis Beneficio/Costo**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS</b>	13,728	14,287	14,868	15,473	16,103
<b>VA de Ingresos</b>	\$ 12,306.67	\$ 11,481.50	\$ 10,711.67	\$ 9,993.45	\$ 9,323.39
<b>COSTOS</b>	11,089	11,754	12,068	12,262	12,597
<b>VA de Costos</b>	\$ 9,940.89	\$ 9,445.96	\$ 8,694.30	\$ 7,919.23	\$ 7,293.51
<b>RELACIÓN B/C</b>					<b>1.24</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

De acuerdo con el análisis realizado se determina que el beneficio costo es de 1.24. Es decir que al ser mayor que 1 significa que el negocio es rentable, en donde por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 0.24 centavos.

### 5.11 Período de recuperación de la inversión

Es importante realizar un análisis de la recuperación de la inversión. Esto permite conocer en qué tiempo se podrá recuperar la inversión realizada. Además, es razonable recuperar la totalidad de la inversión en un lapso de 5 años. Mientras más corto sea el periodo de recuperación, el proyecto será menos riesgoso.

**Tabla 66.**

**Período de recuperación de la inversión**

<b>Periodos</b>	<b>Flujos netos actualizados</b>	<b>Flujos acumulados</b>
Inversión inicial	4.301.40	
Año 1	2.573.58	2.573.58
Año 2	2.221.83	4.795.41
Año 3	2.184.37	6.979.77
Año 4	2.139.38	9.119.16
Año 5	4.059.27	13.178.43

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

La inversión inicial del proyecto es de \$ 4.301.40 en donde, en el primer año se recupera 2.573.58 dólares, quedando por recuperar \$ 1.727.82 en el próximo año.

Para conocer el número de meses se divide el flujo actualizado del segundo año (2.221.83) para 12 meses, dando como resultado el valor de recuperación mensual de 185.15, ahora se divide el valor faltante de recuperar para el valor mensual ( $2.221.83/185.15= 9.33$  meses), verificando que en los primeros nueve meses del segundo año se recuperará 1.666.37, quedando como faltante por recuperar de 61.45 ( $1.727.82-1.666.37$ ).

Por último, para conocer el número de días se divide el monto mensual para los días del mes ( $185.15/30= 6.17$ ) donde se obtiene el valor de recuperación diario, luego se divide el saldo faltante por recuperar para el monto diario ( $61.45/6.17= 9.96$  días). Es decir, la inversión total se recuperará en 1 año, 9 meses y 10 días.

**Tabla 67.**

**Resumen Periodo de Recuperación de la inversión**

<b>Inversión inicial</b>	<b>Monto</b>	<b>Tiempo de recuperación</b>
4.301,40	2.573,58	1 año
	1.666,37	9 meses
	61,45	10 días
	4.301,40	

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2018

**5.12 Punto de equilibrio**

Es necesario encontrar el punto de equilibrio para determinar cuánto debe vender la empresa en donde no pierda ni gane, pero que a la vez pueda cubrir sus costos de operación.

### 5.12.1 Punto de equilibrio en dólares

Para determinar el punto de equilibrio en dólares se utiliza los costos fijos y variables del negocio, así también como el nivel de ventas proyectado, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \text{Costo Variable/Ventas}}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES} = \frac{8.859,30}{1 - (2.229,69/13.728,00)}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES} = 10.577$$

*Tabla 68.*

*Punto de equilibrio en dólares proyectado*

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Punto de Equilibrio (\$)</b>	10.577	11.273	11.544	11.670	11.961

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2018

### 5.12.2 Punto de equilibrio en unidades

Es necesario identificar la cantidad mínima de venta de cada producto, para cubrir los costos y gastos.

**Tabla 69.**

**Punto de equilibrio en cantidad**

Producto	Unidad de medida	Cantidad	Porcentaje	Punto de equilibrio en dólares	Precio unitario	Punto de equilibrio en cantidad
Muñeca pequeña	unidad	624	0,33	3.526	4,00	882
Muñeca mediana	unidad	624	0,33	3.526	8,00	441
Muñeca grande	unidad	624	0,33	3.526	10,00	353
<b>TOTAL</b>		<b>1.872</b>	<b>1,00</b>	<b>10.577</b>		<b>1.675</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**5.13 Análisis de sensibilidad y riesgos**

Para realizar un análisis de sensibilidad se plantean 4 escenarios.

**Tabla 70.**

**Análisis de sensibilidad y riesgos**

Escenarios:	SIN CAMBIOS	Escenario 1	Escenario 2	Escenario 3	Escenario 4
		Con un 20% menos en producción y ventas	Con costos de materia prima 20% más altos	Con precio de venta en menos un 10%	Con un incremento del 10% en el precio de venta
VAN	8.877.03	- 1.886	7.734,45	3.495	14.259
TIR	67,43%	-0,98%	59,62%	34,00%	100,16%
BENEFICIO COSTO	1,24	0,99	1,21	1,12	1,37
PERIODO DE RECUPERACIÓN	1 año 9 meses 14 días		2 años y 13 días	3 años 8 meses 7 días	1 año 1 mes 24 días

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

Para la realización de los diferentes escenarios se utilizó las variables de producción, materia prima y precio. En el escenario 1 al disminuir en un 20% la producción y las ventas se observa que no se obtiene un beneficio costo, obteniendo una tasa de retorno negativa, en donde la inversión no se logra recuperar dentro de los 5 años que se realiza la proyección, por lo que se debe tener cuidado en disminuir el nivel de producción y ventas. En el escenario 2 al incrementar los costos de la materia prima en un 20% se obtiene una tasa de retorno positiva, con un beneficio costo de 1.21. En el escenario 3 al disminuir en un 10% el precio de venta la tasa de retorno es menor, obteniéndose un beneficio costo de 1.12 pero el periodo de recuperación es de 3 años, 8 meses y 7 días, lo que representa un tiempo mayor generando riesgos en la microempresa. En el escenario 4 al incrementar el precio de venta en un 10% la tasa de retorno es de un 100% obteniendo un beneficio costo de 1.37, es decir este es el escenario que mayor beneficio brindaría al negocio, por lo que sería una buena opción ejecutarlo en un corto tiempo.

#### **5.14 Conclusión del estudio financiero**

El estudio financiero permite determinar si el proyecto es factible o no, por ello se realizaron cálculos proyectados para ingresos, costos y gastos que se incurrirán para la fabricación de muñecas para decoración del hogar. La inversión inicial para el proyecto es de \$ 4.301.40 los cuales serán financiados por el aporte propio. El VAN de este proyecto es un valor positivo y la Tasa Interna de Retorno es del 67.43%, en donde el VAN se vuelve cero, además se evidencia que la TIR es mayor que la TRM. Con los datos obtenidos se demuestra que el proyecto de factibilidad para la Creación de una microempresa de fabricación y comercialización de muñecas para decoración del hogar con material reciclable, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura” es viable.

## CAPÍTULO VI

### ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizativa de una empresa ayuda al correcto funcionamiento mediante un organigrama estructural, en donde se identificarán cada una de las áreas detallando sus respectivas funciones.

#### 6.1 Objetivo general

Definir la estructura organizacional del proyecto.

#### 6.2 Nombre de la microempresa

El nombre para la microempresa será “CREACIONES EMILY”. Este nombre hace referencia a que se crearán diseños novedosos de muñecas que brindarán un valor de uso además de una decoración para el hogar.



**Figura 26. Imagen de la empresa**

Elaborado por: La autora

Año: 2018

##### 6.2.1 Descripción de la empresa

CREACIONES EMILY es una microempresa que se dedicará a la fabricación y comercialización de muñecas para decoración del hogar con material reciclable. Debido a la gran cantidad de desechos que son considerados basura, varios de ellos son reciclables, los

cuales serán utilizados como materia prima para la creación de las muñecas. Existirán 3 tipos de tamaños: pequeña, mediana y grande, las cuales tendrán una variedad de diseños para satisfacer los diferentes gustos de la población. Dentro de las funciones que desempeñarán estos productos está la muñeca porta-esferos, carameleras, jaboneras, entre otras. Además, que al ser elaboradas manualmente serán atractivas para la decoración de los hogares de la población ibarreña.

### 6.2.2 Logo

El logo es el gráfico que permite identificar a la empresa y el producto en el mercado. El logo del negocio se presenta a continuación:



**Figura 27. Logo**

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

### 6.2.3 Eslogan

El eslogan que se ha elegido para la microempresa es “DISEÑANDO UN MUNDO ECOLÓGICO”, de esta forma lo que se busca es que se tome conciencia en el cuidado del medio ambiente.

### 6.3 Misión

CREACIONES EMILY es una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de muñecas para decoración del hogar con función de uso en material reciclable, que ofrece a sus clientes productos innovadores de calidad, con una variedad de diseños, pensando en el cuidado del medio ambiente.

## **6.4 Visión**

Para el año 2023 se convertirá en una microempresa líder en la fabricación de artesanías con material reciclable, productos que serán reconocidos por su calidad, sus novedosos diseños y el uso que estos brindarán dentro de los hogares para la satisfacción de la necesidad del cliente.

## **6.5 Objetivos organizacionales**

### **a) Objetivos a corto plazo**

- Posicionarse en el mercado local como una microempresa de fabricación de muñecas con material reciclable.
- Captar el 4% del total de la demanda, lo que significa alrededor de 1.803 muñecas anuales.
- Comercializar productos de calidad que satisfagan las exigencias de los consumidores.

### **b) Objetivos a mediano plazo**

- Mantener la innovación de los productos para competir en el mercado.
- Contratar personal para incrementar los niveles de producción y satisfacer las exigencias de los clientes.
- Incrementar el número de ventas mediante la captación del 5% del mercado.

### **c) Objetivos a largo plazo**

- Captar el 8% del mercado ibarreño.
- Ampliar los puntos de venta a nivel provincial.
- Ofrecer mayor diversidad en los productos artesanales fabricados con material reciclable.



## 6.6 Principios y valores

### 6.6.1 Principios

- **Ética y honestidad:** cada acción que se realice no debe contribuir a negocios fraudulentos que perjudiquen a la microempresa.
- **Compromiso:** todos los colaboradores de la microempresa deben estar comprometidos con la empresa y sus clientes.
- **Liderazgo:** cada colaborador debe ser capaz de realizar sus tareas y actividades de manera correcta y oportuna, permitiendo motivar al resto del personal.
- **Trabajo en equipo:** tomar decisiones entre todo el personal de la microempresa, permitiendo solucionar problemas que se presenten.
- **Innovación:** buscar nuevas alternativas que permitan que el producto tenga un valor agregado y sea preferido ante la competencia.
- **Calidad:** es importante que exista calidad tanto en los productos como en la atención que se brinda, permitiendo mantener al cliente satisfecho.

### 6.6.2 Valores

- **Honestidad:** mantener la honestidad en el ambiente interno y externo de la microempresa.
- **Responsabilidad:** todo colaborador debe cumplir y respetar cada una de las tareas encomendadas.
- **Respeto:** mantener el respeto entre los miembros de la empresa y hacia los clientes.
- **Puntualidad:** es necesario respetar el horario de trabajo y los plazos de entrega de los productos.

- **Creatividad:** buscar constantemente novedosos diseños para plasmarlos en las muñecas y atender las exigencias del cliente.

## **6.7 Políticas Empresariales**

Las políticas empresariales son reglas que orientan a la empresa para el logro de sus objetivos, misión y visión.

- Se debe mantener un comportamiento ético entre todo el personal de la microempresa.
- Conservar un ambiente de trabajo agradable para el buen desempeño del personal.
- Brindar un trato justo y equitativo a todos los clientes, atendiendo sus reclamos y solicitudes.
- Ofrecer productos innovadores y de calidad para satisfacer las exigencias y gustos de los clientes.

## **6.8 El producto**

El producto que se va a ofertar son muñecas para la decoración del hogar fabricadas con materiales reciclables que brindarán una funcionalidad dentro de los hogares.

### **6.8.1 Características del producto**

Las muñecas para la decoración serán fabricadas con diferentes materiales reciclables que serán adquiridos a través de varios proveedores. Estos materiales no son tóxicos para la salud humana. Los productos serán elaborados de forma artesanal. Tendrán diferentes diseños y usos para cumplir las expectativas de los clientes. Las muñecas serán de diferentes tamaños para una mayor elección de los compradores.

### **6.8.2 Marca**

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los potenciales clientes, se obtuvo que la marca que sería más llamativa para las muñecas es “Emily”.



**Figura 28. Marca**  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2018

### 6.8.3 Beneficios que el producto brinda al consumidor

Los principales beneficios que brindarán las muñecas a los consumidores serán las siguientes:

- **Valor de uso:** las muñecas tendrán diferentes funcionalidades, lo que permite su uso dentro del hogar. Existirán muñecas porta esferos, carameleras, etc.
- **Decoración del hogar:** las muñecas permitirán la decoración de un hogar, por lo tanto, tendrán diseños novedosos y llamativos.
- **Conservación del medio ambiente:** las muñecas son fabricadas con materiales reciclables permitiendo contribuir con la reducción de la contaminación ambiental.

