



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

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INSTRUMENTOS DE VIENTO EN BAMBÚ EN LA COMUNIDAD PUCARÁ, PARROQUIA SAN ROQUE, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”.

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

AUTOR: BLANCA ESTHELA MONTALVO CÓRDOVA

DIRECTOR: Msc. ANA ISABEL ARCINIEGAS CALDERÓN

IBARRA, 2018

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad la presentación de un estudio de factibilidad para la creación de la microempresa productora y comercializadora de instrumentos de viento en bambú en la comunidad de Pucará de la ciudad de Atuntaqui. El estudio diagnóstico se pudo determinar que no cuenta con la producción y comercialización de instrumentos de viento en bambú en este cantón, que por falta de un lugar donde adquirir se trasladan al Cantón Otavalo, por lo que la instalación de este proyecto será factible. En el análisis de la oferta y la demanda se pudo determinar que la demanda insatisfecha es de 6478 instrumentos de viento debido al incremento de turistas que visitan el cantón, dando como resultado una oportunidad para la venta, para esto es necesario una inversión total de \$ 9912,06 dólares americanos. En el estudio financiero se podrá comprobar si el proyecto es factible desde el aspecto económico, el cálculo del VAN dio un valor positivo de \$5603,12, la TIR es del 28%, superior a la tasa activa a la que se conseguiría el crédito; la TIR Descontada asciende al 16%, el Punto de Equilibrio se logra en un nivel de \$9855,48 que bordea el 39% de las ventas, para recobrar los recursos invertidos en el proyecto. En el estudio de impactos se analizará del cómo puede afectar la implementación del proyecto, se pudo evidenciar que sus resultados son positivos con la producción de instrumentos de viento en bambú.

ABSTRACT

The purpose of this project is to present a feasibility study for the creation of a micro-company producing and marketing bamboo wind music instrument in the community of Pucará in Atuntaqui city. The diagnostic study determined a lack of production and marketing of bamboo wind music instruments, and in order to acquire them, buyers go to Otavalo Canton, from this is understood the feasibility of this project. In the analysis of supply and demand, it was determined that the unmet demand is of 6478 of wind instruments due to an increase of tourists, for this project a total investment of \$ 9912,06 US dollars is required. In the financial study it was possible to verify if the project was feasible, the NPV calculation gave a positive value of \$ 5603,12, the IRR is 28%, higher than the active rate by which the credit would be obtained; the discounted IRR amounts to 16%, the Balance Point was achieved at a level of \$ 9855,48 that borders on 39% of sales in order to recover the resources invested in the project. In the study of impacts, it was analyzed how their implementation can influence or affect the project, it was possible to demonstrate positive results regarding the production of bamboo wind music instruments.

Victor Redoza
Rui



AUTORÍA

Yo, BLANCA ESTHELA MONTALVO CÓRDOVA, portador de cédula de ciudadanía Nro. 100343150-7, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito, "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INSTRUMENTOS DE VIENTO EN BAMBÚ EN LA COMUNIDAD PUCARÁ, PARROQUIA SAN ROQUE, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA", es de mi autoría y que no ha sido previamente presentado para ningún otro fin de orden académico o profesional y que los resultados de la investigación y sus respectivas fuentes bibliográficas se detallan en el presente documento.



Blanca Esthela Montalvo

100343150-7

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado, Srta. **Blanca Esthela Montalvo Córdova**, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, CPA, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INSTRUMENTOS DE VIENTO EN BAMBÚ EN LA COMUNIDAD DE PUCARÁ, PARROQUIA SAN ROQUE, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se dirige.

Dado en la ciudad de Ibarra, al 4 día del mes de enero del 2019



MSC. Ana Arciniegas

100145806-4
DIRECTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, BLANCA ESTHELA MONTALVO CÓRDOVA, con cédula de ciudadanía Nro. 100343150-7, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5, y 6 en calidad de autor de trabajo de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INSTRUMENTOS DE VIENTO EN BAMBÚ EN LA COMUNIDAD PUCARÁ, PARROQUIA SAN ROQUE, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA” que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Ibarra 09 de marzo del 2019

BLANCA ESTHELA MONTALVO

100343150-7



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.

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

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

DATOS DEL CONTACTO	
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	100343150-7
APELLIDOS Y NOMBRES:	BLANCA ESTHELA MONTALVO CÓRDOVA
DIRECCIÓN:	CALLE SHIRYS Y 23 DE SEPTIEMBRE
E-MAIL:	blankymontalvo_2@hotmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0968455740-0986915821
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INSTRUMENTOS DE VIENTO EN BAMBÚ EN LA COMUNIDAD PUCARÁ, PARROQUIA SAN ROQUE, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR:	BLANCA ESTHELA MONTALVO CÓRDOVA

TÍTULO POR EL QUE OPTA	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.
ASESOR:	Msc. ANA ISABEL ARCINIEGAS CALDERÓN

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, BLANCA ESTHELA MONTALVO CÓRDOVA, con cédula de ciudadanía Nro. 100343150-7, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS.

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es 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 09 días del mes de marzo del 2019

EL AUTOR



Blanca Esthela Montalvo Córdova

C.C. 100343150-7

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a mi padre que está en el cielo, a mi madre y mi hermano mayor en reconocimiento a su esfuerzo y amor y por enseñarme a luchar para alcanzar lo que me proponga, con decisión, responsabilidad y respeto.

A mi esposo por el apoyo incansable para que materialice este sueño de culminar los estudios profesionales.

A mis hermanas quienes en todo este trayecto me alentaron y depositaron su confianza para que pueda sobreponerme a las adversidades que se me presentaran.

A mí querida Universidad Técnica del Norte a quien debo mi formación académica y profesional y a todos los maestros que me impartieron sus conocimientos para llegar a mi meta.

BLANCA.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por brindarme sabiduría, a mis padres por darme la vida y por el esfuerzo conjunto para darme la educación que actualmente he alcanzado.

A mi hermano mayor y mi esposo por el apoyo moral y económico en todo el trayecto para alcanzar mi formación profesional, así también a mis hermanas.

A mi Directora de tesis la Msc. Ana Arciniegas por su dedicación y paciencia para encaminarme en mi estudio a través de su experiencia durante el desarrollo de este proyecto

A los profesores de la Escuela de Contabilidad y Auditoría de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, por haber compartido sus conocimientos para la elaboración de este trabajo.

BLANCA.

PRESENTACIÓN

A fin de demostrar el estudio de Factibilidad de la Creación de la Microempresa Productora y Comercializadora de Instrumentos de Viento en Bambú, se ha desarrollado el estudio el cual contiene los siguientes capítulos:

Realizar un estudio diagnóstico situacional de la zona de influencia para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del emprendimiento a través de la búsqueda de información de la comunidad de Pucará.

Estructurar un marco teórico mediante la investigación de fuentes bibliográficas e internet para sustentar de manera adecuada la terminología a utilizar en el desarrollo del emprendimiento.

Elaborar un estudio de mercado que permita determinar la aceptabilidad del emprendimiento en la zona a través del uso de herramientas de investigación necesarias para la recopilación de información que permita determinar las características de la oferta y la demanda y demás P de marketing del mercado meta.

Elaborar un estudio técnico que permita determinar los de procesos y maquinarias necesarias para la implementación y buena marcha del emprendimiento, así como estimar el monto mediante la determinación y destino de la Inversión Inicial.

Realizar un estudio económico para determinar la rentabilidad y viabilidad del emprendimiento a través proyecciones y estudios financieros.

Elaborar una propuesta organizacional a través de la presentación de un organigrama estructural y funcional, así como diagramas de procesos y manual de funciones que garantice el buen desarrollo de los procesos administrativos del emprendimiento.

Identificar los principales impactos que pudieran generarse al momento de implementar el emprendimiento, con la finalidad de mejorar los aspectos positivos y minimizar los efectos negativos que pudieran generar la implementación.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	II
ABSTRACT	III
AUTORÍA	IV
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VII
DEDICATORIA	VIII
AGRADECIMIENTO	X
PRESENTACIÓN	XI
ÍNDICE DE FIGURAS	XXIII
Nombre del proyecto	25
Objetivo general	25
Objetivos específicos	25
CAPITULO I	27
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	27
1.1. Antecedentes	27
1.2. Oportunidad de mercado	28
1.3. Justificación	28
1.4. Objetivos del diagnostico	29
1.4.1. Objetivo general	29
1.4.2. Actividad a desarrollar	29
1.5. Variables	29
1.6. Indicadores	30
1.7. Análisis de las variables	33
1.7.1. Datos históricos	33
1.7.2. Historia de la comunidad de Pucará	33
1.8. Aspectos geográficos	33
1.8.1. Ubicación	34

1.8.2.	Superficie	35
1.8.3.	Servicios básicos.....	35
1.8.4.	Clima de la zona.....	35
1.8.5.	Vías de acceso a la comunidad	35
1.9.	Nivel socioeconómico.....	36
1.9.1.	Principales Actividades económicas de la población de Pucará.....	36
1.9.2.	Ganadería	36
1.9.3.	Agrícola.....	36
1.9.4.	Construcción	36
1.9.5.	Principales Actividades económicas de la población de Atuntaqui.....	37
1.9.6.	Número de turistas que llegan al cantón	37
1.10.	Aspectos turísticos	38
1.10.1.	Atractivos turísticos.....	38
1.10.2.	Microempresas dedicadas al Turismo comunitario en la zona	38
1.11.	Aspectos culturales	38
1.11.1.	Festividades de la comunidad	38
1.11.2.	Comidas típicas	39
1.11.3.	Principales actividades Artesanales de la población de Pucará	39
1.12.	Aspectos educativos.....	40
1.12.1.	Nivel de educación	40
1.12.2.	Número de escuelas bilingües	40
1.13.	Matriz AOOR.....	40
1.14.	Oportunidad de inversión.....	41
CAPITULO II		43
2.	MARCO TEÓRICO.....	43
2.1.	Introducción	43
2.2.	Objetivo general.....	43
2.3.	Empresa.....	43
2.3.1.	Conceptos Generales.....	44
2.3.2.	Clasificación de las empresas	44
2.3.3.	Por su actividad.....	45

2.3.4.	Funciones básicas de la empresa.....	46
2.4.	Microempresa	46
2.4.1.	Características de la microempresa.....	47
2.5.	Mercado	48
2.5.1.	Estudio de Mercado	48
2.5.2.	Objetivo del estudio de mercado.....	49
2.5.3.	Tipos de Mercado	50
2.5.4.	Demanda	51
2.5.5.	Oferta	51
2.5.6.	Competencia	51
2.5.7.	Producto	52
2.5.8.	Precio	52
2.5.9.	Servicio	53
2.6.	Localización del proyecto.....	53
2.6.1.	Macro localización.....	53
2.6.2.	Micro localización	54
2.7.	Tamaño del proyecto.....	54
2.8.	Conceptos Específicos	55
2.8.1.	Bambú.....	55
2.8.2.	Características del Bambú.....	55
2.8.3.	Uso del bambú	56
2.8.4.	Instrumentos de viento (aerófonos)	56
2.8.5.	Tipos de instrumentos de viento a base del Bambú.....	57
2.8.6.	Flauta de pan.....	57
2.9.	Comercialización	58
2.9.1.	Conceptos técnicos.....	59
2.9.2.	Plaza.....	59
2.9.3.	Promoción.....	60
2.9.4.	Publicidad	60
2.9.5.	Estructura Organizacional.....	61
2.9.6.	Organigrama	61

2.9.7. Misión	62
2.9.8. Visión	62
2.9.9. Principios y Valores	62
2.9.10. Políticas	63
2.9.11. Impactos	63
2.9.12. VAN	64
2.9.13. TIR	64
2.9.14. Relación Beneficio- Costo	65
2.9.15. Periodo de Recuperación de la Inversión	65
2.9.16. Punto de Equilibrio.....	65
2.9.18. Estudio financiero	65
2.9.19. Estados financieros.....	66
2.9.20. Balance de Situación Financiera	66
2.9.21. Estado de Resultados.....	67
2.9.22. Estado de Flujo de Caja.....	67
CAPITULO III	68
3. ESTUDIO DE MERCADO	68
3.1. Introducción	68
3.2. Objetivo general	68
3.2.1. Objetivo especifico.....	68
3.2.2. Variables e indicadores del Estudio de Mercado	69
3.3. Identificación de la población	71
3.3.1. Identificación de la muestra	71
3.3.2. Cálculo del tamaño de la muestra	71
3.4. Fuente de información.....	72
3.4.1. Encuesta	72
3.4.1.1. Entrevista.....	72
3.4.1.2. Resultados de la investigación	72
3.5. Identificación del producto	86
3.5.1. Mercado meta.....	86
3.5.2. Análisis de la demanda.....	86

3.5.3. Identificación actual de la demanda.....	86
3.5.4. Proyección de la demanda.....	87
3.5.5. Análisis de la oferta	88
3.5.6. Datos históricos de la oferta de instrumentos de viento	88
3.5.6.1. Tasa de crecimiento.....	88
3.5.7. Identificación de la oferta actual.....	89
3.5.8. Proyección de la oferta.....	89
3.6. Demanda potencial a satisfacer.....	90
3.7. Demanda a captar por el proyecto	90
3.8. Análisis de los precios	90
3.9. Proyección de precios	91
3.10. Estrategias de comercialización.....	92
3.10.1. Estrategia del producto.....	92
3.10.2. Estrategias de precios	92
3.10.3. Estrategias de publicidad.....	92
3.11. Conclusiones del capítulo del estudio de mercado	93
CAPÍTULO IV	95
4. ESTUDIO TÉCNICO	95
4.1. Introducción	95
4.2. Objetivo General.....	95
4.3. Objetivos Específicos.....	95
4.4. Localización del proyecto	95
4.4.1. Macro localización.....	96
4.4.1.1. Cantón manufacturero industrial.....	96
4.4.1.2. Cultural.....	96
4.4.1.3. Tradiciones	97
4.4.1.4. Cantón turístico	97
4.5. Micro localización	97
4.5.1. Matriz de la micro localización.....	98
4.6. Tamaño del proyecto.....	99
4.6.1. Existencia del mercado meta	99

4.6.2.	Disponibilidad de la materia prima e insumos.....	100
4.6.3.	Disponibilidad de la mano de obra local.....	100
4.7.	Cuenta con servicios básicos	100
4.8.	Distribución física de la instalación.....	102
4.8.1.	Diseño e instalación	103
4.9.	Proceso de producción de los instrumentos de viento	104
4.10.	Flujogramas.....	106
4.10.1.	Flujogramas de la producción de instrumentos de viento en bambú	106
4.10.2.	Simbología para elaborar diagrama o flujograma.	106
4.11.	Presupuesto de inversión.....	110
4.11.1.	Inversión fija	110
4.12.	Inversión variable.....	113
4.12.1.	Costo de la producción.....	113
4.13.	Inversión inicial	118
4.14.	Capital de trabajo	118
4.15.	Financiamiento del proyecto.....	119
CAPITULO V		120
5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	120
5.1.	Introducción	120
5.2.	Estructura de la inversión inicial.....	120
5.3.	Proyección de ingresos	120
5.3.1.	Proyección de ingresos	121
5.4.	Egresos.....	124
5.4.1.	Determinación de egresos	124
5.5.	Costos de producción.....	125
5.6.	Materia prima directa.....	127
5.6.1.	Mano de obra directa	130
5.6.2.	Costos indirectos de fabricación.....	132
5.7.	Gasto de ventas	133
5.8.	Gasto financiero.....	134
5.9.	Depreciación de los activos fijos	135

5.10.	Proyección de costos y gastos.....	136
5.11.	Estados financieros	137
5.11.1.	Estado de situación financiera.....	138
5.11.2.	Estado de resultados	138
5.11.3.	Estado de flujo de caja	139
5.12.	Indicadores financieros	140
5.12.1.	Valor actual neto	140
5.12.2.	Tasa interna de retorno.....	141
5.12.3.	Costo de oportunidad	141
5.12.4.	Tasa de rendimiento promedio (TRM).....	141
5.12.5.	Costo beneficio.....	142
5.12.6.	Punto de equilibrio	143
5.12.7.	Tiempo de recuperación de inversión	143
5.13.	Cuadro de resumen de indicadores	144
5.14.	Oportunidad de inversión.....	144
CAPÍTULO VI.....		145
6.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	145
6.1.	Introducción	145
6.2.	Objetivo general.....	145
6.3.	Domicilio y denominación:.....	145
6.4.	Logo tipo.....	145
6.5.	Slogan	146
6.6.	Misión	146
6.7.	Visión.....	146
6.8.	Objetivos de la organización.....	146
6.9.	Valores corporativos	147
6.10.	Políticas.....	147
6.10.1.	Política empresarial	147
6.10.2.	Política para el cliente	148
6.10.3.	Política para el proveedor.....	148
6.10.4.	Política para la entidad	148

6.10.5.	Política para el personal	149
6.11.	Estructura administrativa	149
6.12.	Organigrama estructural.....	149
6.13.	Niveles Jerárquicos	149
6.13.1.	Gerencia	150
6.13.2.	Contabilidad	150
6.13.3.	Producción.....	150
6.13.4.	Ventas.....	151
6.13.5.	Personal de producción	151
6.14.	Organigrama estructural.....	151
6.15.	Organigrama funcional	152
6.16.	Manual de funciones del personal del Pasaje Artesanal Pucará	152
6.17.	Constitución legal de la microempresa	155
CAPITULO VII		158
7.	IMPACTOS AMBIENTALES	158
7.1.	Introducción	158
7.2.	Objetivo general.....	158
7.3.	Matriz de la formulación de impactos	158
7.4.	Impacto Económico	159
7.5.	Impacto Ambiental.....	160
7.6.	Impacto Social	161
7.7.	Impacto Ético	162
7.8.	Impacto educativo.....	163
7.9.	Impacto general.....	164
CONCLUSIONES		165
RECOMENDACIONES		167
Bibliografía		168
ANEXOS.....		171

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstica.....	32
Tabla 2 Clima de la zona	35
Tabla 3 Vías de acceso a la comunidad	36
Tabla 4 Unidad Educativa Bilingüe.....	40
Tabla 5 Variables e indicadores del Estudio de Mercado.....	69
Tabla 6 Matriz de variables del estudio de mercado.....	70
Tabla 7 Identificación de la población.....	71
Tabla 8 Disposición de compra.....	73
Tabla 9 Frecuencia de compra	74
Tabla 10 Esta de acuerdo con la Creación.....	75
Tabla 11 Tipo de instrumentos	76
Tabla 12 Tipo de instrumentos usted quisiera adquirir.....	77
Tabla 13 Material.....	78
Tabla 14 Aspecto tomaría en cuenta para la compra	79
Tabla 15 Conocimiento del instrumento.....	80
Tabla 16 Lugar de adquisición.....	81
Tabla 17 Presentación.....	82
Tabla 18 Cuando existan promociones.....	83
Tabla 19 Precios que están dispuestos a pagar	84
Tabla 20 Medios de comunicación	85
Tabla 21 Identificación de la actual demanda.....	86
Tabla 22 Demanda según el tipo de instrumento.....	87
Tabla 23 Futuras demanda de instrumentos de viento en bambú	87
Tabla 24 Futuras demandas	88
Tabla 25 Datos históricos de la oferta.....	88
Tabla 26 Identificación de la oferta actual.....	89
Tabla 27 Proyección de la oferta	89
Tabla 28 Demanda potencial a satisfacer.....	90
Tabla 29 Demanda a captar	90
Tabla 30 Análisis de los precios	91
Tabla 31 Proyección de precios.....	91
Tabla 32 Rangos para la calificación.....	98
Tabla 33 Factores.....	99
Tabla 34 Existencia del mercado meta	99
Tabla 35 Capacidad del proyecto.....	101
Tabla 36 Año 1 a captar el 28%.....	101
Tabla 37 Distribución de instalación	102
Tabla 38 Diagrama de proceso	104
Tabla 39 Flujo de producción	104
Tabla 40 Simbología.....	106
Tabla 41 Maquinaria y equipo	110
Tabla 42 Equipos de computación.....	110
Tabla 43 Muebles y enseres, equipo de instalación de oficina	111

Tabla 44 Muebles y enseres, equipo de instalación de área de producción.....	111
Tabla 45 Resumen de la inversión fija.....	111
Tabla 46 Repuestos varios	112
Tabla 47 Útiles de aseo.....	112
Tabla 48 Suministros y útiles de oficina.....	112
Tabla 49 Materia prima.....	113
Tabla 50 Materia prima año 1	114
Tabla 51 Materia prima.....	114
Tabla 52 Trabajador 1	115
Tabla 53 Trabajador 2.....	115
Tabla 54 Servicios básicos.....	115
Tabla 55 Materia prima indirecta.....	116
Tabla 56 Arriendo.....	117
Tabla 57 Publicidad	117
Tabla 58 Inversión total del proyecto	117
Tabla 59 Resumen del capital de trabajo	118
Tabla 60 Inversión inicial	118
Tabla 61 Financiamiento del proyecto.....	119
Tabla 62 Inversión Inicial	120
Tabla 63 Unidades para los años 1	121
Tabla 64 Cantidad de instrumentos de ingreso	121
Tabla 65 Proyección de Ingresos	122
Tabla 66 Proyección de Ingresos	122
Tabla 67 Proyección de Ingresos	123
Tabla 68 Proyección de Ingresos	123
Tabla 69 Proyección de Ingresos	123
Tabla 70 Ingreso proyectado.....	124
Tabla 71 Costos de producción de la quena.....	125
Tabla 72 Costos de producción del rondador	125
Tabla 73 Costos de producción de la zampoña.....	125
Tabla 74 Costos de producción de la flauta de pan.....	125
Tabla 75 Costos de producción del sikus.....	125
Tabla 76 Costos de producción de los decorativos	125
Tabla 77 Costos de producción de las pallas	125
Tabla 78 Costos de producción de las quenillas	126
Tabla 79 Costos de producción de los llaveros.....	126
Tabla 80 Costos de producción de los chulis.....	126
Tabla 81 Costos de producción de las quillas	126
Tabla 82 Costos de producción de las antaras	126
Tabla 83 Costos de producción de las antaritas	126
Tabla 84 Costos de producción de las maltas	126
Tabla 85 Costos de producción de los bajones o bastos	126
Tabla 86 Costos de producción de los quenachos.....	127
Tabla 87 Costos de producción de la flauta de pan con corcho.....	127