### 6.8.4 Diferencia entre el producto y los de la competencia

CREACIONES EMILY posee varias diferencias de los locales comerciales de artesanías existentes. Por lo tanto, es importante identificar los aspectos que marcan la diferencia, entre los productos de la microempresa con los de la competencia.

#### *Cuadro 8.*

#### *Diferencia entre el producto y los de la competencia*

ASPECTOS	CREACIONES EMILY	COMPETENCIA
PRECIO	Bajos	Bajos, medios y altos
MATERIAL UTILIZADO	Material reciclable	Madera, cerámica, tela, otros
FUNCIONALIDAD	Valor de adorno y uso	Valor de adorno y poco uso
MARCA	Tiene marca	No tienen algunos

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** La autora  
 Año: 2018

Como se pudo verificar en el cuadro anterior, los productos que se ofertarán en la microempresa CREACIONES EMILY tendrán precios bajos para que exista mayor acogida por parte del mercado, mientras que la competencia tiene precios bajos, medios y altos. Además, los materiales que se utilizarán para la fabricación de las muñecas serán reciclados, y la competencia utiliza madera, cerámica, tela y otros. Los productos que ofertará la microempresa serán adornos para el hogar con un valor adicional de uso para que lo puedan utilizar en los diferentes lugares del hogar y muy pocos productos de la competencia tienen el valor de adorno y uso. Los productos que se ofertarán tendrán la marca de Emily, mientras que poca competencia mantiene una marca en sus productos.

### **6.8.5 Etiqueta, empaque y embalaje**

#### **6.8.5.1 Etiqueta**

Cada una de las muñecas tendrán una etiqueta, en donde se describe el nombre de la empresa, logo, eslogan y tipo de material utilizado en la fabricación. Permitiendo de esta forma, dar a conocer la microempresa.

#### **6.8.5.2 Empaque**

Según los resultados de la aplicación de las encuestas se obtuvo que la mayoría de las personas prefieren que las muñecas tengan un empaque de acetato transparente. Este empaque será utilizado en la exhibición y venta de los productos.



***Figura 29. Empaque de acetato transparente***

**Elaborado por:** La autora

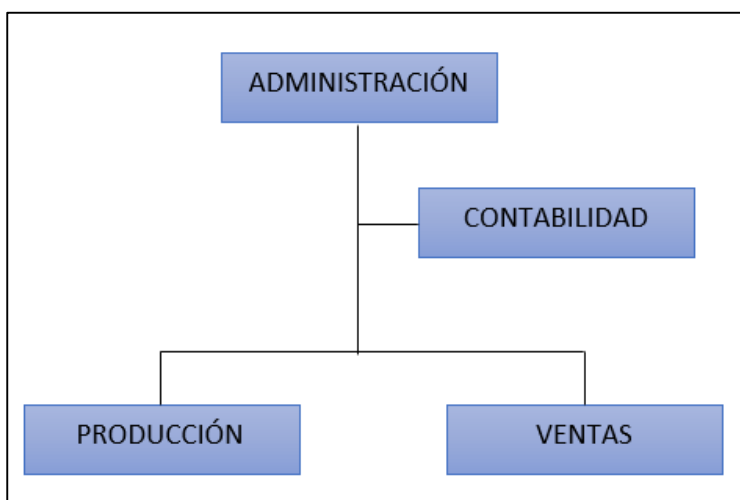
**Año:** 2018

### 6.8.5.3 Embalaje

Para que exista mayor facilidad de transporte y movilización de las muñecas en grandes cantidades, se utilizarán cajas de cartón como embalaje.

## 6.9 Organigrama estructural

Para que se desempeñen correctamente las funciones, es necesario establecer una estructura organizativa. Por lo tanto, a continuación, se presenta el organigrama de la microempresa:



**Figura 30. Organigrama estructural**

Elaborado por: La autora

Año: 2018

## 6.10 Niveles Administrativos

### 6.10.1 Nivel estratégico

Este es el nivel superior que lleva la total responsabilidad de una empresa, la cual es ocupada por la administración o alta dirección. Se encarga de la elaboración de políticas, estrategias y objetivos.

### 6.10.2 Nivel táctico

En este nivel se encuentran quienes reportan a la administración del funcionamiento de la empresa.


### **6.10.3 Nivel operativo**

El nivel operativo se encuentra conformado por el personal operativo de la empresa, es decir quienes se encargan de la producción y venta de los productos.

### **6.11 Manual de funciones**

Cada puesto de trabajo debe cumplir con varios requisitos, por lo tanto, a continuación, se presenta un manual de funciones para los diferentes cargos.

### 6.11.1 Manual de funciones del Administrador


<p style="text-align: center;"><b>CREACIONES EMILY</b></p>  <p style="text-align: center;">DISEÑANDO UN MUNDO ECOLÓGICO</p>	<b>Cargo:</b> Administrador
<b>Descripción del puesto:</b> El administrador es la persona encargada de encaminar a la empresa al cumplimiento de las metas organizacionales mediante la planeación, organización, dirección y control de las actividades.	
<b>Requisitos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Título de tercer nivel en administración de empresas o carreras afines</li><li>➤ Experiencia mínima 2 años</li><li>➤ Conocimientos financieros</li></ul>	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Capacidad de análisis de información</li><li>➤ Habilidad de comunicación</li><li>➤ Capacidad de planificar</li><li>➤ Capacidad de negociación</li><li>➤ Creativo</li><li>➤ Liderazgo</li><li>➤ Trabajar en equipo</li></ul>	
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Representar legalmente a la empresa.</li><li>➤ Ejecutar planes a corto y largo plazo acorde a los objetivos empresariales.</li><li>➤ Dirigir a su equipo de trabajo.</li><li>➤ Tomar las mejores decisiones para el cumplimiento de metas.</li><li>➤ Delegar funciones al personal.</li><li>➤ Motivar a los empleados</li><li>➤ Mantener una comunicación activa con el personal</li><li>➤ Resolver conflictos</li><li>➤ Dar un seguimiento de las actividades que se realizan dentro de la empresa</li></ul>	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

### 6.11.2 Manual de funciones del Contador

<p style="text-align: center;"><b>CREACIONES EMILY</b></p>  <p style="text-align: center;">DISEÑANDO UN MUNDO ECOLÓGICO</p>	<p style="text-align: center;"><b>Cargo:</b> Contador</p>
<p><b>Descripción del puesto:</b> Realizar registros contables, tributarios y financieros de la empresa.</p>	
<p><b>Requisitos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Título de tercer nivel en contabilidad</li><li>➤ Experiencia mínima 2 años</li><li>➤ Conocimientos de administración de recursos económicos</li><li>➤ Manejo de herramientas contables</li></ul>	
<p><b>Competencias:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Capacidad de análisis</li><li>➤ Razonamiento lógico</li><li>➤ Habilidad numérica</li><li>➤ Trabajar en equipo</li><li>➤ Ético</li><li>➤ Responsable</li><li>➤ Integridad</li></ul>	
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Llevar registros contables ordenados y actualizados</li><li>➤ Realizar estados financieros mensuales</li><li>➤ Analizar los estados financieros</li><li>➤ Preparar y presentar las declaraciones tributarias</li><li>➤ Realizar balances</li></ul>	


**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018



### 6.11.3 Manual de funciones del Operario


<p style="text-align: center;"><b>CREACIONES EMILY</b></p>  <p style="text-align: center;">DISEÑANDO UN MUNDO ECOLÓGICO</p>	<p style="text-align: center;"><b>Cargo:</b> Operario</p>
<p><b>Descripción del puesto:</b></p> <p>Elaborar las manualidades de forma correcta, mediante controles para que el producto terminado sea de calidad.</p>	
<p><b>Requisitos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Bachiller</li><li>➤ Conocimiento sobre manualidades</li><li>➤ Disponibilidad de tiempo</li><li>➤ Manejo de máquinas de coser industriales recta y overlock</li></ul>	
<p><b>Competencias:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Creatividad</li><li>➤ Respeto</li><li>➤ Colaboración</li><li>➤ Trabajo en equipo</li><li>➤ Manejo de herramientas manuales</li><li>➤ Habilidades manuales</li></ul>	
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Elaborar manualidades con productos reciclados</li><li>➤ Cumplir con las metas de producción</li><li>➤ Verificar el stock de inventario semanalmente</li><li>➤ Solicitar materia prima con anticipación</li></ul>	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### 6.11.4 Manual de funciones del Vendedor

<p style="text-align: center;"><b>CREACIONES EMILY</b></p>  <p style="text-align: center;">DISEÑANDO UN MUNDO ECOLÓGICO</p>	<p style="text-align: center;"><b>Cargo:</b> Vendedor</p>
<p><b>Descripción del puesto:</b></p> <p>Brindar una atención de calidad a los clientes dando a conocer el producto y los beneficios que este brinda.</p>	
<p><b>Requisitos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Bachiller</li><li>➤ Experiencia en ventas</li><li>➤ Conocimientos de marketing y ventas</li></ul>	
<p><b>Competencias:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Facilidad de comunicación</li><li>➤ Saber escuchar</li><li>➤ Tener empatía</li><li>➤ Optimista</li><li>➤ Seguridad de sí mismo</li><li>➤ Honesto</li><li>➤ Puntual</li></ul>	
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Conocer los beneficios y características del producto</li><li>➤ Cumplir con las metas de ventas</li><li>➤ Realizar mayor captación de clientes</li><li>➤ Comunicar apropiadamente a los clientes sobre los beneficios que le ofrecerá el producto</li><li>➤ Realizar demostraciones del uso del producto</li><li>➤ Resolver dudas de los clientes</li><li>➤ Informar al administrador sobre quejas, reclamos y sugerencias de los clientes</li></ul>	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

## **6.12 Aspectos legales de funcionamiento**

Para que el negocio empiece sus actividades económicas y comerciales debe cumplir con varios aspectos legales de funcionamiento. Entre estos se encuentra el Registro Único de Contribuyentes, patente municipal, permiso de funcionamiento y registro ambiental. Para contar con cada uno de ellos es necesario cumplir con varios requisitos, los cuales se detallan a continuación:

### **Requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyentes**

- Cédula de identidad del representante legal
- Original y copia del certificado de votación
- Factura del pago de un servicio básico
- Factura o contrato de arrendamiento
- Cuenta bancaria
- Patente municipal
- Permiso de bomberos

### **Requisitos para obtener la patente municipal por primera vez**

La patente es un documento necesario para iniciar un negocio, por lo tanto, los requisitos para la obtención son:

- Cédula de identidad del representante legal (original y copia)
- Copia del RUC
- Declaración juramentada del inicio de la actividad económica empresarial
- Solicitud de inspección del cuerpo de bomberos

## **Requisitos para el permiso de funcionamiento y registro ambiental**

- Permiso de la intendencia
- Ficha de inspección
- Permiso del cuerpo de bomberos
- Copia del RUC
- Original y copia del certificado de salud
- Original y copia de la cédula de identidad y certificado de votación del representante legal

### **6.13 Constitución legal**

Para que la microempresa CREACIONES EMILY realice sus actividades de forma legal se constituirá como una Persona Natural no obligada a llevar contabilidad por ser un negocio pequeño en donde no sobrepasa los límites de ingresos. Por lo tanto, tendrá las siguientes obligaciones tributarias:

- Obtener del RUC
- Obtener y emitir comprobantes de venta cuando el monto supere un valor de \$ 4.00, o por cualquier valor si el cliente lo solicita.
- Llevar un registro de ingresos y egresos, considerando el valor de IVA. Estos documentos deben ser archivados por un lapso de 7 años.
- Presentar las declaraciones

La microempresa se va a dedicar a la fabricación y comercialización de artesanías que grava con tarifa 12%, por lo que se debe declarar de forma mensual de acuerdo con el noveno dígito del RUC. Las declaraciones del Impuesto al Valor Agregado se deben realizar en el formulario 104A que es para personas no obligadas a llevar contabilidad (Ver Anexo N° 16).

**Tabla 71.**

**Plazo para declaración del IVA**

Noveno dígito de RUC	IVA		
	Mensual	Primer Semestre	Semestral Segundo Semestre
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

Para las declaraciones del Impuesto a la Renta se debe realizar en el formulario 102A (Ver Anexo N° 17). Para ello se debe utilizar la tabla del Impuesto a la Renta, considerando que la misma es cambiante cada año. Pero la microempresa no alcanza los montos establecidos, por lo que no pagará Impuesto a la Renta.

#### **6.14 Análisis de la estructura organizacional**

En la estructura organizacional se detalla aspectos como el nombre comercial de la microempresa que será CREACIONES EMILY, la imagen del negocio donde se presenta el logotipo, además se define la misión, visión, principios, valores. También se elaboró el organigrama estructural juntamente con el manual de funciones de cada trabajador; se determinó el marco legal para la conformación del negocio, así también como los requisitos necesarios para la constitución de esta, es decir, cumpliendo con los parámetros establecidos para el funcionamiento legal de la microempresa.