Tabla 88 Materia prima directa.....	127
Tabla 89 Materia prima directa.....	128
Tabla 90 Materia prima directa.....	128
Tabla 91 Materia prima directa.....	129
Tabla 92 Materia prima directa.....	129
Tabla 93 Total de la materia prima proyectada.....	130
Tabla 94 Mano de obra directa	130
Tabla 95 Proyección del Salario Básico	131
Tabla 96 Total del Salario Básico Unificado	132
Tabla 97 Proyección de Insumos	132
Tabla 98 Proyección de Servicios Básicos	133
Tabla 99 Resumen de la Proyección de los Costos de Producción.....	133
Tabla 100 Proyección de Arriendo	133
Tabla 101 Proyección de Publicidad.....	134
Tabla 102 Total de Gasto de Venta.....	134
Tabla 103 Gastos financieros.....	135
Tabla 104 Capital Anual	135
Tabla 105 Interés Anual.....	135
Tabla 106 Activos fijos a depreciar	135
Tabla 107 Equipo de cómputo	136
Tabla 108 Maquinaria redes e instalaciones de oficina	136
Tabla 109 Maquinarias e instalaciones del proyecto	136
Tabla 110 Proyección de costos y gastos.....	137
Tabla 111 Estado financiero al año 0.....	138
Tabla 112 Proyección de Estado de Resultados	139
Tabla 113 Proyección del Estado de Flujo de Caja	139
Tabla 114 Valor actual neto.....	140
Tabla 115 Costo de oportunidad.....	141
Tabla 116 Análisis del costo beneficio	142
Tabla 117 Tiempo de recuperación de inversión	143
Tabla 118 Cuadro de resumen de indicadores	144
Tabla 119 Rango de ponderación	158
Tabla 120 Impacto económico.....	159
Tabla 121 Impacto ambiental	160
Tabla 122 Impacto social.....	161
Tabla 123 Impacto éticos.....	162
Tabla 124 Impacto educativo.....	163
Tabla 125 Impacto general	164

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Historia de la comunidad de Pucará	33
Figura 2 Ubicación.....	34
Figura 3 Número de turistas que llegan al cantón.....	37
Figura 4 Festividades de la comunidad.....	39

Figura 5 Conceptos Generales	44
Figura 6 Clasificación de las empresas	45
Figura 7 Conceptos Específicos.....	55
Figura 8 Conceptos Técnicos.....	59
Figura 9 Disposición de compra	73
Figura 10 Frecuencia de compra.....	74
Figura 11 Esta de acuerdo con la Creación.....	75
Figura 12 Tipo de instrumentos	76
Figura 13 Tipo de instrumentos usted quisiera adquirir	77
Figura 14 Material	78
Figura 15 Aspecto tomaría en cuenta para la compra.....	79
Figura 16 Conocimiento de lo que son instrumentos de viento.....	80
Figura 17 Lugar de compra.....	81
Figura 18 Tipos de presentación.....	82
Figura 19 Adquiriría si existiera promoción.....	83
Figura 20 Precios que están dispuestos a pagar	84
Figura 21 Medios de comunicación.....	85
Figura 22 Estrategias de plaza	93
Figura 23 Mapa del Cantón Antonio Ante.....	96
Figura 24 Instalación del local comercial de Instrumentos de Viento.....	97
Figura 25 Croquis de la Comunidad de Pucará	98
Figura 26 Diseño e instalación.....	103
Figura 27 Diseño local comercial	103
Figura 28 Slogan.....	146
Figura 29 Organigrama estructural	151
Figura 30 Organigrama funcional.....	152
Figura 31 Mapa de Proceso	155

Nombre del proyecto

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INSTRUMENTOS DE VIENTO EN BAMBÚ EN LA COMUNIDAD PUCARÁ, PARROQUIA SAN ROQUE, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA.

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de instrumentos de viento en la comunidad Pucará, utilizando herramientas de investigación para determinar su rentabilidad.

Objetivos específicos

- Realizar un estudio diagnóstico situacional de la zona de influencia para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del emprendimiento a través de la búsqueda de información de la comunidad de Pucará.
- Estructurar un marco teórico mediante la investigación de fuentes bibliográficas e internet para sustentar de manera adecuada la terminología a utilizar en el desarrollo del emprendimiento.
- Elaborar un estudio de mercado que permita determinar la aceptabilidad del emprendimiento en la zona a través del uso de herramientas de investigación necesarias para la recopilación de información que permita determinar las características de la oferta y la demanda y demás P de marketing del mercado meta.
- Elaborar un estudio técnico que permita determinar los de procesos y maquinarias necesarias para la implementación y buena marcha del emprendimiento, así como estimar el monto mediante la determinación y destino de la Inversión Inicial.

- Realizar un estudio económico para determinar la rentabilidad y viabilidad del emprendimiento a través proyecciones y estudios financieros.
- Elaborar una propuesta organizacional a través de la presentación de un organigrama estructural y funcional, así como diagramas de procesos y manual de funciones que garantice el buen desarrollo de los procesos administrativos del emprendimiento.
- Identificar los principales impactos que pudieran generarse al momento de implementar el emprendimiento, con la finalidad de mejorar los aspectos positivos y minimizar los efectos negativos que se prevean con la implementación del proyecto.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

San Roque parroquia rural perteneciente al Cantón Antonio Ante de la Provincia de Imbabura está ubicada a 4.00 km de la capital cantonal y a 18 km de la capital provincial a una altitud de 2230 a 4622 m.s.n.m con un clima que oscila entre los 8° y 14°.

San Roque está conformado por los siguientes barrios: San Agustín, Santa Rosa, Sagrado Corazón de Jesús, La merced, La Delicia, San Alfonso y otros sectores; a más de estos barrios las comunidades de Pucara, Cerotal, Agualongo de Paredes y La Esperanza.

De acuerdo con el último dato del (Censo, 2010) procedente de la proyección al año 2017 la Parroquia de San roque cuenta con un total de 11745 habitantes.

Los instrumentos de viento en bambú no han tenido resultado en la zona a pesar de tener gran aceptación en el mercado, siendo esto esencial para que la empresa tome rumbo hacia el objetivo de cubrir el mercado local, así como también de cubrir la demanda insatisfecha garantizando eficacia y confianza de los instrumentos de viento en bambú.

El proceso de fabricación de instrumentos depende de la materia prima que es el bambú, el cual proviene de mercados como: Ambato y Loja. Los insumos secundarios para acabados, laca, thinner, entre otros, son obtenidos de industrias locales o nacionales.

La microempresa productora y comercializadora de instrumentos de viento en bambú permitirá generar fuentes de empleo, así como también el desarrollo del sector de instrumentos artesanales potencializando su comercialización.

1.2.Oportunidad de mercado

El cantón Antonio Ante es una ciudad muy visitada, por turistas de todas partes sean nacionales o extranjeros, pero a nivel mundial es conocida solo por el aspecto manufacturero industrial en donde están las confecciones de ropa donde exponen sus diseños conocida como Expo feria en los meses de febrero de cada año, y no por la riqueza cultural que guarda esta ciudad y sus alrededores.

En esta localidad hace falta un lugar de venta artículos de rescate cultural y tradiciones ancestrales como los instrumentos de viento en donde se cuente con artículos que resalten el patrimonio indígena con el que cuenta Atuntaqui, existen también lugares turísticos sin ser explotados como la Paila Tola, la iglesia de la Virgen de Lourdes, Fabrica Imbabura, Orozcotola, planta antigua de producción de energía eléctrica y el Tayta Imbabura, hermosos paisajes característicos de la zona.

1.3.Justificación

La investigación a realizar se basa en la creación de una microempresa productora y comercializadora de instrumentos de viento comercial en bambú en la Comunidad Pucará de San Roque, que beneficia al desarrollo del país con la generación de fuentes laborales, brindando permanencia y desarrollo económico, y contribuyendo con el cambio a la matriz productiva. En cuanto a la zona, brindará una mejor calidad de vida a los empleados e incentivando a la creación de nuevos emprendimientos.

Se ha elegido la Comunidad de Pucará como sede de producción y comercialización el cantón Antonio Ante porque es netamente artesanal, y día a día atrae turistas extranjeros que adquieren artesanías.

Finalmente, Atuntaqui ya contará con un Pasaje Andino Artesanal, a través de esto se estará rescatando las costumbres, culturas, y con los instrumentos se revive la música ancestral, también se dedicará a la venta de trajes indígenas, comidas típicas entre otras.

1.4.Objetivos del diagnostico

1.4.1. Objetivo general

Realizar un estudio diagnostico situacional de la zona de influencia para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del emprendimiento a través de la búsqueda de información de la comunidad de Pucará.

1.4.2. Actividad a desarrollar

- ✓ Datos históricos de la zona donde se va a realizar la investigación.
- ✓ Analizar los aspectos geográficos de la comunidad de Pucara.
- ✓ Determinar el nivel socioeconómico donde se implantará el proyecto.
- ✓ Investigar los aspectos turísticos del Cantón Antonio Ante.
- ✓ Analizar los aspectos culturales y tradiciones ancestrales.
- ✓ Analizar los aspectos educativos.

1.5.Variables

En el emprendimiento se establece las siguientes variables con el fin dar cumplimiento con los objetivos propuestos.

- ✓ Datos históricos
- ✓ Aspectos geográficos
- ✓ Nivel socioeconómico
- ✓ Aspectos turísticos
- ✓ Aspectos culturales y tradiciones ancestrales

- ✓ Aspectos educativos

1.6.Indicadores

El indicador se compone de uno o varios elementos los cuales permitirá una ruta de investigación.

Para el estudio de las siguientes variables se establecen los siguientes indicadores.

1.6.1. Indicadores

Datos históricos

- ✓ Historia de la comunidad de Pucara.

Aspectos geográficos

- ✓ Ubicación
- ✓ Superficie
- ✓ Viabilidad
- ✓ Servicios básicos
- ✓ Estación del climático
- ✓ Acceso a la comunidad

Aspectos turísticos

- ✓ Atractivo turísticos
- ✓ Agrícola
- ✓ Turismo comunitario

Nivel socioeconómico

- ✓ Actividad económica de Pucará
- ✓ Actividad económica de Atuntaqui
- ✓ Número de visitantes

Aspectos culturales y tradiciones ancestrales

- ✓ Festividades de la Comunidad
- ✓ Comidas típicas
- ✓ Artesanal

Aspectos educativos

- ✓ Nivel de educación
- ✓ Número de escuelas bilingües existentes en el cantón

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstica

Actividad	Variables	Indicadores	Técnica de información	Tipo de fuente	Fuente de información
Datos históricos de la zona donde se va a realizar la investigación.	Datos históricos	<ul style="list-style-type: none"> Historia de la comunidad de Pucará 	Investigación Bibliográfica	Fuente secundarias	Página web del GADs de Antonio Ante PDOT Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de la Parroquia
Analizar los aspectos geográficos de la comunidad de Pucara.	Aspectos geográficos	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación Superficie Servicios básicos Clima de la zona Vías de Acceso a la comunidad 	Investigación Bibliográfica	Fuente secundarias	Página web del GADs de Antonio Ante PDOT Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de la Parroquia
Determinar el nivel socioeconómico donde se implantará el proyecto	Nivel socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> Principales Actividades económicas de la población de Pucará Principales Actividades económicas de la población de Atuntaqui Número de turistas que llegan al cantón 	Investigación Bibliográfica	Fuente secundarias	PDOT Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de la Parroquia
Investigar los aspectos turísticos del Cantón Antonio Ante	Aspectos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> Atractivos turísticos de la zona Microempresas dedicadas al Turismo comunitario en la zona 	Investigación Bibliográfica	Fuente secundarias	PDOT Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de la Parroquia
Analizar los aspectos culturales y tradiciones ancestrales	Aspectos culturales y tradiciones ancestrales	<ul style="list-style-type: none"> Festividades de la Comunidad Comidas típicas Principales actividades Artesanales de la población de Pucará 	Investigación Bibliográfica	Fuente secundarias	PDOT Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de la Parroquia
Analizar los aspectos educativos	Aspectos educativos	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de educación Número de escuelas bilingües 	Investigación Bibliográfica	Fuente secundarias	PDOT Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de la Parroquia

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de la Parroquia
Elaborada por: Blanca Montalvo

1.7. Análisis de las variables

1.7.1. Datos históricos

La comunidad de Pucará perteneciente a la parroquia de San Roque, cantón Antonio Ante provincia de Imbabura está ubicada a 2 kilómetros de la panamericana cuenta con un aproximado de 2 mil habitantes, la mayoría de ellos se dedicada a la producción de artesanías que se comercializan en las ferias de Otavalo existiendo también en una minoría de los que se dedican a cría de animales.

1.7.2. Historia de la comunidad de Pucará

La comunidad de Pucará fundada en año de 1921 es la más extensa con un área de 573.29 hectáreas, la primera asociación fue de las mujeres bordadoras de SISA ÑAN que significa Flor del camino.

DISTRIBUCIÓN DE BARRIOS EN LAS PARROQUIAS RURALES				
PARROQUIA		BARRIO/COMUNIDAD	AREA (Ha)	AREA (Ha) PARROQUIA
SAN ROQUE	1	COMUNIDAD PUCARÁ	573,29	1914,46
	2	BARRIO LA MERCED	119,47	
	3	COMUNIDAD LA ESPERANZA	137,74	
	4	COMUNIDAD CEROTAL	285,98	
	5	COMUNIDAD JATUN RUMI	194,96	
	6	COMUNIDAD AGUALONGO DE PAREDES	282,88	
	7	BARRIO LA DELICIA	10,36	
	8	BARRIO EL CENTRO	5,05	
	9	BARRIO SAN AGUSTIN	69,03	
	10	BARRIO SANTA ROSA	36,67	
	11	BARRIO SAN MIGUEL	58,67	
	12	BARRIO SAN ALFONSO	38,47	
	13	BARRIO CORAZÓN DE JESUS	27,99	
	14	BARRIO SANTA BERTHA	73,90	
TOTAL PARROQUIAS RURALES				5696,09

Figura 1 Historia de la comunidad de Pucará

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de la Parroquia
Elaborada por: Blanca Montalvo

1.8. Aspectos geográficos

La conformación de la parroquia de San Roque se subdivide en Pucará, Yana Loma, Jatun Rumi, Cerotal, La Esperanza y Agualongo de Paredes.

La comunidad de Pucará está conformada por tres sectores Pucará Alto, Pucará Centro y Pucará Bajo.

1.8.1. Ubicación

En las faldas del Tayta Imbabura, se encuentra Pucará, la comunidad con un clima privilegiado y viven diversidad de culturas y tradiciones que atesora y hace única a la provincia de Imbabura. Pucará es una de las 6 comunidades urbanas perteneciente a la parroquia de San Roque del Cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, ubicada a 4 km de la capital cantonal y 20 km de la capital provincial a sus inicios de la creación de la comuna eran caserío de Otavalo.

Limites

Al norte limita con quebrada Sigsipugro

Al sur limita con la quebrada El tambor

Al oriente limita loma de Agualongo y las faldas del Cerro Imbabura.

Al occidente limita con la quebrada del Rio Ambi



Figura 2 Ubicación

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de la Parroquia
Elaborada por: Blanca Montalvo

1.8.2. Superficie

Pucará fundado en el año de 1921 es una comunidad con más de 75 años de historia, con variedad de culturas y tradiciones, como las fiestas del Inty Raymi, Pucará es la más extensa con un área de hectáreas 573.20.

1.8.3. Servicios básicos

La comunidad donde se va a realizar el emprendimiento cuenta con los servicios básicos como: alcantarillado, luz eléctrica, agua potable entre otros ya que es de mucha importancia.

1.8.4. Clima de la zona

La comunidad de Pucará posee un clima templado y húmedo especialmente en la parte alta la temperatura oscila entre 7. 5° a 22° centígrados la parroquia San Roque en la parte alta llega hasta los 4621 m.s.n.m

Tabla 2 Clima de la zona

Estación climática	
Detalle	Datos
Clima	Clima Ecuatorial meso térmico y Templado (cabecera)
Temperatura	7,5 a 22 °C
Altitud	2400 a 4000 m.s.n.m. Cabecera parroquial 2450
Pluviosidad	1000 a 1250 m.m

Fuente: PDOT San Roque

Elaborada por: GAD Antonio Ante

1.8.5. Vías de acceso a la comunidad

La comunidad de Pucará tiene tres tipos de compañías de transporte que son: Imbaburapak Churimi Kanchik, Orozcotola y Flota Antaña.

Tabla 3 Vías de acceso a la comunidad

Nombre de la compañía de transporte	Cada que Tiempo	Trancurso	Costo del pasaje
Imbaburapak Churimi Kanchik S. A	30 minutos	Ibarra- Pucará	0.35 centavos
		San Pablo- Pucará	0.35 centavos
		Otavalo-Pucará	0.35 centavos
Flota Antaña	30 minutos	Ibarra-Pucará	0.35 centavos
Orozcotola	15 minutos	Atuntaqui-Pucará	0.25 centavos
		Atuntaqui	0.25 centavos

Fuente: Diagnostico Situacional

Elaborada por: Blanca Montalvo

1.9. Nivel socioeconómico

1.9.1. Principales Actividades económicas de la población de Pucará

Los habitantes de comunidad de Pucará se dedican a diferentes actividades y salen a vender sus productos a diferentes lugares como: Otavalo, Antonio Ante, Ibarra, Pimampiro, Tulcán, Quito, Ambato entre otros lugares, la comercialización de cualquier producto lo hace como fuentes de ingresos para las familias.

1.9.2. Ganadería

La actividad a la se dedican en la Comunidad es la ganadería en cantidad menor como: ganados, cerdos, ovejas que son cuidados por personas mayores.

1.9.3. Agrícola

La comunidad de Pucará de San Roque se dedica al cultivo de: alfalfa, papas, maíz, frejol, alverja, habas también existen sembríos de tomate de árbol, tomate riñón uvillas, granadillas que son sembrados y cosechado por los propios labradores.

1.9.4. Construcción

En la comunidad de Pucará también existen personas que se dedican a la construcción de casas para esto deben trasladarse a diferentes lugares como Atuntaqui, Otavalo Ibarra u otros, su trabajo lo utiliza como fuente económica para el sustento de las familias.

1.9.5. Principales Actividades económicas de la población de Atuntaqui

La ciudad de Atuntaqui conocida a nivel nacional e internacional como zona industrias manufactureras donde la población total se dedica a confeccionar y comercializar prendas de vestir, medias para caballeros, damas, niños y bebes con diferentes tipos de material, las fábricas existentes: Gardenia, Banliz, Sante, Ángel Baby, Panda, Diana Carolina, Katty, Anitex, entre las más reconocidas existiendo muchas más fábricas.

1.9.6. Número de turistas que llegan al cantón

En el Cantón Antonio Ante la mayor concentración de vecinos y turistas que llegan durante la última feria y por año nuevo así también en el mes de febrero por la Expo feria. Está localidad es famosa por su industria textil, es el atractivo de la temporada del año viejo por la fiesta popular del inocente que se extiende del 27 de diciembre del 2017 al 6 de enero, cada año las calles de Atuntaqui están repletas. Diego Villegas presidente de la corporación 31 de Diciembre comenta que el último día del año calcula que habría tenido 35000 visitantes (Comercio, 2017).



Figura 3 Número de turistas que llegan al cantón

Fuente: GADs Antonio Ante
Elaborada por: Blanca Montalvo

1.10. Aspectos turísticos

1.10.1. Atractivos turísticos

El cerro Imbabura es el mayor atractivo turístico, su acceso desde la parada de San Roque a 5 km hasta llegar a la falda del Imbabura, de cuyo cuidado se encargan las comunidades de Pucará, Jatun Rumi y Cerotal.

Cruz Loma de la Esperanza fue declarado, como patrimonio natural aunque por falta de presupuesto las obras quedaron sin finalizar, pero este lugar visitan frecuentemente los niños de los centros infantiles, colegios y escuelas.

1.10.2. Microempresas dedicadas al Turismo comunitario en la zona

Dentro de la parroquia de San Roque existen 16 familias de las cinco comunidades Pucará, Esperanza, Agualongo de Paredes, Jatun Rumi y Cerotal que se dedican al turismo comunitario, con el apoyo del Municipio del Cantón Antonio Ante construyeron albergues para poder acoger al turista y utilizar como fuente de ingresos para sus familias (GADs Antonio Ante, 2011).

1.11. Aspectos culturales

1.11.1. Festividades de la comunidad

La celebración del Inty Raymi o Fiesta del Sol, Pawkar Raymi o Fiesta del Florecimiento y el Wakcha Karay o Día de Difuntos.

Así mismo se mantiene las actividades de la minga que permite mantener la unidad, solidaridad entre los habitantes de la comuna.

Cabe destacar que en la actualidad y por tercer año consecutivo las instituciones educativas del cantón realizan la celebración del Inty Raymi con la participación de estudiantes, docentes y autoridades, lo que constituye un aspecto positivo para el proyecto.

PARROQUIA	NOMBRE	UBICACIÓN	CATEGORÍA
SAN ROQUE	Artesanías cabuya		Artesanías
	Artesanías en barro		Artesanías
	Manifestaciones Culturales del Inti-Raymi		Cultura
	Iglesia de San Roque	Calle Bolívar	Religioso
	Cabañas el cisne	Panamericana	Cultura
	Cruz Loma		Cultura
	Llambo Rumi	Modesto Larrea	Cultura
	Pinillo Cruz		Cultura
	Tola Loma de Puca		Cultura
	Achilcooma		Cultura

Figura 4 Festividades de la comunidad

Fuente: PDOT 2008. Actualización PDOT 2011

Elaborada por: Blanca Montalvo

1.11.2. Comidas típicas

La comunidad posee un sin número de comidas típicas que son preparadas en cazuelas de barro con diversos productos propios de la cosecha de la zona como: la chuchuca, zambo de dulce, zambo loco, chicha, champuz de maíz, berro con papas, mote lucí, tamales, humitas, colada de choclo tierno, colada de maíz, pepa de zambo con berro y papas, rábano con tostado, berro con papas, mote pelado, ensalada de yuyo, arroz de cebada, trigo pelado, chaki tanta y tradicional machica que consiste su preparación consiste en la cebada tostada y molida con panela tiene componentes muy nutritivos.