## CAPÍTULO VII

### IMPACTOS

En este capítulo se analiza cada uno de los impactos que puede generar la puesta en marcha del proyecto, obteniendo como resultado el impacto general que causará en el entorno.

#### 7.1 Objetivo general

Identificar los posibles impactos que tendrá la puesta en marcha de la microempresa en los ámbitos económico, social, empresarial y ambiental.

#### 7.2 Matriz de evaluación de impactos

El análisis de impactos permite examinar los resultados que tendrá el proyecto en las diferentes áreas del entorno. Se aplicará la siguiente matriz que permita establecer el nivel de afectación que tendrá cada uno de los impactos.

*Tabla 72.*

#### *Valoración de impactos*

Valoración Cuantitativa	Valoración Cualitativa
-3	Alto Negativo
-2	Medio Negativo
-1	Bajo Negativo
0	No genera impacto
1	Bajo Positivo
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

Fuente: Impactos

Elaborado por: La autora

Año: 2018

Para el cálculo de los impactos se debe aplicar la siguiente fórmula:

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

### 7.3 Impacto económico

Tabla 73.

#### Impacto económico

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Inversión						X		2
Desarrollo económico local						X		2
Estabilidad económica familiar						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>		<b>6</b>

Elaborado por: La autora

Año: 2018

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

$$\text{NIVEL DE IMPACTOS} = \frac{6}{3}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTOS} = 2 \text{ Impacto medio positivo}$$

#### Análisis

Como resultado de la creación y la implementación de la microempresa CREACIONES EMILY se proyecta obtener generalmente un impacto medio positivo, reflejado en la inversión económica. Para el desarrollo local se evidencia que a través del esfuerzo y creatividad artesanal se puede conseguir una estabilidad económica sustentable.

## 7.4 Impacto social

Tabla 74.

### Impacto social

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de fuentes de empleo						X		2
Bienestar poblacional						X		2
Satisfacción de los clientes							X	3
<b>TOTAL</b>						4	3	7

Elaborado por: La autora

Año: 2018

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

$$\text{NIVEL DE IMPACTOS} = \frac{7}{3} = 2.33$$

NIVEL DE IMPACTOS = 2 Impacto medio positivo

### Análisis

El impacto social del proyecto es de impacto medio positivo, donde la generación de empleo vendrá añadida de una correcta toma de decisiones para cumplir con los objetivos de la microempresa, donde genere un efecto multiplicador positivo. De esta manera lo que se pretende es ayudar al desarrollo y bienestar poblacional a la cual va dirigida el producto; contribuyendo de esta forma a la concientización y valoración artesanal; obteniendo clientes satisfechos.



## 7.5 Impacto empresarial

Tabla 75.

### Impacto empresarial

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Estructura organizacional						X		2
Clima organizacional							X	3
Eficiencia y eficacia							X	3
<b>TOTAL</b>						2	6	8

Elaborado por: La autora

Año: 2018

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

$$\text{NIVEL DE IMPACTOS} = \frac{8}{3} = 2.66$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTOS} = 3 \text{ Impacto alto positivo}$$

### Análisis

El impacto empresarial es alto positivo, debido a que la estructura organizacional presentada permite que los objetivos organizacionales se cumplan a cabalidad con la correcta delegación de funciones y responsabilidades para cada área, mejorando así las relaciones laborales y de comunicación. La eficiencia y la eficacia son el complemento primordial para el cumplimiento de cada tarea planificada, para que de esta manera se evite retrasos en los procesos.

## 7.6 Impacto ambiental

Tabla 76.

### Impacto ambiental

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Cultura de reciclaje							X	3
Mejorar la calidad de vida							X	3
Protección de la biodiversidad							X	3
<b>TOTAL</b>							<b>9</b>	<b>9</b>

Elaborado por: La autora

Año: 2018

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

$$\text{NIVEL DE IMPACTOS} = \frac{9}{3}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTOS} = 3 \text{ Impacto alto positivo}$$

### Análisis

El impacto ambiental que causará este proyecto es alto positivo porque incide en la preservación directa del medio ambiente, iniciando desde la cultura del reciclaje para mejorar la calidad de vida de la población y mantener una biodiversidad única en nuestro país por medio de estos aspectos que son la base del buen vivir.

## 7.7 Impacto general

Tabla 77.

### Impacto general

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Económico						X		2
Impacto Social						X		2
Impacto Empresarial							X	3
Impacto Ambiental							X	3
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>

Elaborado por: La autora  
Año: 2018

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

$$\text{NIVEL DE IMPACTOS} = \frac{10}{4} = 2.5$$

NIVEL DE IMPACTOS = 3 Impacto alto positivo

### Análisis

- El impacto económico es medio positivo debido a que debe existir la efectividad necesaria en cada proceso y obtener la rentabilidad acorde a la inversión, donde crezca de manera equitativa la demanda al consumidor y el desarrollo local gracias al ingreso económico que generen las familias.
- En lo social el impacto es medio positivo donde se fomentará el trabajo digno y de superación, cubriendo las necesidades de los demandantes a través de la variedad de

productos por colaboradores comprometidos con la excelencia y cumplimiento de lo que requiere el cliente.

- El impacto empresarial tendrá un impacto alto positivo, donde solucionará las debilidades existentes de la microempresa con la correcta aplicación de procedimientos y bajo un agradable ambiente laboral donde todos estén encaminados a un solo objetivo.
- El impacto ambiental es alto positivo, ya que obedecerá al cambio de cultura y concientización de la comunidad, que contribuirá a mantener un ambiente propicio, donde se pueda vivir en armonía con la naturaleza.

## **7.8 Análisis del capítulo**

Dentro de este capítulo se evalúan los posibles impactos positivos o negativos que el proyecto generará en el entorno, para ello se han considerado impactos económico, social, empresarial y ambiental, donde se analiza cada factor que representa a cada uno de ellos. Finalmente se realizó una evaluación del impacto general en donde se analiza cada uno de los impactos antes mencionados para poder determinar el impacto que la puesta en marcha de este negocio generará, llegando a determinar que tendrá un impacto alto, debido a que se contribuirá al cuidado del ambiente, mejorando la calidad de vida de la sociedad.

## CONCLUSIONES

- En el diagnóstico situacional del entorno se pudo establecer que existen aspectos favorables para la creación de la microempresa de fabricación y comercialización de muñecas para decoración del hogar con material reciclable, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Al mismo tiempo se identificó las principales oportunidades y amenazas que tiene el entorno para este tipo de negocios que se deseen crear.
- La realización de un marco teórico conceptual es de gran ayuda para sustentar y comprender varios de los términos que se emplean durante la realización de los capítulos, así como para fortalecer el conocimiento de aspectos que se requieren para la puesta en marcha del negocio.
- Mediante el estudio de mercado se analizó cada aspecto de la oferta y la demanda que existe en el mercado. De acuerdo con el balance de oferta demanda se estableció que existe un déficit en la oferta de artesanías, permitiendo aprovechar esta demanda insatisfecha para entrar en el mercado. Además, se determinó un nivel de aceptación del 75.26% para la creación de la microempresa, permitiendo atender a aquellas personas que buscan artículos que sean novedosos, llamativos y sobre todo innovadores para la decoración de sus hogares.
- En el estudio técnico se ha determinado que el centro de la ciudad de Ibarra es un lugar estratégico para la implantación del proyecto, que garantiza una buena comercialización del producto, debido al gran movimiento comercial en sus alrededores.
- Dentro del análisis financiero se determinó que el monto de inversión para el proyecto es de \$ 4.301.40, y que mediante los resultados obtenidos de los evaluadores financieros se obtiene un VAN de \$ 8.877.03, la TIR de 67.43% y el Beneficio/Costo de \$1,24, lo que representa que la creación de la microempresa es factible.

- La organización de la microempresa cuenta con un organigrama que permite determinar el nivel jerárquico y mediante el manual de funciones propuesto se establece las funciones que debe realizar el personal para el correcto funcionamiento organizacional.
- Los impactos que se analizaron fueron el económico, social, empresarial y ambiental, los mismos que demostraron impactos positivos en el sector, lo cual determina que la creación de la microempresa es totalmente viable.

## RECOMENDACIONES

- El administrador de la microempresa debe realizar un diagnóstico situacional, el cual contenga información importante sobre aspectos políticos – legales, económicos, socioculturales, tecnológicos y ambientales con un análisis de sus respectivas variables. Permitiendo de esta forma, conocer claramente cómo se encuentra el entorno y la forma en que estos factores pueden influir sea positiva o negativamente en la creación del negocio.
- El administrador debe crear un marco teórico conceptual de aspectos que respalden el proceso de producción del producto, además de información que se utilice en los demás capítulos, para que exista mayor comprensión de los datos que se presenten. Todos estos conceptos deben ser obtenidos de fuentes bibliográficas actuales.
- Es de gran importancia que el administrador y el contador realicen un estudio de mercado, mediante investigaciones de campo o entrevistas, es decir aplicando técnicas e instrumentos que permitan la recolección de información real sobre las diferentes variables de las 5 fuerzas de Porter, oferta, demanda y comercialización del producto. Esto permitirá identificar aquellos aspectos que pueden incidir en la implementación del negocio. Permitiendo aprovechar debilidades de la competencia para la creación de estrategias que permita a la microempresa posicionarse en el mercado, y al mismo tiempo satisfacer a la demanda insatisfecha existente.
- El administrador debe realizar planificaciones para el mantenimiento de la infraestructura, maquinaria y equipo, de esta manera evitar retrasos en la producción y poder realizar las actividades de forma normal.
- El administrador juntamente con el contador debe realizar análisis de los aspectos financieros, en donde se determine la posibilidad de reducir los costos de producción, logrando así la obtención de mayores ingresos para la microempresa. Al obtener

resultados positivos en los evaluadores financieros es recomendable la creación de la microempresa.

- El administrador debe realizar seguimientos de control para la verificación del cumplimiento de políticas, para lograr los objetivos propuestos.
- El administrador debe aplicar de manera efectiva medidas preventivas sobre los impactos que conllevará la ejecución del proyecto.



## FUENTES DE INFORMACIÓN

### BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *Emprendedor de éxito* (Cuarta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M. J., Pintado, T., & Juan, J. M. (2011). *Introducción al marketing* (Tercera ed.). Madrid: Pearson Educación.
- Cabrerizo, M. (2015). *Políticas de marketing*. España: Marcombo.
- Campoy, D. M. (2010). *Gestión emprendedora*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Flórez, J. A. (2015). *Plan de negocio para pequeñas empresas* (Segunda ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- García Colín, J. (2014). *Contabilidad de costos* (Cuarta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Hansen-Holm, M. A., & Chávez, L. (2012). *NIIF para PYMES. Teoría y práctica*. Guayaquil: Hansen-Holm.
- Micó, P. A., & González López, A. (2015). *Emprender con éxito. 10 claves para generar modelos de negocio*. México: Alfaomega.
- Moyano, J., Bruque, S., Maqueira, J., Fidalgo, F., & Martínez, P. (2011). *Administración de empresas: Un enfoque teórico - práctico*. Madrid: Pearson Educación.
- Neira Rodríguez, J. A. (2012). *Cómo preparar el plan de empresa* (Segunda ed.). Colombia: Alfaomega.
- Williams, C. (2013). *ADMON. Administración* (Sexta ed.). México: CENGAGE Learning.

## LINCOGRAFÍA

- Asamblea Nacional. (21 de Diciembre de 2015). *Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/CONSTITUCI%C3%93N-DE-LA-REP%C3%9ABLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- BanEcuador. (15 de Agosto de 2017). *BanEcuador es el aliado estratégico de los jóvenes emprendedores*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2017, de <https://www.banecuador.fin.ec/noticias-banecuador/boletines-de-prensa/banecuador-aliado-estrategico-los-jovenes-emprendedores/>
- BanEcuador. (26 de Julio de 2017). *BanEcuador es el banco del pueblo*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2017, de <https://www.banecuador.fin.ec/articulos-promocionados/banecuador-banco-del-pueblo/>
- Campos, S. (19 de Junio de 2016). *F & N Emprendedores*. Recuperado el 7 de Diciembre de 2017, de <http://www.estrategiaynegocios.net/especiales/pymes/management/971768-480/4-iniciativas-para-promover-el-reciclaje-entre-los-emprendedores>
- Coyuntura Económica. (17 de Abril de 2012). *Coyuntura economica*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2017, de <https://coyunturaeconomica.com/negocios-internacionales/importancia-internet-en-comercio>
- El Norte. (2 de Enero de 2016). *Campaña de comercio en Ibarra se fortalece en el 2016*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2017, de <http://www.elnorte.ec/ibarra/actualidad/60852-comercio-se-fortalece-2016.html>
- El Universo. (29 de Enero de 2017). *El dinero impulsa el reciclaje local*. Recuperado el 7 de Diciembre de 2017, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/01/28/nota/6020404/dinero-impulsa-reciclaje-local>
- Entrepreneur*. (28 de Julio de 2010). Recuperado el 15 de Diciembre de 2017, de <https://www.entrepreneur.com/article/263540>
- expreso.ec. (30 de Junio de 2017). *Economía de Ecuador crece 2.6% interanual en 2017, según Banco Central*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2017, de <http://www.expreso.ec/economia/ecuador-economia-pib-bancocentral-crecimiento-IL1508956>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra. (2015). *Actualización Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra 2015 - 2023*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2017, de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000260001\\_PD%20Y%20OT%20IBARRA%20UNIFICADO%20004\\_13-03-2015\\_17-34-44.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000260001_PD%20Y%20OT%20IBARRA%20UNIFICADO%20004_13-03-2015_17-34-44.pdf)
- Horngren, C., Datar, S., & Madhav, R. (2012). *Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial*. México: Pearson Educación.

- Koroleva, S. (s.f.). *Cestos y cestas*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2017, de <http://cestosycestas2.blogspot.com/2013/01/munecas-sencillas-con-botellas-de.html>
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. (28 de Abril de 2011). Recuperado el 4 de Diciembre de 2017, de <http://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/Ley%20Orga%CC%81nica%20de%20Economi%CC%81a%20Popular%20y%20Solidaria.pdf/0836bc47-bf63-4aa0-b945-b94479a84ca1>
- Méndez Morales, J. S. (2011). *La economía en la empresa en la sociedad del conocimiento* (Cuarta ed.). México: McGraw-Hill.
- Mungaray, A., Ramírez, N., & Ramírez, M. (2010). *Aprendizaje empresarial en microempresas de subsistencia*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Navajo, P. (2011). *Planificación estratégica en organizaciones no lucrativas*. España: Narcea Ediciones.
- Ortiz, A. E. (24 de Septiembre de 2017). *Blog del dinero*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2017, de <http://dinero.pcweb.info/2017/09/que-son-costos-definicion-concepto-significado-clasificacion-fijos-variables.html>
- Peiro Ucha, A. (2015). *Economipedia*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2017, de <http://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Prefectura de Imbabura. (26 de Octubre de 2016). *Feria Artesanal para atraer turismo en Ibarra*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2017, de <http://www.imbabura.gob.ec/medios/boletines-de-prensa/item/809-feria-artesanal-para-atraer-turismo-en-ibarra.html>
- Recytrans. (31 de Marzo de 2015). *Recytrans Soluciones Globales para el reciclaje*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2017, de <https://www.recytrans.com/blog/tipos-de-reciclaje/>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021 - Toda una Vida*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2017, de [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- Sierralta, M. (28 de Mayo de 2014). *Guioteca*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2017, de <https://www.guioteca.com/manualidades-y-artesania/que-es-la-artesania-a-quien-llamar-artesanos-las-respuestas-para-no-confundirnos/>
- TecnoTemas. (8 de Marzo de 2017). *TecnoTemas*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2017, de <https://www.tecnotemas.com/la-internet-y-su-influencia-en-los-negocios/>
- Vila, A. (s.f.). *Vix*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2017, de <https://www.vix.com/es/imj/hogar/7329/guia-de-herramientas-basicas-para-manualidades>
- Virginie, M. (2011). *Los caminos del reciclaje*. Barcelona: Ned ediciones.

# ANEXOS

## ANEXO N° 1 Entrevista a experto con conocimientos en el ámbito económico



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

#### ENCUESTA DIRIGIDA A EXPERTO CON CONOCIMIENTOS EN EL ÁMBITO ECONÓMICO

**Nombre:** Economista Silvana Linto

**Ocupación:** Técnica encarga del Departamento de Desarrollo Económico del GAD-IBARRA.

**1. ¿Según su criterio cómo se encuentra actualmente la situación económica de la ciudad?**

Actualmente la ciudad está en crecimiento, por el incremento de emprendimientos que está existiendo. Los emprendimientos hoy en día son las nuevas formas de trabajo que permiten tener el sustento del día. Los productos que se creen deben ser innovadores para que tengan mercado.

**2. ¿Cómo mira la producción artesanal desde el punto de vista económico?**

El tema artesanal es apeteedor, porque el turista nacional y extranjero les gusta lo moderno, por lo tanto, se debe fusionar lo moderno con lo artesanal.

**3. ¿En qué afecta la inflación con respecto a las microempresas que desarrollan su actividad dentro de la provincia con materiales reciclables?**

La inflación es una variable que afecta a los negocios. En este caso si la empresa trabaja con materiales de reciclaje el impacto sería menor, debido a que se utilizarán los materiales que ya no sirven para otras personas, pero al usarlos como materia prima se puede dar mayor utilidad.

## ANEXO N° 2 Entrevista a comerciante de artesanías



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

#### ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES DE ARTESANÍAS

**NOMBRE:** Zoila Arteaga

**1. ¿Cómo considera las costumbres que tiene la población respecto a adornos?**

Las personas buscan artesanías que sean elaboradas en nuevos tipos de materiales. Lo que más les atrae son los nuevos modelos que se sacan al mercado. También, prefieren artículos que puedan utilizarlos para la decoración en sus hogares.

**2. ¿Considera que existe un espíritu emprendedor en la población ibarreña?**

Si, las personas que tienen habilidades para elaborar algún producto están poniendo su propio en el mercado para poder tener un ingreso para sus familias.

**3. ¿Qué tipo de tecnología utilizan para la fabricación de artesanías?**

La tecnología que se emplea son las máquinas de coser industriales, porque permite realizar en menor tiempo el trabajo, de esta manera se puede aumentar el nivel de producción.

## ANEXO N° 3 Entrevista a comerciante de artesanías



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

#### ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES DE ARTESANÍAS

**Nombre:** Rubí Borja

**1. ¿Cómo considera las costumbres que tiene la población respecto a adornos?**

Las personas al momento de adquirir artículos para la decoración de sus hogares buscan artesanías que tengan diseños atractivos, además que estos no sean los mismos de siempre que han estado en el mercado.

**2. ¿Considera que existe un espíritu emprendedor en la población ibarreña?**

Sí, más hoy en la actualidad porque no existen fuentes de empleo. Varias personas están siguiendo cursos para aprender algún tipo de manualidad y convertir esto en un negocio para tener una fuente de ingreso económico a los hogares.

**3. ¿Qué tipo de tecnología utilizan para la fabricación de artesanías?**

Para la elaboración de artesanías en tela el tipo de tecnología que se utiliza es la máquina industrial de coser recta y overlock. Esta maquinaria facilita el trabajo permitiendo que las costuras que se realicen no tengan fallas y poder tener un producto final de calidad.

## **ANEXO N° 4 Entrevista a experto en conocimientos del ámbito tecnológico**



### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

#### **ENCUESTA DIRIGIDA A EXPERTO EN CONOCIMIENTOS DEL ÁMBITO TECNOLÓGICO**

**Nombre:** Javier Semblantes

**Cargo:** Ingeniero en Sistemas

#### **1. ¿Qué importancia tiene la tecnología en un negocio?**

La tecnología en la actualidad es una herramienta que pueda mejorar procesos de producción. Aquellos negocios que implementen la tecnología en sus negocios tendrán grandes beneficios. Puede mejorar y reducir tiempos en el manejo de información, permitiendo mantenerla ordenada. También, la maquinaria que se emplee es considerada como tecnología, porque mediante el uso que esta brinde puede optimizar el tiempo de producción.

#### **2. ¿Qué tan beneficioso son los cambios que ha tenido el internet para los negocios?**

El internet es una red que permite compartir información. Los negocios que utilicen el internet para obtener información de otras empresas les permite mantenerse en contacto con la realidad, porque pueden interactuar de forma virtual con proveedores y clientes. Por lo que, también un negocio puede utilizarlo para transmitir información sobre sus productos a los demás.



ANEXO N° 5 Entrevista a personal del Ministerio del Ambiente.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS  
ENTREVISTA APLICADA AL MINISTERIO DEL AMBIENTE  
IMBABURA

Señor: Mauricio Terán

1. A qué consideramos desechos sólidos y cuál es el objetivo de recolección?  
Desechos sólidos son todo el material generado después de su uso.  
- Un toner de computadora - Una botella de una bebida  
- cascara de frutas etc
2. Existe una programación donde se informe a la ciudadanía sobre el reciclaje?  
Si  
Desde el Ministerio del Ambiente se promueve a nivel nacional campañas para fomentar el reciclaje
3. Qué nivel de cultura de reciclaje existe en la ciudad?  
Es aun bajo, la basura no se separa, no se recicla los desechos orgánicos
4. En qué nivel de porcentaje se encuentra la contaminación ambiental?  
Es de nivel medio, nuestro país no es tan industrializado.  
Si hay problemas en el tratamiento de las Aguas servidas
5. Qué tipos de desechos se recicla?  
- Residuos orgánicos para hacer compostera o lombricultura  
- cartón y papel  
- botellas plásticas
6. Qué tipo de material se considera a las botellas plásticas y por qué?  
Es un materia de difícil descomposición si es arrojado al ambiente, Hay en Ibarra existen personas que se dedican a este reciclaje de botellas plásticas

7. Qué cantidad de desechos plásticos (botellas) se recicla diariamente?

A nivel interno de la Dirección Provincial del Ambiente de Tucumán 20.2 botellas nada más

8.Cuál es el uso final que se da a éste tipo de materia?

se entrega a Resipaz una recicladora de Desechos Sólidos de Ibarra

9. Existe algún tipo de proyecto o microempresa que trabaje con éste tipo de residuos (botellas plásticas)?

Resipaz - Ibarra  
Biorreciclar - Ibarra y Otavalo

10. Qué haría para disminuir el nivel de desechos plásticos en la ciudad?

Así se fomenta el uso de botella de Aluminio o Vidrio

Mauricio Terán  
100186276-0

## ANEXO N° 6 Locales de artesanías

	CI/RUC	Nombre Completo	Nombre Del Local	Actividad
1	1703104966	Herrera Gualle Rosa Mercedes		Venta De Artesanías
2	1001438520	Terán Villegas Sixto María	Taller De Sixto Terán	Artesanías Talladas
3	1712592201	Pérez Guachagmira Byron Iván		Art.Calif Artesanías Ático Y Matiz
4	1002480398	Carrillo Pupiales Ana Rafaela	Kasa Bella	Venta Artesanías Y Muebles
5	1001783628	Salas Gallegos Marcelo Fabián		Artesanías
6	1306176585	Cruz Vélez María Del Roció		Artc Calif Artesanías
7	1001481686	Rosas Moscoso Marta Lucia		Artesanías/Bazar
8	1001335122	Perugachi Rivera Jorge Eduardo		Venta De Artesanías
9	1002008108	Rodas Cabrera Lorena Alexandra		Artesanías
10	1001859758	Bastidas Espinosa Pastora Isabel		Venta De Artesanías
11	1002048534	Moncada Bosmediano Jorge Aníbal		Fabricación De Muebles Para Hogar Y Oficina / Artesanías
12	1001986023	Realpe Chasiquiza Viviana Cecilia		Venta De Artesanías
13	1001076288	Chico Lema Fredy Mauricio	Quinty	Prendas De Vestir/Artesanías
14	1000578334	Montesdeoca Rivadeneira Nancy Magdalena	Rincón Del Arte	Artesanías
15	1000744910	Chasiquiza Fuertes Enma		Venta De Artesanías
16	1000095339	Espinoza Cisneros Carlos Eloy	Artespinoza	Artesanías Talladas Imaginería/Artesanías Policromadas
17	1001800919	García Portilla Hernán Gabriel	Casa De Arte	Artesanías
18	1001863131	Terán Salas Roció Patricia	Taller Lindys	Artesanías
19	1001021318	Torres Gordillo Bertha Edelmira		Venta De Artesanías
20	1000549913	Potosí Suarez Edgar Gilberto		Ter Edad Artesanías
21	1002089330	Yépez Placencia Marco Tulio	Taller Todo Estilo	Venta De Artesanías
22	1002618559	Cabezas Bedon Esperanza Del Carmen		Fabricación Y Venta De Muebles / Artesanías
23	1002364766	Díaz Villarruel Edison Ernesto		Artesanías
24	1002024964	Ibadango Terán Nelson Vitaliano	Galería Ediv	Venta De Muebles Y Artesanías
25	1000987766	Almeida Rivadeneira Luis Boanerges		Artesanías
26	1001661402	Almeida López Sandra Maribel	Almeida	Artesanías
27	1001434701	Potosí Suarez Gloria Margarita Lucia	Galería De Artes San Antonio	Artesanías Lacadas / Artesanías
28	1002595294	Moreno Boada Mónica Fernanda	Minispazos	Artesanías
29	1003924485	Farinango Flores Jefferson Andrés		Venta De Artesanías