1.11.3. Principales actividades Artesanales de la población de Pucará

La población se dedica a tejer ponchos, chales, tapices en Pucará, Esperanza, Agualongo de Paredes, Jatun Rumi y Cerotal actualmente han disminuido sus ventas por la competencia con telares automatizados.

Existen familias que se dedican al bordado de camisas indígenas a mano y computarizado que son comercializadas en las ferias de Otavalo o son vendidos a sus intermediarios para la reventa, dentro de la misma comuna hacen collares, pulseras, aretes y un fin de diseños a base de tagua.

1.12. Aspectos educativos

1.12.1. Nivel de educación

El nivel de educación como escuelas, jardines y colegios se han unificado y se han transformado en unidades educativas, algunos aún mantienen el nombre de las instituciones en cambio otros establecimientos han adquirido nuevos nombres.

1.12.2. Número de escuelas bilingües

En la parroquia de San Roque existen dos centros educativos bilingües donde practican la lengua Kichwa como la escuela Benito Juárez y la Leonardo Pérez Muñoz, con la investigación propia se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla 4 Unidad Educativa Bilingüe

Unidades educativas	Comunidades	Total
Unidad Educativa Bilingüe Benito Juárez	Comunidad Pucará	1
Unidad Educativa Bilingüe Leonardo Pérez Muñoz	Comunidad Cerotal	1
Unidad Educativa Guardiania de la Lengua Carlos Montufar	Comunidad de los Óvalos	1
TOTAL		3

Fuente: Diagnostico Situacional

Elaborada por: Blanca Montalvo

1.13. Matriz AOOR

1.13.1. Aliados

- ✓ Existen líneas preferenciales de Créditos por parte de entidades financieras para este tipo de emprendimiento
- ✓ No existe a nivel local mano de obra calificada
- ✓ Existen proveedores que distribuyen materia prima a nivel local

1.13.2. Oponentes

- ✓ Posibilidad de aparición de personas que se dediquen a la misma actividad
- ✓ Posibilidad de Incremento en la producción por parte de la competencia por uso de tecnología avanzada
- ✓ Posibilidad de ingreso al mercado local, por parte de oferentes de otros lugares

1.13.3. Oportunidades

- ✓ Conocimiento de la autora para la producción de instrumentos de viento.
- ✓ La habilidad del emprendedor en la elaboración de diferentes tipos de instrumentos de viento
- ✓ Clientes fijos para la comercialización
- ✓ No existe productores de instrumentos de viento en la Comunidad de Pucará y sus alrededores.
- ✓ Aprovechar la materia prima que brinda la naturaleza

1.13.4. Riesgos

- ✓ Precio de la materia prima muy elevada.
- ✓ Negación de créditos por parte de las entidades financieras a los micro productores por falta de garantía
- ✓ Alta capacidad de producción por parte de competidores

1.14. Oportunidad de inversión

Así también al no existir personas con conocimiento en lo práctico para la elaboración, es una ventaja para la autora que lo hace factible por la experiencia con la que cuenta en el proceso del producto existir rentabilidad que ayudará a realizar pagos de crédito, así también servirá como ayuda para pagos a proveedores que distribuya la materia prima.

Dentro de la Comunidad Pucará no existen productores de instrumentos de viento en bambú y sus alrededores lo que permitiría que el precio de la materia prima no sea muy elevado, para la fabricación se podrá aprovechar la materia prima que brinda la naturaleza de manera eficaz y eficiente para obtener un producto de calidad a pesar de existir incremento de producción por parte de competidores con tecnologías avanzadas.

Contar con clientes fijos para la comercialización, incentivando con promociones o estrategias para el producto evitando el ingreso de competencia de otros lugares. La ventaja

de la comunidad de Pucará es que no se existen grupos de personas que se dediquen a la misma actividad, por lo que no existirá competencia para el producto.

No existen productores que se dediquen a este tipo de actividad en la Comunidad de Pucará de San Roque y peor aún a su elaboración a pesar de existir demanda en el entorno local, este proyecto se llevará a cabo con el fin de demostrar que existe demanda insatisfecha y solucionar las necesidades del mercado que actualmente tienen músicos Profesionales, estudiantes, aficionados, organizaciones religiosas, academias musicales, entre otros.

Este proyecto buscará satisfacer en su gran mayoría al sector social y comunidad académica de acuerdo a sus expectativas, necesidades y exigencias; generando eficiencia, eficacia y dando un direccionamiento estratégico orientado a la competitividad, innovación y aprovechamiento de los recursos físicos, humanos y financieros que garanticen procesos de crecimiento y posicionamiento.

Por esta razón se requiere el Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Instrumentos de Viento en Bambú en la Comunidad Pucará, Parroquia San Roque, Cantón Antonio Ante, Provincia De Imbabura”, para hacer frente a la demanda actual que hay en el mercado.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1.Introducción

En este capítulo se trata de profundizar la información teórica que sustente científicamente este estudio los términos a utilizar en el desarrollo del proyecto, estos términos se clasifican en tres tipos: generales, específicos y técnicos; que serán utilizados en el desarrollo de la microempresa.

2.2.Objetivo general

Estructurar un marco teórico mediante la investigación de fuentes bibliográficas, libros, revistas e internet para sustentar de manera adecuada la terminología a utilizar en el desarrollo del emprendimiento.

El marco teórico se clasifica en términos generales, específicos y técnicos, estos conceptos generales permiten adquirir la base del conocimiento teórico, los conceptos específicos abarcan todos los términos que serán únicos para el proyecto y los técnicos son definiciones de proceso que se utilizarán para sacar resultados finales.

2.3.Empresa

“Una empresa comercial, grande, mediana o pequeña, es un organismo, privado, público o misto, que está constituido por personas y materiales, reunidos con el propósito de realizar operaciones comerciales o producir bienes o servicios a través de un proceso que le permita observar una utilidad o ganancia”(Demostenes, 2014).

Demóstenes define qué las empresas se conforman por pequeñas, grandes, medianas dentro de ello también está lo material y el personal, con estos aspectos se podrá identificar qué tipo de empresa será constituida para el proyecto.

2.3.1. Conceptos Generales

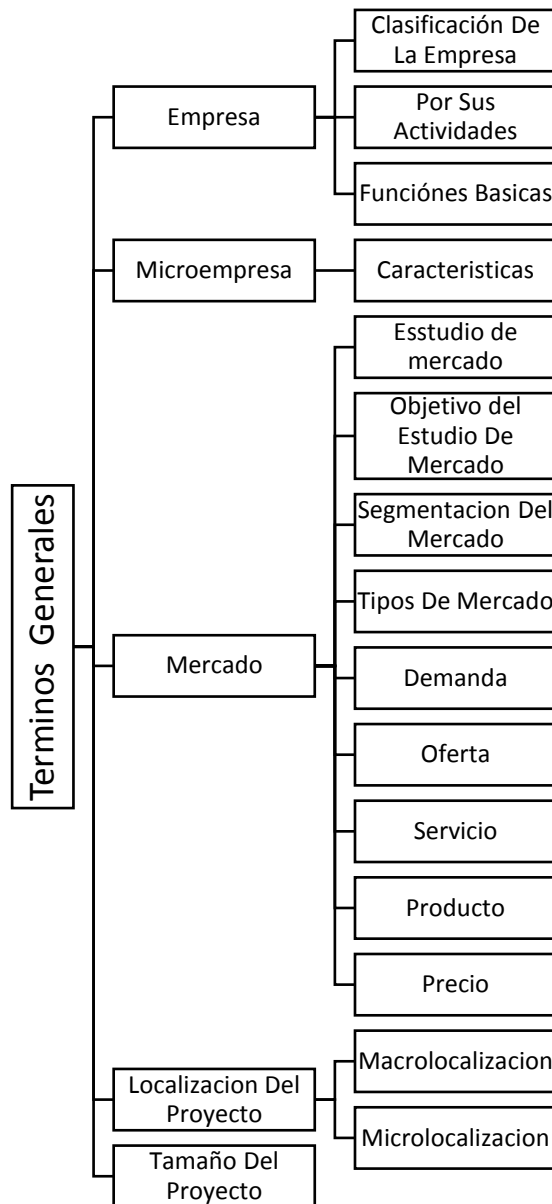


Figura 5 Conceptos Generales

Fuente: Marco Teórico

Elaborada por: Blanca Montalvo

2.3.2. Clasificación de las empresas

(Martínez Lòpez, 2017, pág. 8), en su libro de UF1819: Proyecto y viabilidad del negocio o microempresa. *“Las empresas se pueden clasificar atendiendo a diversos criterios, entre los que destacan los siguientes:*

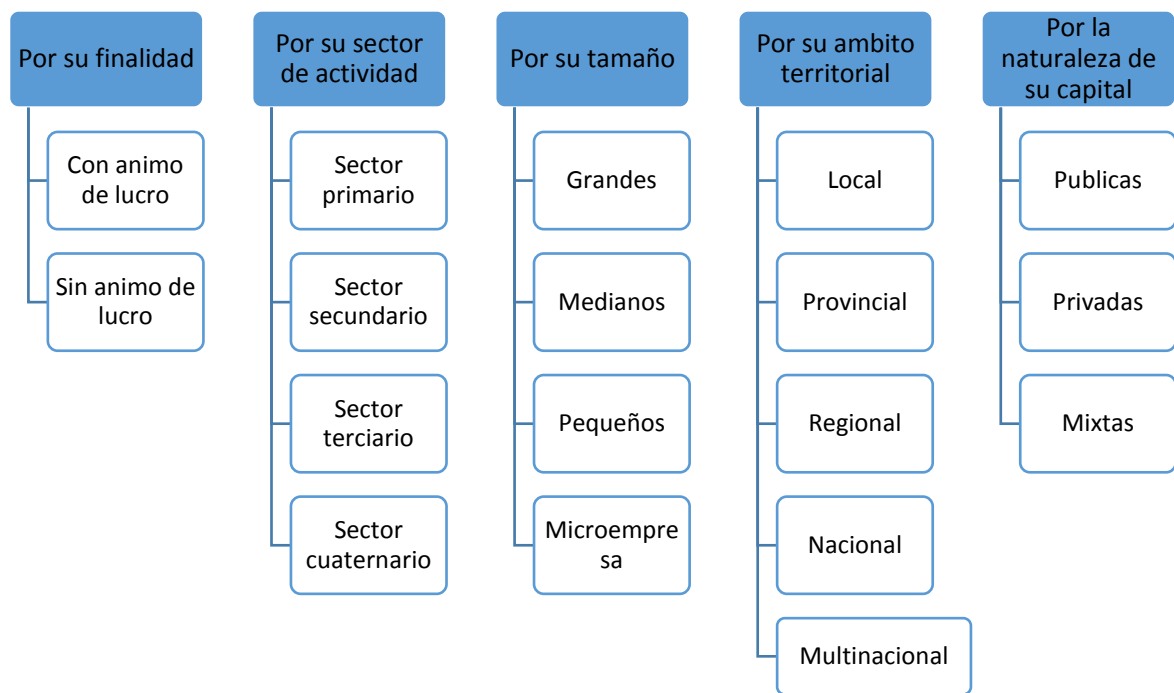


Figura 6 Clasificación de las empresas

Fuente: Marco Teórico

Elaborada por: Blanca Montalvo

Martínez subdividen a las empresas de acuerdo a la finalidad, tamaño, actividad, su ámbito territorial y por su puesto a la naturaleza del capital estos parámetros son tan importantes para poder emprender un negocio, y poder comenzar con la actividad propuesta.