30	1002727988	Pomasqui Colimba Wilson Fabián	Arte Y Creación Imbabura	Artesanías Talladas
31	1001467156	Perugachi Córdova Aura Matilde	Caspicara	Artesanías
32	1002657417	Yépez Duran Martha Piedad		Venta De Artesanías
33	1002013959	Potosí Sani Jaime Rodrigo	Scarlet	Venta De Artesanías
34	1001631991	Villalba Sevilla Ricardo Germánico	Centro De Arte	Artesanías Centro De Arte
35	1002448759	Pita Vásquez Nelson Fabián	Decorarte Mueblería	Muebles/Artesanías
36	1003661459	López Calderón Raúl Stalin	Pk Tus Instintos	Venta De Artesanías
37	1001768884	Díaz Tixilima Laura		Art Calf Fabricación Y Venta De Muebles Decormade/Artesanías
38	1002177812	Yépez Benalcazar Elena Beatriz		Venta De Artesanías
39	1000414548	Almeida Vásquez Teresa De Jesus		Artesanías
40	1001286663	Cevallos Yépez Blanca Marcia Eugenia	Crearte	Muebles/Artesanías
41	1002409447	Castro Terán Fernando Raúl		Fabricación Artesanías Talladas
42	1002394649	Chuquin Cervantes Milton Moisés		Fabricación Artesanías, Restauración
43	1001695921	Montesdeoca Almeida Roció Del Pilar	La Galería	Artesanías
44	1002187076	Tepú Pozo Héctor Fernando	El Marco De Oro	Venta De Artesanías
45	1001587862	Vaca Olmedo Marisol Del Pilar	Manualidades Mil Travesuras	Artesanías
46	1001599040	Montesdeoca Collahuazo Julio Eduardo		Venta De Artesanías
47	1001498052	Montesdeoca Villarruel Graciela Alba		Artc Calif Artesanías Multarte/Muebles
48	1002498986	Millan Narváez Jeameth Lorena	Arte Manual	Artesanías
49	1000372233	Potosí Suarez Luis Aníbal	Galería Luis Potosí	Artesanías
50	1000896983	Palacios Corrales Héctor Julio		Artc. Calif Artesanías
51	1000523207	Enríquez Mera Laura Imelda		Artesanías
52	1000896983	Palacios Corrales Héctor Julio		Artc Calif Artesanías
53	1001538758	Díaz Cisneros Magdalena Del Trancito		Muebles/Artesanías
54	1000873545	López Espinosa Sergio Alonso		Taller Demostrativo Artesanías
55	1000415685	Vásquez Cevallos Magdalena Del Carmen		Terc.Edad Artesanías
56	1001538758	Díaz Cisneros Magdalena Del Trancito		Venta De Artesanías
57	1001814316	Checa Gudiño Patricia Maricela	Parchesitos	Artesanías
58	1001971603	Cajas Navarrete María Patricia		Venta De Artesanías
59	1001352788	Villalba Terán Jorge Luis		Artc Calif Artesanías
60	1002380259	Venegas Salas Daniel Manolo		Artesanías En Madera
61	1000604460	Orbe Tobar Clara Esthela		Venta De Artesanías
62	1003818471	Ruales Tuz Franklin Paul	Ufo Club	Cafetería/ Venta De Artesanías/Actividad Tipo Servicio

63	1003482997	Espinoza Bernardo Tania Sulay	Comercio Automotriz Y Artesanía El Limonal	Tienda/Mecánica/Artesanías
64	1002218418	Yaguapaz Cuaspuj Jaime Rene	Muebles Arte Y Decoración Country	Muebles Artesanías
65	1091708112001	Fundación Cooperación Y Acción Comunitaria		Artesanías
66	1001435468	Félix Proaño Enriqueta		Art. Calif Muebles Y Artesanías
67	1001073368	Cevallos Yépez Guillermo Salvador	Galería De Arte San Antonio	Venta De Artesanías
68	1001367448	Parra Madera Mery Yolanda		Artesanías
69	1000726222	Arroyo Hinojosa María Susana		Tienda / Venta De Artesanías
70	1003076955	Ramos Pozo Alexandra Margarita		Venta De Artesanías
71	1000064384	Rivadeneira Dalgo Gladys Alicia Magdalena	Galería De Arte	Artesanías Decoradas En Madera
72	1000994614	Recalde Aguirre Elizabeth Del Roció		Artesanías En Cerámica
73	1000074565	Vásquez Pasquel Miguel		Venta Artesanías
74	1001903887	Gómez Almeida Lenin Marcelo		Artesanías Galería Gómez 2
75	1002555561	Díaz Chauca Amparito Del Roció		Venta De Vinos/ Artesanías
76	1000970564	Ruiz Sevilla Fabián Gabriel		Venta De Artesanías
77	0502216260	Velásquez Chiguano Gabriela Fernanda	Muskuk	Artesanías/Manualidades
78	1001092772	Jaramillo Ubidia Rosa Del Rosario	Bonita	Artesanías
79	1002563490	Bedon Terán Cristiam Alexander	Arte Colonial 3	Artesanías En Policromía/Muebles
80	1001678331	Terán Montesdeoca Sonia Margarita		Artc Calif Artesanías
81	1000862415	Montesdeoca Rivera Elina Pastora		Venta De Artesanías
82	1001078276	Chachalo Alvear María Getrudiz	La Casa Del Bordado	Artesanías Bordados
83	1002992186	Gualacata Bonilla José Rubén	Zephir	Artesanías
84	1003368154	Cando Guerrero Nelly Cecilia		Artesanías Y Bazar América
85	1001700416	Zumárraga Ortiz María Luisa	Taller Artístico El Querubin	Artesanías
86	1000353514	Duran Estévez Blanca América		Confitería Y Artesanías
87	1002257234	Palma Espinosa Esperanza Janeth	Detallitos Josue	Artesanías
88	1000986958	Pazmiño Bonilla Celia Consuelo Del Rosario		Venta De Artesanías
89	1003194998	González Bolaños Mayra Paola	Tierra Mestiza	Cafetería/Artesanías/Bebidas alcohólicas
90	0104066899	Jaya Córdova Flovia Del Rosario	Bazar y Confecciones PAME	Venta De Material Para Manualidades Y Artesanías
91	1001619665	Montalvo De La Torre Celestino		Venta De Cds Y Artesanías
92	1001934866	Jara Paguay Pablo Rolando	Arte Idea	Venta De Artesanías

93	1002175196	Cevallos Ipiales Juan Carlos		Art.Calif Venta De Artesanías
94	1000685956	Castro Vilañez Luis Tarquino		Artesanías Talladas En Madera
95	1001221959	Teran Montesdeoca Martha Nohemy De Las Mercedes		Artc Calif Artesanías
96	1001348356	Tituaña Farinango Sergio Elias		Fabricación De Artesanías
97	1001444569	Sandoval Luis Alfonso		Artesanías
98	1001955069	Farinango Flores Nancy Esperanza		Artesanías
99	0500660816	De La Torre De La Torre Luis Florentino		Artesanías
100	1001559200	Teanga Solano Julio Moises	Rurai Arte Artesanías	Artesanías
101	1001678372	Salazar Velasco Marco Patricio		Venta De Artesanías
102	1000060812	Ipiales Sanguino Rosa María	Artesanías Latinas	Venta De Artesanías
103	0926672049	Godoy Vera Iván Antonio	Godmed Tatto	Tatuajes Y Venta De Artesanías
104	0700913304	Rivas Córdova María Margarita	Artesanías Imbabura	Artesanías
105	1700778648	Cruz Vargas Jose Luis	Artecua	Muebles/Artesanías
106	1002349676	Morales Villagran Vilma Guadalupe		Ropa / Artesanías
107	1001394665	Suarez González Nelson Efrain		Fabricación Artesanías En Cerámica
108	1003317128	Almeida Farinango Veronica Elizabeth		Artesanía
109	1002314464	Iles Pupiales Maria Hilda		Artesanías Puesto 282 E
110	1001267341	Vaca Collaguazo Miguel Ángel	Yugo´S Art´S	Artesanías
111	1003487616	Estévez Montesdeoca Diana Lucia	Decomadera	Artesanías/Artículos Decorativos De Madera

**Fuente:** Catastros Página Web Ilustre Municipio San Miguel de Ibarra

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**ANEXO N° 7 Entrevista a personal del Departamento de Desarrollo Económico GAD-IBARRA.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A EXPERTO CON CONOCIMIENTOS EN EL ÁMBITO  
ECONÓMICO**

**Nombre:** Economista Silvana Linto

**Ocupación:** Técnica encarga del Departamento de Desarrollo Económico del GAD-IBARRA.

**1. ¿Considera a Ibarra una ciudad de desarrollo para emprender proyectos basados en manualidades?**

Sí, porque las artesanías se las consideran comerciales. Un punto importante por considerar es que siempre debe existir creatividad para elaborar estas manualidades.

**2. ¿Cuál es la principal diferencia de los productos artesanales a los demás en el mercado?**

Una gran diferencia que puede existir es que, varios de ellos solo se los utiliza como adornos y muy pocos de ellos brindan una función dentro de los hogares.

**3. ¿Qué capital considera necesario para la implementación de la actividad artesanal?**

Para poner en marcha un negocio se necesita alrededor de \$ 3.000 a \$ 5.000. Estos recursos serán necesarios para la adquisición de maquinaria, insumos para iniciar las actividades de la empresa.

**4. ¿Qué tipo de incentivos realiza el gobierno para la creación de este tipo de emprendimientos?**

El municipio de Ibarra promueve la creación de emprendimientos, en donde una forma de apoyo es dotar de un local sin costo alguno para la exhibición y venta de artesanías en la ciudad. Realizan publicidad de forma gratuita, además de ferias que se realizan para promover la economía de la ciudad.

**ANEXO N° 8 Productos sustitutos**

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>			
<b>TEMA:</b>	<b>Productos sustitutos</b>	<b>Ficha N°</b>	<b>1</b>
<b>Lugar:</b>	<b>Ibarra</b>	<b>Fecha:</b>	<b>12/01/2018</b>
<b>Fuente:</b>	<b>Locales de artesanías</b>		
<b>Nombre del negocio similar</b>	<b>Tipo de artesanías</b>		
<b>MINIspacios</b>	Gráficos de caricaturadas, cofres		
<b>Arte Manual</b>	Muñecas para adornos, osos, parejas, portarretratos		
<b>Tierra Mestiza</b>	Manillas, cadenas, aretes		
<b>Bazar y Confecciones</b>	Hadas, animales, cascadas, portarretratos		
<b>PAME</b>			

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018



## ANEXO N° 9 Entrevista a comerciante de artesanías



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES DE ARTESANÍAS**

**Nombre:** Emperatriz Benavides

- 1. ¿Qué es lo que prefiere un cliente al momento de la compra, un artículo tradicional o un nuevo diseño?**

Las personas cuando comparan prefieren adquirir artículos que tengan diseños novedosos, algo que no sea común en los demás locales.

- 2. ¿Qué es lo que busca un cliente en un producto?**

La mayoría de las personas cuando deciden el tipo de artesanía, lo primero que se fijan es el precio, buscan algo económico, pero existen personas que valoran el trabajo manual y no se resisten al precio estipulado. Además, varias personas se fijan en la calidad del producto, es decir que tenga las características necesarias para satisfacer su necesidad.

- 3. ¿Cuál es la importancia de la tecnología para el negocio?**

El manejo de la tecnología permite agilizar trámites y ahorro de tiempo. Además, la maquinaria se considera como una herramienta tecnológica que permite realizar procesos de producción con acabados de calidad.

- 4. ¿A qué segmento del mercado están dirigido sus productos?**

Mis productos se encuentran enfocados a satisfacer las necesidades de todo el público en general, permitiendo tener mayor clientela.

## ANEXO N° 10 Diferenciación del producto

FICHA DE OBSERVACIÓN						
<b>TEMA:</b>	Diferenciación del producto				<b>Ficha N°</b>	<b>2</b>
<b>Lugar:</b>	Ibarra				<b>Fecha:</b>	<b>12/01/2018</b>
<b>Fuente:</b>	Locales de artesanías					
<b>Nombre del negocio similar</b>	<b>Tipo de material utilizado en las artesanías</b>					
	<b>Cerámica</b>	<b>Madera</b>	<b>Tela</b>	<b>Fomix</b>	<b>Mullos</b>	<b>Alambre</b>
<b>MINIspacios</b>		X				
<b>Arte Manual</b>	X	X	X	X		
<b>Tierra Mestiza</b>					X	X
<b>Bazar y Confecciones PAME</b>	X					

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

## ANEXO N° 11 Entrevista a comerciante de artesanías



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES DE ARTESANÍAS**

**Nombre:** Eva Ayala

**1. ¿Cuál es el número aproximado de clientes que visitan y adquieren sus productos?**

La mayor cantidad de personas que adquieren las artesanías es de 30 a 40 personas al mes. En donde muy de repente llevan dos productos al mismo tiempo, pero la mayoría de las veces adquieren un artículo en cada compra que realizan.