2.3.3. Por su actividad

(Perez Aguilera, 2017, pág. 19) Define: criterios para la clasificación de la empresa

Industriales

La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materia primas.

Comerciales

Son intermediarios entre productores y consumidores, su función primordial es la compra/venta de productos terminados.

De Servicio

Son aquellos que brinda servicio a la comunidad.

2.3.4. Funciones básicas de la empresa

Según (Rodés Bach, 2010, págs. 24-25) afirma:

Funciones técnicas. Son aquellas que están relacionadas con la producción de bienes y servicios que son el objeto principal de la empresa en sus distintas clasificaciones.

Funciones comerciales. Se trata de aquellas que permiten la comunicación de la empresa con su entorno directo, en sus dos vertientes: compras y ventas.

Funciones financieras. Agrupan todas aquellas actividades relativas a la captación, gestión y administración de capitales.

Funciones de seguridad. Son aquellas relacionadas con la protección de los bienes de la empresa y de las personas que la forman.

Funciones contables. Son las relacionadas con la metodología práctica contable y fiscal, con inclusión de las funciones estadísticas, de análisis de costes.

Funciones administrativas. La concepción de Fayol entiende las funciones administrativas como de coordinación de las demás funciones de la empresa.

Rodés menciona que se contará con el conocimiento sobre las funciones básicas de la empresa, para poder acoplarse y poder distribuir al personal de acuerdo a las necesidades, en el emprendimiento se utilizará a la hora de poner en marcha la empresa.

2.4. Microempresa

(Cantos, 2008, pág. 18) Define que “microempresa es la unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho, formales o informales dedicadas a actividades de producción, comercio o servicio”.

El concepto de microempresa tiene una connotación cuantitativa, '*micro*': *pequeño*. Por esto lleva a la confusión de comparar a la microempresa con otras unidades económicas, utilizando indicadores que distinguen a la pequeña de la mediana y gran empresa. En el caso de la microempresa no es solo el tamaño lo que caracteriza. Lo que distingue a las microempresas en su flexibilidad para reaccionar ante los cambios de volumen o características del producto y ante situaciones cambiantes del mercado”(Gallardo & Maldonado, 2016, pág. 70).

Cantos y Gallardo & Maldonado no coinciden en los conceptos, tienen una perspectiva diferente de lo que es microempresa. Con lo antes mencionada la microempresa puede ser conformada, por una persona o en grupos, lo que lo diferencia es la facilidad para enfrentar los cambios en el mercado y en los productos, el emprendimiento que se llevará a cabo será una microempresa.

2.4.1. Características de la microempresa

(Cantos, 2008, pág. 18), en su libro Diseño y Gestión de Microempresas.

“ Se clasifican de acuerdo a las actividades de producción, comercio o servicio, en los subsectores de alimentos, cerámico, confecciones textil, cuero y calzado, electrónico, radio, tv, grafico, químico –plástico, materiales de construcción, maderero, metalmecánica, profesionales, transporte, restaurant, hotelería y turismo, ecológico, cuidado de carreteras y otros fines”.

Actividades de autoempleo o que tengan hasta 10 colaboradores.

Actividades con un capital de trabajo de hasta veinte mil dólares de los Estados Unidos de América (USD 20.000,00), que no incluya inmuebles y vehículos que sean herramientas de trabajo.

Actividades registradas en una organización gremial micro empresarial.

Las características del proyecto son de suma importancia para poder tener conocimiento de que no es necesario contar con un capital sumamente alto para empezar a crear negocio propio, además debido a esto no cuenta con muchos trabajadores y los mismos emprendedores toman el rol de trabajadores para empezar con actividades de servicio, comercio o producción.

2.5. Mercado

Define en un sentido menos amplio, *“el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto”*(Ciallella & Edgar, 2016, pág. 93).

“Según el Diccionario de la Lengua Española mercado es el <<sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender o comprar o permutar géneros o mercancías>>(Escudero Serramo, 2011, pág. 106).

Según (Cantos, 2008, pág. 59), *“un mercado está conformado por personas que tienen necesidades no cubiertas y que por tal motivo están dispuestas a adquirir productos/o servicios que satisfagan sus requerimientos como: calidad, diferenciación, atención oportuna, precio adecuado, entre otros aspectos”*.

Tanto Escudero Serramo, Ciallella & Edgar coinciden en que mercado es un conjunto de personas, es un espacio físico donde se ofertan y se demandan productos con un fin de intercambiar el producto a cambio de un valor monetario y a su vez satisfacer las necesidades de las dos partes, así también se debe buscar un espacio físico donde poder vender el producto.

2.5.1. Estudio de Mercado

Menciona que *“el estudio de mercado es el conjunto de operaciones que realiza la microempresa desde que sitúa el producto o el servicio para entregar al cliente, o aun antes,*

cuando se trata de identificar las necesidades de los clientes, con base a lo cual este estudio garantiza que se satisfaga eficientemente dichas demandas”(Cantos, 2008, pág. 57).

(Pacheco Coello & Pérez Brito, 2015) Afirma

“El objetivo del estudio de mercado es suministrar la información necesaria para la decisión de invertir en un proyecto determinado. La importancia de estudio de mercado radica en que se evite gastos, las decisiones se toman basadas en un mercado real, se conoce el ambiente donde la empresa realiza sus actividades económicas, permite trazar varios rumbos, se sabe si el proyecto va a satisfacer una necesidad real, ilustra sobre las fortalezas y debilidades de las empresas competidoras y se conoce la parte sobre la que tiene control la competencia”.

Tanto Cantos, Coello & Pérez coincide en el concepto del estudio de mercado, en que analiza las ofertas, demandas, promociones y ventas de los mercados actuales, para poder conocer la aceptabilidad del producto o servicio, de esta forma poder verificar de manera real su potencialidad y satisfacer de la mejor manera las necesidades de los consumidores.

2.5.2. Objetivo del estudio de mercado

Según (Ciallella & Edgar, 2016, pág. 268).

La finalidad de un estudio de mercado es determinar la viabilidad comercial del proyecto en análisis, sea nuevo o se trate de una mejora. Los posibles objetivos de un estudio de mercado son:

- ✓ *Asegurar que la versión de dinero y el esfuerzo que se realizaran para el desarrollo del producto, servicio o mejora del negocio, tienen posibilidades de existir.*
- ✓ *Conocer el mercado en el que se insertará el proyecto y las distintas fuerzas que operan en él.*

- ✓ *Demostrar que existe un grupo de consumidores que estarán dispuestos a adquirir el producto, servicio o mejora que va a ofrecer el proyecto.*
- ✓ *Conocer el riesgo de mercado; esto es, los factores que de alguna forma podrían condicionar el éxito del proyecto y su probabilidad de ocurrencia.*

Según Ciallella & Edgar el estudio de mercado permitirá estudiar de manera minuciosa como el producto se distribuirá dentro del mercado, el fin del emprendimiento es ofrecer el producto.

2.5.3. Tipos de Mercado

(Escudero Serramo, 2011, pág. 107).

- ✓ **Mercado local.** Se realiza en un área limitada; el vendedor solo puede ejercerse el comercio dentro del municipio o provincia para el cual ha obtenido la correspondiente licencia o autorización, ya sea en local cerrado o como venta ambulante.
- ✓ **Mercado regional.** La oferta abarca toda una región o comunidad autónoma, la empresa está autorizada para abrir uno o varios establecimientos en cada una de las provincias, pero con un solo domicilio fiscal.
- ✓ **Mercado nacional.** La oferta de las empresas se extiende a todo el territorio de un país. La empresa, para la venta de sus productos (bienes o servicios), puede abrir varios establecimientos o sucursales.

Escudero Serramo clasifica el mercado en tres tipos: mercados local, regional y nacional que serán de gran importancia para poder mirar el horizonte y ver en que parte se estará comercializado el producto.

2.5.4. Demanda

Menciona (Fernandez Luna, Mayagoitia Barragan, & Quintero Miranda, 2010, pág. 28) que *“demanda es la unidad de un producto que los consumidores estarían dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”*.

“La demanda es la materialización de los deseos que tienen las personas adquiriendo bienes o servicios para satisfacer sus necesidades”(Vargas Belmonte, 2014).

Tanto Vargas ,Fernandez, Mayagoitia, & Quintero coinciden en que la demanda, es el producto que los clientes adquieren ya sea en bienes o servicio para cumplir su deseo y satisfacer las necesidades; como emprendedor, debe analizar a profundidad sobre los gustos y preferencias para conocer las características que busca el cliente al producto.

2.5.5. Oferta

Define (Fernandez Luna, Mayagoitia Barragan, & Quintero Miranda, 2010, pág. 46) que *“la oferta de un producto es una función que indica las distintas cantidades de productos que los vendedores de un mercado (pueden o no ser productores, según el mercado) están dispuestos a vender a distintos precios”*.

De las definiciones del autor antes mencionado se puede concluir que la oferta es aquella que muestra el tiempo real en el que se consume el producto y poder ofrecer el resultado ya sea en bienes o servicios a los compradores.

2.5.6. Competencia

Según (Ciallella & Edgar, 2016, pág. 99), que la competencia es el *“Estudio de las oportunidades y amenazas derivadas de aquellas empresas que, desde un punto de vista amplio, rivalizan con nuestra empresa: es decir, ofrecen productos y servicios similares.*

“Factor que se refiere a los comportamientos y aptitudes de la persona imprescindible para el desempeño eficaz de un puesto de trabajo”(Rodríguez-Serrano, 2011, pág. 49).

Se puede decir que la competencia es aquel desafío entre empresas por vender productos con las mismas características y estar direccionados a la misma segmentación de mercado, las cuales buscan satisfacer las mismas necesidades.

2.5.7. Producto

Menciona que el producto es *“un conjunto de atributos tangibles e intangibles que el consumidor cree que posee un determinado bien para satisfacer sus necesidades”*(Ciallella & Edgar, 2016, pág. 114).

“El producto se define como todo aquello que un profesional o empresario pone a disposición de otras personas, llamadas clientes, que satisfacen sus necesidades”(Vargas Belmonte, 2014).

Por otro lado, definen que *“Producto incluye no solo la unidad física, sino también su empaque, garantía, servicio post venta, marca, imagen. El producto puede ser un bien como un par de zapato o un servicio como un corte de pelo”*(Cantos, 2008, pág. 70).

Los tres autores anteriores coinciden que el producto no es solo tangible o intangible son las dos: pero los dos satisfacen la necesidad del consumidor. Otro aspecto que debe tomar en cuenta es que en un producto tangible también están los valores agregados al resultado final.

2.5.8. Precio

(Ciallella & Edgar, 2016, pág. 142) Define que *“el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio.*

“Las empresas fijan precios para sus bienes y/o servicios teniendo en cuenta el costo de su elaboración, el comportamiento de la demanda y del mercado”(Flóres Uribe, 2015, pág. 66).

Tanto Flores, Ciallella & Edga coinciden en que el precio es un valor monetario que se paga por la prestación de cualquier tipo de servicios o por adquisición de cualquier bien que se adquiera, dentro de esto también se considera la inflación ya que esto se incluye directamente en los costos a la hora de la elaboración y en el servicio de entrega.

2.5.9. Servicio

Menciona que *“Los servicios son actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseo o necesidad”*(Ciallella & Edgar, 2016, pág. 124).

Se refiere todo lo que no se puede ver ni tocar pero satisface la necesidad del cliente como ejemplo: recargas a móviles, servicios de transporte, transacciones bancarias, pagos en peajes, garantías de los productos entre otras pero que satisfacen los deseos de los clientes.

2.6. Localización del proyecto

Según:(Torres Dujisin, 2015).

Menciona que para” la localización del proyecto es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ Relación con los proveedores, costo transporte insumos,
- ✓ Respecto clientes, costo de transporte envío productos terminados o entrega d servicio,
- ✓ Normas medioambientales, restricciones comunales (ruidos, contaminaciones, desechos, etc.)
- ✓ Servicio de comunicación (telefonía, internet)

2.6.1. Macro localización

“Se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá determinado proyecto. Esta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en

las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. Además compara las alternativas propuestas para determinar regiones o terrenos más apropiados para el proyecto”(Córdova Padilla, 2011).

La macro localización permite ubicar la zona geográfica sea parroquia, cantón, región, provincia donde se instalará el negocio.

2.6.2. Micro localización

“Es aquella que indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro-zona elegida”(Córdova Padilla, 2011).

La micro localización permite ubicar el lugar exacto donde se implantará el proyecto.

2.7.Tamaño del proyecto

(Flores, 2010 pag.49) Define que *“el tamaño del plan de negocio hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante el estudio del proyecto. Es importante definir la unidad de medida del producto y la cantidad a producir por unidad de tiempo, por ejemplo: metros, libras, toneladas, etc.; producidos por unidad de tiempo (diario, semanal, mensual, anual, etc.).*

Flores hace caer en cuenta que el tamaño del proyecto se mide de acuerdo al monto con el cual se va a empezar a realizar el proyecto, dependiendo del tamaño o dimensión de la infraestructura de la microempresa, del número de empleados a ser contratados, la cantidad del producto a ser producido y la intervención en el mercado.

2.8. Conceptos Específicos

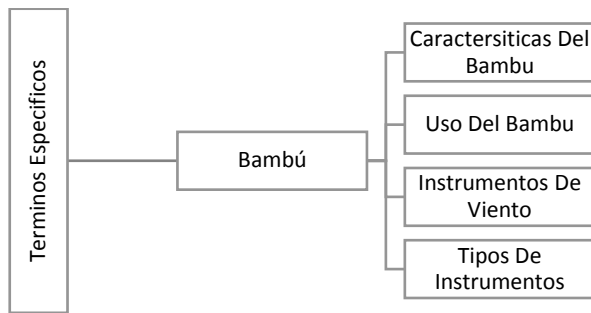


Figura 7 Conceptos Específicos

Fuente: Marco Teórico

Elaborada por: Blanca Montalvo

2.8.1. Bambú

Define “*el bambú forma parte de la historia de la humanidad por haber sido una de la primeras materias primas utilizadas en la elaboración de papel; culturalmente forma parte del patrimonio material (vivienda antiguas) e inmateriales (conocimientos artesanales) del Ecuador; aporta significativamente a la economía rural y genera divisas por los procesos industriales y comerciales de una cantidad importante de producto y subproducto que se exporten*”(Borja, 2016).

“*El Bambú es un material antiguo que ha sido utilizado para producir instrumentos musicales en casi cada región del mundo. Los instrumentos de bambú crean una calidad y sonido particular que es más suave que otros tipos de instrumentos*”(Hart, 2018).

2.8.2. Características del Bambú

“*Llamada también caña de guadua o caña brava, es una gramínea características geográficas, climáticas y de suelos y desarrollo, plantándose en zonas tropicales y subtropicales especialmente en las provincias de Guayas, Manabí, Los Ríos, Esmeraldas, Santo Domingo de los Tsachilas y en algunas pequeñas áreas en el oriente, el bambú entra en la fase de cosecha dentro de un periodo de 4 a 6 años*”(Revista_ElAgro, 2016).

“Algunas especies del Bambú son plantas más rápido crecimiento del planeta, variedades como Guadua o el Moso, pueden llegar a 25 cm al día en la etapa de crecimiento, pero hay registros de otras especies con más de 1 m. por día. En apenas 6 meses la planta alcanza su altura final, de 18 a 30 m, y en es que en solo 4 años ya estará lista para su corte y uso”(Bambusa, s.f.).

“La caña de bambú no tiene una corteza protectora, por lo que, una vez cortada y durante el transporte al secadores, es fácil que sufran algún golpe que deje marcas en el exterior de la caña”(dbambú, s.f.)

2.8.3. Uso del bambú

*“Los bambúes tienen registros de más de 1500 usos documentados, entre los que se encuentran: material de construcción en bruto, viviendas, alimento, papel, pisos, paneles (paneles de madera plywood, laminado, suelos parquet), adornos, muebles, cestas, sillas, mesas, lámparas, puentes, **instrumentos musicales**, todos hechos con bambúes de diferentes especies”*(Borja, 2016).

2.8.4. Instrumentos de viento (aerófonos)

Define que *“este tipo de instrumentos consta de uno o varios tubos sonoros, los cuales contienen columna gaseosa capaz de producir sonido al ser conveniente excitada”*(Merino, 2010, pág. 195).

Menciona que *“los aerófonos son la clase de instrumentos de la que se tiene menos variedad. Sabemos que se tocaban flautas de caña o pitos construidas por pastores”*(Lizarazu, 2005, pág. 299).

Los instrumentos de viento son elaborados a base de tubos de diferentes materiales como: bambú, madera y metal; para que den un sonido de deben realizar afinaciones de acuerdo al instrumento, no todos son iguales.

“Los instrumentos musicales de bambú forman parte de numerosas modalidades folclóricas reconocidas por la Unesco como patrimonio cultural intangible de la humanidad”(Ngoc, 2017).

2.8.5. Tipos de instrumentos de viento a base del Bambú

- ✓ (Ejemplos, 2015)
- ✓ Flauta de pan
- ✓ Flauta dulce
- ✓ Flauta travesera
- ✓ Flautín
- ✓ Gaita de caño
- ✓ Pinkillo
- ✓ Quena

2.8.6. Flauta de pan

“O la nai es un instrumento curco, con 20 tubos que dan una escala diatónica, aunque en los últimos tiempos (sobre todo en 1960 en adelante) se han agregado hasta 7 tubos para ampliar el registro bajo, e incluso se ha buscado lograr una escala cromática. Los tubos, de caña (bambú) o madera, se cierran con tapones de corcho o lamo y se afinan con cera de abeja. Luego se adhieren con la cola un característico soporte de madera que confiere al instrumento su perfil curvo”(Díaz, 2012, pág. 47).

Flauta hindú. -Flauta de caña pequeña. Afinación en Fa.

Quena. - Aerófono sudamericano, 6 agujeros y 1 posteríos. Es el instrumento más importante de la musca folclórica andina, y en la actualidad es usada en fiestas.

Las zamponas. - son instrumentos de viento compuesto de varias cañas huecas tapadas por un externo que produce sonidos a flautados. Por su puesto las cañas más largas producen sonidos más graves, y las cortas más agudas.

2.9.Comercialización

“En la comercialización se tiene en cuenta las formas de comercialización, los sistemas de transporte empleados, la presentación del producto o servicio, el crédito al consumidores, la asistencia técnica del usuario, así como los mecanismos de la promoción y publicidad”(Flóres Uribe, 2015, pág. 67).

“La comercialización es el conjunto de actividades que los oferentes realizan para lograr la venta de sus producto”(Arèvalo Araujo, 2013).

Flores y Arèvalo concuerdan que la comercialización es la actividad que consiste en encargarse de vender un producto de manera directa al cliente dando a conocer sobre las características o la forma de pago por cada producto esto es un factor muy importante a la hora poner en marcha el proyecto.

2.9.1. Conceptos técnicos

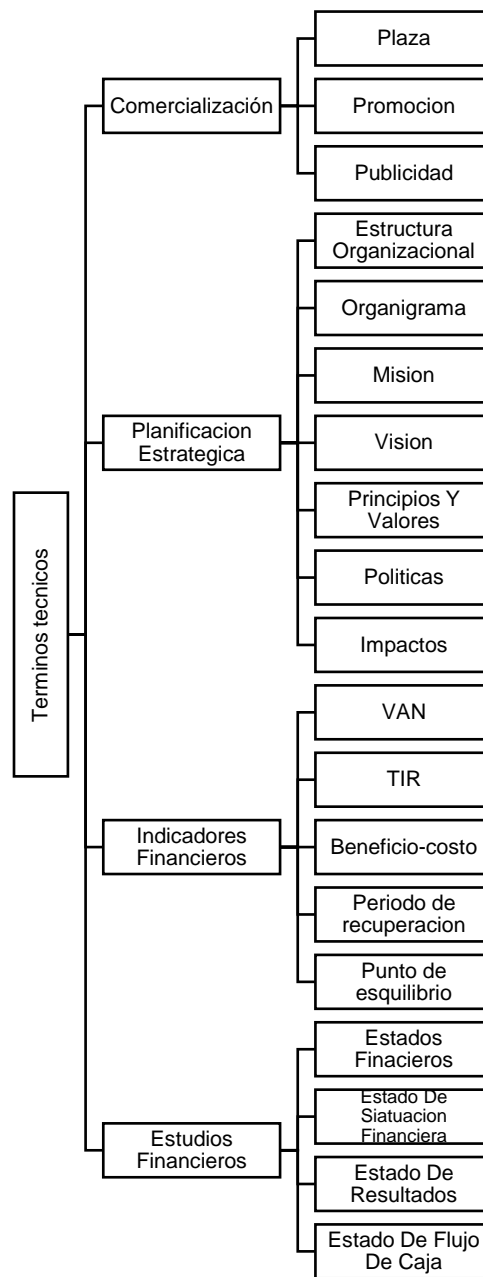


Figura 8 Conceptos Técnicos

Fuente: Marco Teórico
Elaborada por: Blanca Montalvo

2.9.2. Plaza

Mencionan que “la plaza o distribución consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán u ofertaran nuestros productos”(Torres Dujisin, 2015, pág. 231).