**2. ¿Cuál es el monto aproximado de ventas que tiene usted al mes?**

Debido al número de clientes que visitan mi local, un aproximado en ventas es de \$ 30 4 \$ 40 a la semana, lo que representa alrededor de \$160 mensuales. Aunque, en ocasiones como Navidad, San Valentín y demás fechas especiales el nivel de ventas aumenta.

**3. ¿Considera a los compradores como una amenaza en la producción de las artesanías?**

No, porque los clientes no ponen mucho interés en el proceso de producción que se ha utilizado para elaborar las artesanías, ellos prefieren adquirir directamente un producto que cumpla con sus expectativas y necesidades.

**4. ¿Qué acciones están realizando los negocios para posicionarse en el mercado?**

Una nueva forma que se está implementando es la creación de páginas en el internet, permitiendo dar a conocer los productos que se ofrece y al mismo tiempo poder interactuar con los clientes para atender sus exigencias.

**5. ¿A qué segmento del mercado están dirigido sus productos?**

Las artesanías que elaboro se encuentran dirigidas a todo el público, porque lo que busco es que mis productos sean apetecidos por todos.

## ANEXO N° 12 Ubicación de locales de artesanías

	CI/RUC	Nombre del Local	Actividad	Dirección
1	1703104966		Venta De Artesanías	Pas. S/N Y Manuela Cañizares
2	1001438520	TALLER DE SIXTO TERAN	Artesanías Talladas	Simón Bolívar 04-111 Y Francisco Terán
3	1712592201		Art.Calif Artesanías Ático Y Matiz	27 De Noviembre 04-038 Y Francisco Terán
4	1002480398	KASA BELLA	Venta Artesanías Y Muebles	Antonio José De Sucre 02-079 S Ant Y Camilo Pompeyo Guzmán
5	1001783628		Artesanías	27 De Noviembre 05-055
6	1306176585		Artc Calif Artesanías	Simón Bolívar 06-037 Y Luis Enrique Cevallos
7	1001481686		Artesanías/Bazar	Av. Víctor Manuel Peñaherrera 01-076
8	1001335122		Venta De Artesanías	S/N Locales Parque 14
9	1002008108		Artesanías	José Ignacio Canelos Sn
10	1001859758		Venta De Artesanías	Luis Felipe Borja 01-016
11	1002048534		Fabricación De Muebles Para Hogar Y Oficina / Artesanías	Antonio José De Sucre 02-035 S Ant Y Calle S/N
12	1001986023		Venta De Artesanías	Antonio Cordero 01-041 Y Zenón Villacis
13	1001076288	QUINTY	Prendas De Vestir/Artesanías	Antonio José De Sucre 07-060
14	1000578334	RINCON DEL ARTE	Artesanías	27 De Noviembre 04-025 Y Francisco Teran
15	1000744910		Venta De Artesanías	Merc/Amaz/Abie A 377
16	1000095339	ARTESPINOZA	Artesanías Talladas Imaginería/Artesanías Policromadas	27 De Noviembre 03-037 Y Camilo Pompeyo Guzman
17	1001800919	CASA DE ARTE	Artesanías	27 De Noviembre 14-097 Y Calle S/N
18	1001863131	TALLER LINDYS	Artesanías	27 De Noviembre 14-108 Y Francisco Teran
19	1001021318		Venta De Artesanías	Juan De Salinas 06-088 Y Miguel Oviedo
20	1000549913		Ter Edad Artesanías	27 De Noviembre 01-103 Y Panamericana Sur
21	1002089330	TALLER TODO ESTILO	Venta De Artesanías	S/N Locales Parque 04
22	1002618559		Fabricación Y Venta De Muebles / Artesanías	27 De Noviembre 02-045
23	1002364766		Artesanías	Gonzalo López 02-035 S Ant S Domingo Y Juan Francisco Cevallos
24	1002024964	GALERIA EDIV	Venta De Muebles Y artesanías	27 De Noviembre 05-047
25	1000987766		Artesanías	27 De Noviembre 02-017 Y Carlos Alfonso Viteri Garrido
26	1001661402	ALMEIDA	Artesanías	Luis Enrique Cevallos 05-066 Y 27 De Noviembre
27	1001434701	GALERIA DE ARTES SAN ANTONIO	artesanías Lacadas / artesanías	27 De Noviembre 02-084

28	1002595294	MINISPAZIOS	artesanías	Juan De Salinas 06-080 Y Miguel Oviedo
29	1003924485		Venta De Artesanías	10 De Agosto S/N
30	1002727988	ARTE Y CREACION IMBABURA	Artesanías Talladas	27 De Noviembre S/N Y Calle A La Compañía
31	1001467156	CASPICARA	Artesanías	S/N Locales Parque 02
32	1002657417		Venta De Artesanías	06-047 S Ant
33	1002013959	SCARLET	Venta De Artesanías	27 De Noviembre 03-011 Y Camilo Pompeyo Guzman
34	1001631991	CENTRO DE ARTE	Artesanías Centro De Arte	27 De Noviembre 06-006 Y Luis Enrique Cevallos
35	1002448759	DECORARTE MUEBLERIA	Muebles/Artesanías	27 De Noviembre 01-158 Y Carlos Alfonso Viteri Garrido
36	1003661459	PK TUS INSTINTOS	Venta De Artesanías	Pedro Moncayo 06-008 Y Simón Bolívar
37	1001768884		Art Calif Fabricación Y Venta De Muebles Decormade/Artesanías	27 De Noviembre 03-037 Y Camilo Pompeyo Guzmán
38	1002177812		Venta De Artesanías	27 De Noviembre S/N Y América San Antonio
39	1000414548		Artesanías	27 De Noviembre 05-066 Y Luis Enrique Cevallos
40	1001286663	CREARTE	Muebles/Artesanías	27 De Noviembre 02-112 Y Camilo Pompeyo Guzmán
41	1002409447		Fabricación Artesanías Talladas	04-111 S Ant
42	1002394649		Fabricación Artesanías, Restauración	09-086 S Ant Y Línea Férrea
43	1001695921	LA GALERIA	Artesanías	27 De Noviembre 05-055 Y Luis Enrique Cevallos
44	1002187076	EL MARCO DE ORO	Venta De Artesanías	27 De Noviembre 04-032
45	1001587862	MANUALIDAD ES MIL TRAVESURAS	Artesanías	Av. El Retorno 12-040
46	1001599040		Venta De Artesanías	S/N Locales Parque 07
47	1001498052		Artc Calif Artesanías Multiarte/Muebles	05-058 S Ant
48	1002498986	ARTE MANUAL	Artesanías	Antonio José De Sucre 10-033 Y Cristóbal Colon
49	1000372233	GALERIA LUIS POTOSI	Artesanías	06-015 S Ant
50	1000896983		Artc. Calif Artesanías	27 De Noviembre 03-107 Y Francisco Terán
51	1000523207		Artesanías	27 De Noviembre 05-061 Y Luis Enrique Cevallos
52	1000896983		Artc Calif Artesanías	27 De Noviembre 03-097 Y Francisco Terán
53	1001538758		Muebles/Artesanías	Simón Bolívar S/N S Ant Y 29 De Mayo
54	1000873545		Taller Demostrativo Artesanías	27 De Noviembre 05-016 Y García Moreno San Antonio
55	1000415685		Terc.Edad Artesanías	27 De Noviembre 03-047 Y Camilo Pompeyo Guzmán
56	1001538758		Venta De Artesanías	Simon Bolívar S/N S Ant Y 29 De Mayo

57	1001814316	PARCHESITOS	Artesanías	Juan Francisco Bonilla 03-074 Y Dr. Vicente Rocafuerte
58	1001971603		Venta De Artesanías	Merc/Amaz/Abie A 746
59	1001352788		Artc Calif Artesanías	07-005 S Ant
60	1002380259		Artesanías En Madera	09-035 S Ant S Domingo
61	1000604460		Venta De Artesanías	Línea Férrea S/N
62	1003818471	UFO CLUB	Cafetería/ Venta De Artesanías/Actividad Tipo Servicio	Av. Atahualpa 14-096
63	1003482997	COMERCIO AUTOMOTRIZ Y ARTESANIA EL LIMONAL	Tienda/Mecánica/Artesanías	Panamericana Norte S/N La Carolina El Limonal
64	1002218418	MUEBLES ARTE Y DECORACION COUNTRY	Muebles Artesanías	27 De Noviembre 02-097 Y Camilo Pompeyo Guzmán
65	1091708112001		Artesanías	Antonio Jose De Sucre 03-010 Y Eusebio Borrero
66	1001435468		Art.Calif Muebles Y Artesanías	27 De Noviembre 04-036 Y Francisco Terán
67	1001073368	GALERIA DE ARTE SAN ANTONIO	Venta De Artesanías	06-036 Y Luis Enrique Cevallos
68	1001367448		Artesanías	Isla Santa Isabel 10-029 Y Zumba
69	1000726222		Tienda / Venta De Artesanías	S/N Sta Marianita 200m Norte De Capilla
70	1003076955		Venta De Artesanías	10 De Agosto Y Bolívar
71	1000064384	GALERIA DE ARTE	Artesanías Decoradas En Madera	05-062 S Ant
72	1000994614		Artesanías En Cerámica	Juana Atabalipa 01-040 Y Zenon Villacis
73	1000074565		Venta Artesanías	27 De Noviembre 01-074 Y Panamericana Sur
74	1001903887		Artesanías Galería Gómez 2	27 De Noviembre 01-031 Y 29 De Mayo S Ant
75	1002555561		Venta De Vinos/ Artesanías	Princesa Paccha Y Prof. Lucila Benalcazar Beltrán
76	1000970564		Venta De Artesanías	S/N Locales Parque 09 10
77	0502216260	MUSKUK	Artesanías/Manualidades	Rio Santiago 03-008 Y Rio Orinoco
78	1001092772	BONITA	Artesanías	Antonio José De Sucre 07-081 Y Pedro Moncayo
79	1002563490	ARTE COLONIAL 3	Artesanías En Policromía/Muebles	27 De Noviembre 06-014
80	1001678331		Artc Calif Artesanías	27 De Noviembre 04-045 Y Francisco Terán
81	1000862415		Venta De Artesanías	S/N Locales Parque 13
82	1001078276	LA CASA DEL BORDADO	Artesanías Bordados	Zuleta 100m Sur Hda Zuleta L Izq.
83	1002992186	ZEPHIR	Artesanías	Simón Bolívar 10-061 Y Av. Alfredo Pérez Guerrero
84	1003368154		Artesanías Y Bazar América	Cc Ferronorte 01
85	1001700416	TALLER ARTISTICO EL QUERUBIN	Artesanías	Luis Enrique Cevallos 02-056 S Ant Y Mons. Leonidas Proaño

86	1000353514		Confitería Y Artesanías	05-010 S Ant
87	1002257234	DETALLITOS JOSUE	Artesanías	Sánchez Y Cifuentes 09-035
88	1000986958		Venta De Artesanías	José Joaquín Olmedo 07-059 Y Miguel Oviedo
89	1003194998	TIERRA MESTIZA	Cafetería/Artesanías/ Bebidas alcohólicas	Simón Bolívar 06-046 Y Juan José Flores
90	0104066899	BAZAR Y CONFECCIONE S PAME	Venta De Material Para Manualidades Y Artesanías	Sánchez Y Cifuentes 17-080 Y Av. Teodoro Gómez De La Torre
91	1001619665		Venta De Cds Y Artesanías	Merc/La Playa Ampl Columnas
92	1001934866	ARTE IDEA	Venta De Artesanías	S/N Locales Parque 08
93	1002175196		Art.Calif Venta De Artesanías	27 De Noviembre 02-032 Y Calle S/N
94	1000685956		Artesanías Talladas En Madera	27 De Noviembre 02-042 Y Calle S/N
95	1001221959		Artc Calif Artesanías	27 De Noviembre 04-039 Y Francisco Terán
96	1001348356		Fabricación De Artesanías	S/N Locales Parque 03
97	1001444569		Artesanías	Guanajuato 01-044
98	1001955069		Artesanías	27 De Noviembre Sn
99	0500660816		Artesanías	Mercado Santo Domingo 15
100	1001559200	RURAI ARTE ARTESANIAS	Artesanías	S/N Locales Parque 04
101	1001678372		Venta De Artesanías	Sánchez Y Cifuentes 10-089 Y Juan De Velasco
102	1000060812	ARTESANIAS LATINAS	Venta De Artesanías	27 De Noviembre 02-008 Y Carlos Alfonso Viteri Garrido
103	0926672049	GODMED TATTO	Tatuajes Y Venta De Artesanías	Pedro Moncayo 06-026 Y Simón Bolívar
104	0700913304	ARTESANIAS IMBABURA	Artesanías	27 De Noviembre 04-022
105	1700778648	ARTECUA	Muebles/Artesanías	Y 27 Novbr
106	1002349676		Ropa / Artesanías	Av. Atahualpa 15-121 Y Juan Francisco Bonilla
107	1001394665		Fabricación Artesanías En Cerámica	Av. El Retorno 13-052 P Alta Y Rio Patate
108	1003317128		Artesanía	Carlos Montufar 01-067 S Ant Y Ezequiel Rivadeneira
109	1002314464		Artesanías Puesto 282 E	Merc/Amaz/Ampl E 282 T
110	1001267341	YUGO'S ART'S	Artesanías	S/N Locales Parque 06
111	1003487616	DECOMADERA	Artesanías/Artículos Decorativos De Madera	Av. Mariano Acosta 22-087 Cc La Plaza Isla

**Fuente:** Catastros Página Web Ilustre Municipio San Miguel de Ibarra

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

### ANEXO N° 13 Puntos fuertes y débiles de la competencia

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>			
<b>TEMA:</b>	Puntos fuertes y débiles de la competencia	<b>Ficha N°</b>	<b>3</b>
<b>Lugar:</b>	Ibarra	<b>Fecha:</b>	<b>13/01/2018</b>
<b>Fuente:</b>	Locales de artesanías		
<b>Nombre del negocio similar</b>	<b>Puntos fuertes</b>	<b>Puntos débiles</b>	
<b>MINIspazios</b>	Realiza trabajos por pedidos	Utiliza sólo un tipo de materia prima	
<b>Arte Manual</b>	Realiza trabajos por pedidos Creatividad y diseños atractivos Diversidad de materia prima		
<b>Tierra Mestiza</b>	Habilidad manual Diversidad de materia prima	No tiene innovación en los productos	
<b>Bazar y Confecciones PAME</b>	Variedad de diseños	Utiliza sólo un tipo de materia prima No tiene innovación en los productos	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018



## ANEXO N° 14 Modelo de Encuesta



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POSIBLES CLIENTES

La presente encuesta tiene como finalidad recabar información que permita evaluar el grado de aceptación que tendrían las muñecas para decoración del hogar con material reciclable, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

**INSTRUCCIONES:** Por favor lea detenidamente las preguntas que se presentan a continuación y conteste según su criterio con una X la respuesta correcta.

#### Datos técnicos:

**EDAD:** 15 – 25 ( )      26 – 35 ( )      36 – 45 ( )      Más de 45 ( )

**GÉNERO:** Masculino ( )      Femenino ( )

#### ACTIVIDAD:

Ama de casa ( )      Comerciante ( )      Empleado Público ( )      Empleado Privado ( )

Otro.....

#### CUESTIONARIO

**1.- ¿Le gusta adquirir artículos artesanales para decorar su hogar?**

Bastante ( )      Poco ( )      Nada ( )

**2.- ¿De qué material son los artículos que usted adquiere para decorar su hogar?**

Madera ( )      Tela ( )      Cerámica ( )      Vidrio ( )      Material reciclable ( )      Otro.....

**3.- ¿Qué aspecto toma en cuenta al comprar artículos para decorar su hogar?**

Calidad ( )      Presentación ( )      Acabados ( )      Precios ( )      Funcionalidad ( )

**4.- ¿Con qué frecuencia usted adquiere artículos artesanales?**

Cada mes ( )      Cada 3 meses ( )      Cada 6 meses ( )      Cada año ( )

**5.- ¿Cuántas unidades adquiere de acuerdo al tiempo elegido?**

1 a 3 ( )      4 a 6 ( )      7 a 9 ( )      Más de 9 Unidades ( )

**6.- ¿Cuánto dinero invierte usted cada vez que adquiere este tipo de artículos?**

\$10 a \$30 ( )      \$31 a \$50 ( )      Más de \$50 ( )

**7.- ¿Dónde adquiere artículos artesanales para la decoración de su hogar?**

Tiendas de artesanías ( )      Locales comerciales ( )      Supermercados ( )

**8.- ¿Dentro de su hogar quién adquiere artículos para decorar el hogar?**

Padre ( )      Madre ( )      Hijo ( )      Hija ( )

**9.- ¿Le gustaría adquirir muñecas elaboradas con material reciclable para decorar su hogar, similar a la de la muestra?**

Bastante ( )      Poco ( )      Nada ( )

**10.- ¿Cuál nombre de las siguientes marcas cree usted que tendría mayor impacto en el mercado para este tipo de artículos?**

Emily ( )      Dayerli ( )      Diany ( )      EmDi ( )

**11.- ¿Qué tipo de empaque de los que se detallan a continuación le gustaría para la exhibición y venta de las muñecas?**

Empaque de acetato transparente ( )      Funda transparente con cierre hermético ( )  
Fundas estampadas ( )

**12.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por las muñecas para decoración del hogar con material reciclable?**

TAMAÑO	PRECIO				
	\$ 4	\$ 6	\$ 8	\$ 10	\$ 12
Muñeca pequeña					
Muñeca mediana					
Muñeca grande					

**13.- ¿En dónde le gustaría adquirir este producto?**

Tiendas de artesanías ( )      Locales comerciales ( )      Supermercados ( )

**14.- ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre este producto?**

Radio ( )      Prensa ( )      TV ( )      Redes sociales ( )

**15.- Si su respuesta anterior fue redes sociales, ¿cuál considera de su preferencia?**

Facebook ( )      Whatsapp ( )      Twitter ( )      Instagram ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO N° 15 Fotografías de aplicación de encuestas**



# ANEXO N° 16 Formulario 104A de declaración de IVA para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad

	<b>FORMULARIO 104A</b> <small>RESOLUCIÓN N° NAC-DGERCGC13-00881</small>	<b>DECLARACIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO PARA PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD Y QUE NO REALIZAN ACTIVIDADES DE COMERCIO EXTERIOR</b>	No. <input style="width: 80px;" type="text"/>																							
<b>100 IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN</b>																										
<i>IMPORTANTE: SÍRVASE LEER INSTRUCCIONES AL REVERSO</i>																										
101	MES	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	102	AÑO		104	Nº. DE FORMULARIO QUE SUSTITUYE								
103	SEMESTRE	Enero a Junio						Julio a Diciembre																		
<b>200 IDENTIFICACIÓN DEL SUJETO PASIVO</b>																										
201	RUC													202	RAZÓN SOCIAL O APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS											
<b>RESUMEN DE VENTAS Y OTRAS OPERACIONES DEL PERÍODO QUE DECLARA</b>																										
				<b>VALOR BRUTO</b>				<b>VALOR NETO (VALOR BRUTO - NC)</b>				<b>IMPUESTO GENERADO</b>														
VENTAS LOCALES (EXCLUYE ACTIVOS FIJOS) GRAVADAS TARIFA 12%				401	+			411	+			421	+													
VENTAS DE ACTIVOS FIJOS GRAVADAS TARIFA 12%				402	+			412	+			422	+													
VENTAS LOCALES (EXCLUYE ACTIVOS FIJOS) GRAVADAS TARIFA 0% QUE NO DAN DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO				403	+			413	+																	
VENTAS DE ACTIVOS FIJOS GRAVADAS TARIFA 0% QUE NO DAN DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO				404	+			414	+																	
VENTAS LOCALES (EXCLUYE ACTIVOS FIJOS) GRAVADAS TARIFA 0% QUE DAN DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO				405	+			415	+																	
VENTAS DE ACTIVOS FIJOS GRAVADAS TARIFA 0% QUE DAN DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO				406	+			416	+																	
<b>TOTAL VENTAS Y OTRAS OPERACIONES</b>				<b>409</b>	<b>=</b>			<b>419</b>	<b>=</b>			<b>429</b>	<b>=</b>													
TRANSFERENCIAS NO OBJETO O EXENTAS DE IVA				431	+			441																		
NOTAS DE CRÉDITO TARIFA 0% POR COMPENSAR PRÓXIMO MES (INFORMATIVO)								442																		
NOTAS DE CRÉDITO TARIFA 12% POR COMPENSAR PRÓXIMO MES (INFORMATIVO)								443																		
INGRESOS POR REEMBOLSO COMO INTERMEDIARIO (INFORMATIVO)				434	+			444				454														
<b>LIQUIDACIÓN DEL IVA EN EL MES</b>																										
<b>TOTAL TRANSFERENCIAS GRAVADAS 12% A CONTADO ESTE MES</b>		<b>TOTAL TRANSFERENCIAS GRAVADAS 12% A CRÉDITO ESTE MES</b>		<b>TOTAL IMPUESTO GENERADO</b> <small>Trasládese campo 429</small>		<b>IMPUESTO A LIQUIDAR DEL MES ANTERIOR</b> <small>(Trasládese el campo 485 de la declaración del período anterior)</small>		<b>IMPUESTO A LIQUIDAR EN ESTE MES</b> <small>(Mínimo 12% del campo 480)</small>		<b>IMPUESTO A LIQUIDAR EN EL PRÓXIMO MES</b> <small>(482 - 484)</small>		<b>TOTAL IMPUESTO A LIQUIDAR EN ESTE MES</b> <small>SUMAR 483 + 484</small>														
480		481		482		483		484		485		499														
TOTAL COMPROBANTES DE VENTA EMITIDOS				111				TOTAL COMPROBANTES DE VENTA ANULADOS				113														
<b>RESUMEN DE ADQUISICIONES Y PAGOS DEL PERÍODO QUE DECLARA</b>																										
				<b>VALOR BRUTO</b>				<b>VALOR NETO (VALOR BRUTO - NC)</b>				<b>IMPUESTO GENERADO</b>														
ADQUISICIONES Y PAGOS (EXCLUYE ACTIVOS FIJOS) GRAVADOS TARIFA 12% (CON DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO)				500	+			510	+			520	+													
ADQUISICIONES LOCALES DE ACTIVOS FIJOS GRAVADOS TARIFA 12% (CON DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO)				501	+			511	+			521	+													
OTRAS ADQUISICIONES Y PAGOS GRAVADOS TARIFA 12% (SIN DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO)				502	+			512	+			522	+													
ADQUISICIONES Y PAGOS (INCLUYE ACTIVOS FIJOS) GRAVADOS TARIFA 0%				507	+			517	+																	
ADQUISICIONES REALIZADAS A CONTRIBUYENTES RISE				508	+			518	+																	
<b>TOTAL ADQUISICIONES Y PAGOS</b>				<b>509</b>	<b>=</b>			<b>519</b>	<b>=</b>							<b>529</b>	<b>=</b>									
ADQUISICIONES NO OBJETO DE IVA				531	+			541																		
ADQUISICIONES EXENTAS DEL PAGO DE IVA				532	+			542																		
NOTAS DE CRÉDITO TARIFA 0% POR COMPENSAR PRÓXIMO MES (INFORMATIVO)								543																		
NOTAS DE CRÉDITO TARIFA 12% POR COMPENSAR PRÓXIMO MES (INFORMATIVO)								544				554														
PAGOS NETOS POR REEMBOLSO COMO INTERMEDIARIO (INFORMATIVO)				535	+			545				555														
FACTOR DE PROPORCIONALIDAD PARA CRÉDITO TRIBUTARIO												(411+412+415+416) / 419		563												

<b>CRÉDITO TRIBUTARIO APLICABLE EN ESTE PERÍODO</b> (De acuerdo al Factor de Proporcionalidad)				(520+521) x 563	564	=			
TOTAL COMPROBANTES DE VENTA RECIBIDOS POR ADQUISICIONES Y PAGOS (excepto notas de venta)		115	TOTAL NOTAS DE VENTA RECIBIDAS		117				
TOTAL LIQUIDACIONES DE COMPRA EMITIDAS (por pagos tarifa 0% de IVA, o por reembolsos en relación de dependencia)		119							
<b>RESUMEN IMPOSITIVO</b>									
IMPUESTO CAUSADO (Si diferencia campo 499-564 es mayor que cero)					601	=			
CRÉDITO TRIBUTARIO APLICABLE EN ESTE PERÍODO (Si diferencia campo 499-564 es menor que cero)					602	=			
(-) SALDO CRÉDITO TRIBUTARIO DEL MES ANTERIOR	POR ADQUISICIONES E IMPORTACIONES (Traslada el campo 615 de la declaración del período anterior)				605	(-)			
	POR RETENCIONES EN LA FUENTE DE IVA QUE LE HAN SIDO EFECTUADAS (Traslada el campo 617 de la declaración del período anterior)				607	(-)			
(-) RETENCIONES EN LA FUENTE DE IVA QUE LE HAN SIDO EFECTUADAS EN ESTE PERÍODO					609	(-)			
(+ ) AJUSTE POR IVA DEWUELTO E IVA RECHAZADO IMPUTABLE AL CRÉDITO TRIBUTARIO EN EL MES (Por concepto de devoluciones de IVA)					611	+			
(+ ) AJUSTE POR IVA DEWUELTO E IVA RECHAZADO IMPUTABLE AL CRÉDITO TRIBUTARIO EN EL MES (Por concepto de retenciones en la fuente de IVA)					612	+			
(+ ) AJUSTE POR IVA DEWUELTO POR OTRAS INSTITUCIONES DEL SECTOR PÚBLICO IMPUTABLE AL CRÉDITO TRIBUTARIO EN EL MES					613	+			
SALDO CRÉDITO TRIBUTARIO PARA EL PRÓXIMO MES	POR ADQUISICIONES E IMPORTACIONES				615	=			
	POR RETENCIONES EN LA FUENTE DE IVA QUE LE HAN SIDO EFECTUADAS				617	=			
<b>SUBTOTAL A PAGAR</b> Si 601-602-605-607-609+611+612+613 > 0					619	=			
IVA PRESUNTIVO DE SALAS DE JUEGO (BINGO MECÁNICOS) Y OTROS JUEGOS DE AZAR (Aplica para Ejercicios Anteriores al 2013)					621	+			
<b>TOTAL IMPUESTO A PAGAR POR PERCEPCION</b>					(619 + 621)	699	=		
PAGO PREVIO (Informativo)					890				
<b>DETALLE DE IMPUTACIÓN AL PAGO (Para declaraciones sustitutivas)</b>									
INTERÉS	897	USD	IMPUESTO	898	USD	MULTA	899	USD	
<b>VALORES A PAGAR Y FORMA DE PAGO (luego de imputación al pago en declaraciones sustitutivas)</b>									
TOTAL IMPUESTO A PAGAR					699-898	902	+		
INTERÉS POR MORA						903	+		
MULTAS						904	+		
<b>TOTAL PAGADO</b>						999	=		
MEDIANTE CHEQUE, DÉBITO BANCARIO, EFECTIVO U OTRAS FORMAS DE PAGO						905	USD		
MEDIANTE COMPENSACIONES						906	USD		
MEDIANTE NOTAS DE CRÉDITO						907	USD		
<b>DETALLE DE NOTAS DE CRÉDITO CARTULARES</b>			<b>DETALLE DE NOTAS DE CRÉDITO DESMATERIALIZADAS</b>		<b>DETALLE DE COMPENSACIONES</b>				
908	N/C No	910	N/C No	912	N/C No	916	Resol No.	918	Resol No.
909	USD	911	USD	913	USD	917	USD	919	USD
DECLARO QUE LOS DATOS PROPORCIONADOS EN ESTE DOCUMENTO SON EXACTOS Y VERDADEROS, POR LO QUE ASUMO LA RESPONSABILIDAD LEGAL QUE DE ELLA SE DERIVEN (Art. 101 de la L.R.T.I.)									
<hr/> FIRMA SUJETO PASIVO									
NOMBRE :				198	Cédula de Identidad o No. de Pasaporte				

**ANEXO N° 17 Formulario 102A para la declaración del IR para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad**


FORMULARIO 102A RESOLUCIÓN N° NAC-DGERCGC17-00000024		DECLARACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES Y SUCESIONES INDIVISAS NO OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD			No. <input type="text"/>					
<b>100 IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN</b>										
102	AÑO	IMPORTANTE: POSICION EL CURSO SOBRE EL CASILLERO PARA OBTENER AYUDA SOBRE SU LLENADO			104	N° DE FORMULARIO QUE SUSTITUYE				
					105	N° DE EMPLEADOS EN RELACIÓN DE DEPENDENCIA				
<b>200 IDENTIFICACIÓN DEL SUJETO PASIVO</b>										
201	RUC	202 APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS / RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL DE LA SUCESIÓN INDIVISA								
<b>RENTAS GRAVADAS DE TRABAJO Y CAPITAL</b>										
ACTIVIDADES EMPRESARIALES CON REGISTRO DE INGRESOS Y EGRESOS		AVALÚO		INGRESOS		GASTOS DEDUCIBLES		RENTA IMPONIBLE		
				481	+	491	(-)			
INGRESOS SUJETOS A IMPUESTO A LA RENTA ÚNICO				710						
LIBRE EJERCICIO PROFESIONAL				711	+	721	(-)			
OCUPACIÓN LIBERAL (INCLUYE COMISIONISTAS, ARTESANOS, AGENTES, REPRESENTANTES Y DEMÁS)				712	+	722	(-)			
ARRENDAMIENTO DE BIENES INMUEBLES		703		713	+	723	(-)			
ARRENDAMIENTO DE OTROS ACTIVOS		704		714	+	724	(-)			
RENTAS AGRÍCOLAS		705		715	+	725	(-)			
INGRESO POR REGALÍAS				716	+					
INGRESOS PROVENIENTES DEL EXTERIOR				717	+					
RENDIMIENTOS FINANCIEROS				718	+					
DIVIDENDOS				719	+					
UTILIDAD EN LA ENAJENACIÓN DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL				720	+					
OTRAS RENTAS GRAVADAS				730	+	731	(-)			
SUBTOTAL				729	=	739	=			
RENTA IMPONIBLE ANTES DE INGRESOS POR TRABAJO EN RELACIÓN DE DEPENDENCIA							749	=		
SUELDOS, SALARIOS, INDEMNIZACIONES Y OTROS INGRESOS LÍQUIDOS DEL TRABAJO EN RELACIÓN DE DEPENDENCIA				741	+	751	(-)	759	+	
SUBTOTAL BASE GRAVADA							749+759	769	=	
<b>OTRAS DEDUCCIONES Y EXONERACIONES</b>							<b>APLICABLE AL PERÍODO</b>			
DEDUCCIÓN GALÁPAGOS							768	(-)		
GASTOS PERSONALES - EDUCACIÓN							771	(-)		
GASTOS PERSONALES - SALUD							772	(-)	<b>TOTAL GASTOS PERSONALES</b>	
GASTOS PERSONALES - ALIMENTACIÓN							773	(-)	SUMAR DEL 768 AL 775	
GASTOS PERSONALES - VIVIENDA							774	(-)	780	(-)
GASTOS PERSONALES - VESTIMENTA							775	(-)		
EXONERACIÓN POR TERCERA EDAD							776	(-)		
EXONERACIÓN POR DISCAPACIDAD							740	TIPO DE BENEFICIARIO		
							750	IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA CON DISCAPACIDAD A QUIEN		
							760	PORCENTAJE DE DISCAPACIDAD		
							MONTO DE EXONERACIÓN		777	(-)
50% UTILIDAD ATRIBUIBLE A LA SOCIEDAD CONYUGAL POR LAS RENTAS QUE LE							770	IDENTIFICACIÓN DEL CÓNYUGE (C.I. O PASAPORTE)	778	(-)
SUBTOTAL OTRAS DEDUCCIONES Y EXONERACIONES							SUMAR DEL 768 AL 778		779	=
OTRAS RENTAS EXENTAS			VALOR IMPUESTO PAGADO		INGRESOS					

INGRESOS POR LOTERIAS, RIFAS Y APUESTAS	781		783	+		
HERENCIAS, LEGADOS Y DONACIONES	782		784	+		
PENSIONES JUBILARES			786	+		
OTROS INGRESOS EXENTOS			787	+		
<b>SUBTOTAL OTRAS RENTAS EXENTAS</b>			<b>789</b>	<b>=</b>		
<b>RESUMEN IMPPOSITIVO</b>						
BASE IMPONIBLE GRAVADA			769-779	832	=	
TOTAL IMPUESTO CAUSADO				839	=	
(-) ANTIPO PAGADO				840	(-)	
(-) IMPUESTO A LA RENTA CAUSADO MAYOR AL ANTIPO DETERMINADO				842	=	
(-) CRÉDITO TRIBUTARIO GENERADO POR ANTIPO			839-840>0	843	=	
(-) RETENCIONES EN LA FUENTE QUE LE REALIZARON EN EL EJERCICIO FISCAL				845	(-)	
(-) RETENCIONES EN LA FUENTE QUE LE REALIZARON EN EL EJERCICIO FISCAL EN RELACIÓN DE DEPENDENCIA				846	(-)	
(-) CRÉDITO TRIBUTARIO POR DIVIDENDOS				847	(-)	
(-) RETENCIONES POR INGRESOS PROVENIENTES DEL EXTERIOR CON DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO				848	(-)	
(-) ANTIPO DE IMPUESTO A LA RENTA PAGADO POR ESPECTÁCULOS PÚBLICOS				849	(-)	
(-) CRÉDITO TRIBUTARIO DE AÑOS ANTERIORES				850	(-)	
(-) CRÉDITO TRIBUTARIO GENERADO POR IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS				851	(-)	
(-) EXONERACIÓN Y CRÉDITO TRIBUTARIO POR LEYES ESPECIALES				852	(-)	
<b>SUBTOTAL IMPUESTO A PAGAR</b>			<b>842-843-845-846-847-848-849-850-851-852&gt;0</b>	<b>855</b>	<b>=</b>	
<b>SUBTOTAL SALDO A FAVOR</b>			<b>842-843-845-846-847-848-849-850-851-852&gt;0</b>	<b>856</b>	<b>=</b>	
(+) IMPUESTO A LA RENTA ÚNICO				857	(+)	
(-) CRÉDITO TRIBUTARIO PARA LA LIQUIDACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA ÚNICO				858	(-)	
<b>IMPUESTO A LA RENTA A PAGAR</b>				<b>859</b>		
<b>SALDO A FAVOR CONTRIBUYENTE</b>				<b>869</b>		
ANTIPO DE IMPUESTO A LA RENTA PRÓXIMO AÑO	ANTIPO CALCULADO PRÓXIMO AÑO SIN EXONERACIONES NI REBAJAS		50% impuesto a la renta causado menos retenciones menos crédito tributario por dividendos		880	=
	(+) EXONERACIONES Y REBAJAS AL ANTIPO				881	(-)
	(+) OTROS CONCEPTOS				882	(+)
	<b>ANTIPO DETERMINADO PRÓXIMO AÑO</b>		<b>(880-881+882)</b>		<b>879</b>	<b>(+)</b>
ANTIPO A PAGAR	PRIMERA CUOTA				871	(+)
	SEGUNDA CUOTA				872	(+)
<b>PAGO PREVIO (Informativo)</b>						
<b>DETALLE DE IMPUTACIÓN AL PAGO (Para declaraciones sustitutivas)</b>						
INTERÉS	897	USD	IMPUESTO	898	USD	MULTA
				899	USD	
<b>VALORES A PAGAR Y FORMA DE PAGO (luego de imputación al pago en declaraciones sustitutivas)</b>						
TOTAL IMPUESTO A PAGAR			859-899	902	+	
INTERÉS POR MORA				903	+	
MULTA				904	+	
<b>TOTAL PAGADO</b>				<b>909</b>	<b>=</b>	
MEDIANTE CHEQUE, DÉBITO BANCARIO, EFECTIVO U OTRAS FORMAS DE PAGO				905	USD	
MEDIANTE COMPENSACIONES				906	USD	
MEDIANTE NOTAS DE CRÉDITO				907	USD	
<b>DETALLE DE NOTAS DE CRÉDITO CARTULARES</b>		<b>DETALLE DE NOTAS DE CRÉDITO DESMATERIALIZADAS</b>		<b>DETALLE DE COMPENSACIONES</b>		<b>TÍTULOS DEL BANCO CENTRAL (TBC)</b>
908	NC No	910	NC No	912	NC No	
909	USD	911	USD	913	USD	920
				915	USD	
				916	Resol No.	
				917	USD	
				918	Resol No.	
				919	USD	
DECLARO QUE LOS DATOS PROPORCIONADOS EN ESTE DOCUMENTO SON EXACTOS Y VERDADEROS, POR LO QUE ASUMO LA RESPONSABILIDAD LEGAL QUE DE ELLA SE DERIVEN (Art. 101 de la L.R.T.I.)						
FIRMA SUJETO PASIVO						
NOMBRE:			198	Cédula de Identidad o No. de Pasaporte		





# ANEXO N° 19 Proforma de Computadora Laptop



**WORLD COMPUTERS**  
Su inversión inteligente

PEDRO MONCAYO 353 Y ROCAFUERTE  
Telef.: 062640333 Email: wcfactura@gmail.com

R.U.C. 0701084121001  
Contribuyente Especial Nro. 466

---

**Proforma** No. 3010002421

Fecha: 06 de Febrero / 2018  
Validez: 9 Días  
Vendedor: LJ JIMENEZ SOTO JESSICA  
Observacion:

Cliente: **CRIOLLO ORTEGA DIANA MARICELA**  
Dirección: **SD**  
Ciudad: **\*\*\*NO EXISTE\*\*\***      Teléfono:

Codigo	Descripcion	UM	Cantidad	Bonif.	Precio U.	%	Dcto.	Total
171023	Not. Asus X441N Cel N3050/4/50014" DVD Lin Roja +Mou (05148)	UN	1.00	0	354.1600	0.00	0.00	354.1600 *

<b>Subtotal</b>	354.16
<b>Descuentos:</b>	0.00
<b>Base 0%</b>	0.00
<b>Base 12%</b>	354.16
<b>IVA.:</b>	42.50
<b>Recargos:</b>	0.00
<b>Total General:</b>	396.66

Son: TRES CIENTOS NOVENTA Y SEIS , 66/100



**ANEXO N° 21 Fotografías de muñecas para decoración del hogar**



Muñeca Pequeña. Portallaves



Muñeca Mediana. Porta esferos



Muñeca Grande. Caramelera



Muñecas para decoración del hogar