“La distribución incluye organizaciones que participan en el traslado de los productos desde el fabricante hasta el consumidor final, mientras que la distribución física comprende el conjunto de actividades que hacen llegar la cantidad adecuada de un producto al lugar correcto en el tiempo preciso”(Vargas Belmonte, 2014)

Vargas y Torres coinciden en que la plaza o distribución significa lo mismo, pero es un componente muy importante es la combinación perfecta para el éxito en el mercado es la localidad en donde los compradores pudieran encontrar para adquirir el producto.

2.9.3. Promoción

Definen que *“la promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir, motivar o inducir su compra o adquisición”*(Torres Dujisin, 2015, pág. 232).

“La promoción del producto incluye la publicidad, la venta personal, la promoción de ventas, las relaciones publicas”(Vargas Belmonte, 2014).

Los dos autores confirman que la promoción involucra todas las características que se deben dar a conocer a los compradores a la hora de estar en proceso para el lanzamiento del producto, para que los consumidores estén atentos e interesados en él y acudan a adquirirlo, además se debe utilizar los medios de comunicación para informar sobre el desarrollo de la actividad.

2.9.4. Publicidad

Define(Flóres Uribe, 2015, pág. 68) que *“los medios publicitarios que se pueden utilizar dependen en gran medida del presupuesto que disponga para dar a conocer el producto. Se pueden utilizar los medios de radio, prensa, televisión e internet.*

La publicidad es *“la economía masiva por parte de un patrocinador identificable, el cual paga para que su mensaje sea entregado a través de los medios de gran alcance, con el fin*

de informar o persuadir al público acerca de un producto, servicio”(Luna González, 2014, pág. 18).

Los dos autores antes mencionados coinciden en que la publicidad se refiere a los medios que son elementos muy importantes en los cuales se puede dar a conocer a la comunidad en general sobre el producto, sobre sus características o valores agregados y para esto utilizan medios de información como redes sociales, volantes, radios, prensas y TV.

2.9.5. Estructura Organizacional

Definen que *“el estudio organizacional tiene por objeto determinar las necesidades de carácter administrativo y legal que se precisan para la organización y funcionamiento del proyecto de negocio”*(Torres Dujisin, 2015, pág. 123).

La estructura organizacional permite verificar las diferentes funciones de la empresa y el desempeño en la parte de Talento Humano, así como mirar las habilidades y aptitudes que posee cada trabajador, de esta manera se podrá identificar el trabajo de cada uno de ellos en el proceso de transformación de un nuevo producto, así también la empresa debe contar con manuales de funciones para cada departamento con sus respectivas responsabilidades y funciones a cumplir.

2.9.6. Organigrama

Dice que *“representa en forma gráfica simplificada total o parcial, la estructura de una organización en termino de unidades, sectores o puestos de trabajo y de las relaciones existentes entre ellos”*(Guilli, 2017, pág. 125).

El organigrama es el instrumento donde se puede verificar la estructura del cómo es la empresa, bases legales, normativas, leyes, y si cuentan con manual de funciones.

2.9.7. Misión

Define que la *“es una declaración de la razón de la razón de ser de la organización. La misión se escribe con frecuencia en términos de los clientes generales a quienes atienden”*(Bohlander, 2013).

Menciona que *“la misión de una empresa es la razón de ser, es el propósito o motivo por el cual existe y por lo tanto da sentido y guía las actividades de la empresa”*(Palacio, 2015, pág. 60).

Tanto Bohlander y Palacio coinciden en que la misión es la razón de ser de la empresa, del porque se fundó o para qué y qué desean mejorar.

2.9.8. Visión

Define que la visión *“es la declaración amplia y suficiente de a dónde quiere la empresa o negocio estar dentro de cinco o más años. Debe ser estimulante, amplia, inspiradora, conocida y que promueve la pertenencia de todos los miembros de la organización o negocio”*(Palacio, 2015, pág. 61).

“Como la declaración que determina a donde queremos llegar en el futuro”(Martínez Pedròs & Artemio Milla, 2012, pág. 22).

Tanto Palacios y Martínez coinciden que visión es a dónde se quiere llegar como empresas, como emprendimiento.

2.9.9. Principios y Valores

Define que los principios y valores *“son las creencias y valores que guían o inspiran la vida de una organización o negocio, definen lo importante para una empresa, guían el actuar de las personas y la sociedad”*(Palacio, 2015, pág. 62).

Como empresa se debe contar con principios y valores para el reconocimiento a nivel local o nacional.

2.9.10. Políticas

Mencionan que *“las políticas sirven para guiar las acciones y decisiones requeridas para lograr los objetivos. Las políticas establecen las condiciones de contorno para que las acciones y decisiones se encausen por un camino concreto en busca de los objetivos. Las políticas permiten a la dirección operar sin su constante intervención y, una vez establecidas, permiten a otros trabajar con un sistema sin solicitar decisiones o consejos de sus superiores”*(Palacio, 2015, pág. 63).

La empresa debe contar con políticas muy bien establecidas, y los trabajadores acatarlas para así también mantener un buen ambiente laboral.

2.9.11. Impactos

(Flóres Uribe, 2015) Define a los *impactos* *“como viabilidad del proyecto; este término abarca aspectos diferentes al financiero. En la evaluación de un proyecto, debe estudiarse las siguientes viabilidades:*

- ✓ **Viabilidad técnica (Impacto Tecnológico):** determina si física y materialmente, con la maquinaria, el equipo y la tecnología a aplicar, se puede desarrollar el plan de negocio.
- ✓ **Viabilidad legal (Impacto Político):** hace referencia al análisis y determinación de los aspectos legales que afectan la instalación y operación del plan de negocio.
- ✓ **Viabilidad financiera(o económica) (Impacto Económico):** hace referencia al proceso de definir mediante la aplicación de criterios financieros y económicos si el plan de negocio es recomendable desde el punto de vista de rentabilidad.

- ✓ **Viabilidad social (Impacto social):** determina cuales son los beneficios que trae la puesta en marcha del plan de negocio, tanto para los inversionistas y para sus trabajadores, como para la comunidad y para el país.

Flores da a conocer qué impactos existen, cómo se podría mejorar con la implantación del proyecto y qué vías se deben seguir para mitigar el impacto negativo que se proyecte que se podrían ocasionar con la realización del proyecto.

2.9.12. VAN

Menciona que *“es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión”*(Torres Dujisin, 2015, pág. 162).

Define que *“se refiere a la rentabilidad neta que obtenemos de una inversión que nos genera unos rendimientos de forma periódica”*(Collazos, 2016, pág. 520).

Según (Rodríguez Franco, Rodríguez Jiménez, & Pierdant Rodríguez, 2014, pág. 248) el VAN” *valor obtenido actualizado, separado para cada año(o periodo de vida del proyecto) la diferencia entre todas las entradas (ingresos) y salidas (egresos) de efectivo que se suceden durante la vida de un proyecto a una tasa de interés fija”*.

Torres, Collazos, Rodríguez Rodríguez, & Pierdant llegan a definir el VAN como el instrumento que permite ver desde cualquier ángulo y verificar la viabilidad económica del proyecto y además calcular si alcanzará a cubrir la inversión inicial.

2.9.13. TIR

“La TIR es el tipo de interés efectivo de una operación, y se define como el tipo de interés que hace que una serie de flujos monetarios futuros-en diferentes tiempos, tanto positivo como negativos, hace que el Valor Actual Neto sea cero”(Collazos, 2016, pág. 519).

Podemos definir entonces *“la TIR como la tasa de interés que hace el VPN=0, o también, la tasa de interés que iguala el valor presente de los flujos descontados como la inversión”*(Meza Orozco, 2010, pág. 165).

La TIR es la clave al momento de tomar una decisión para poder verificar si es viable invertir en dicho proyecto, pues de los resultados que se obtengan, se analizará la situación económica.

2.9.14. Relación Beneficio- Costo

Manifiesta que *“el método de la relación beneficio-costos se sustenta en la razón de los beneficios y los costos asociados de un proyecto. Por ejemplo, un proyecto particular se considera relevante cuando sus beneficios superan o exceden a los costos”*(Collazos, 2016) .

2.9.15. Periodo de Recuperación de la Inversión

Refiere a que *“su cálculo expresa en que año dentro del resultado obtenido del flujo de fondo totalmente neto se recuperara la inversión”*(Flóres Uribe, 2015, pág. 150).

2.9.16. Punto de Equilibrio

Define que *“este instrumento de análisis sirva para identificar, en los períodos proyectados, cual es el volumen de ventas necesarias para el plan de negocio no pierda ni gane dinero”*(Flóres Uribe, 2015, pág. 148).

El la cantidad que se debe vender para no perder ni ganar en el periodo proyectado.

2.9.18. Estudio financiero

Establece que *“los objetivos del estudio financiero son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad”*(Sapag Chain & Sapag Chain, 2008).

El autor Sapag y Sapag coincide que el estudio financiero es una herramienta muy importante en el camino y la vida del proyecto debido a que esto permitirá mirar el ritmo en que va desarrollándose el proyecto. La proyección financiera permitirá ver de manera minuciosa el comportamiento del emprendimiento y se podrán tomar decisiones correctas para evitar cualquier fracaso o inconveniente.

2.9.19. Estados financieros

“Los Estados financieros es información integrada que forzosamente produce la contabilidad, indispensablemente para la administración, desarrollo de las organizaciones. Por lo tanto, debe ser registrada, procesada y concentrada para uso de la dirección y demás áreas que conforman la entidad, y distintas dependencias de gobierno, para verificar el correcto cumplimiento de sus atribuciones”(Guerrero Reyes & Galindo Alvarado, 2014, pág. 46).

El autor Guerrero & Galindo define los estados financieros como un estándar importante que permite que la empresa lleve de manera ordenada los registros de las transacciones o procesos para poder verificar la veracidad del cumplimiento legal y los principios de contabilidad.

2.9.20. Balance de Situación Financiera

“Este estado financiero (anteriormente conocido como Balance General), al cual denominaremos ESF, tiene como propósito describir todo lo que tiene la firma y las deudas que contrajo para adquirirlos”(Lira Briceño, 2016, pág. 20).

El autor Lira menciona que el estado de situación financiera es el balance que refleja las obligaciones de la empresa, es decir muestra sus activos y pasivos, dentro de esto también están las deudas con terceras personas y créditos bancarios, este balance permitirá determinar si el proyecto es responsable.

2.9.21. Estado de Resultados

“El Estado de Resultados (ER), anteriormente conocida como Estado de Ganancias y Pérdidas, es el principal instrumento que se utiliza para medir la rentabilidad de una empresa a lo largo de un periodo”(Lira Briceño, 2016, pág. 23).

“Este estado financiero básico tiene como propósito calcular la utilidad o pérdida que produce una empresa o un proyecto de inversión durante un ciclo contable”(Meza Orozco, 2010, pág. 248).

Tanto Lira y Meza concuerdan con los conceptos de que el balance de resultados refleja si la empresa obtuvo ingresos por ventas u originó gastos para la producción del bien o servicio, esto quiere decir si en el periodo se obtuvo ganancia o pérdida y tomar decisiones correctas, se utiliza cada balance para ver qué tan fiable es el emprendimiento.

2.9.22. Estado de Flujo de Caja

Se refiere *“a las entradas y desembolsos que tiene una empresa en un intervalo de tiempo determinado, en donde los flujos positivos representan las entradas y los negativos representan desembolsos”* (Flores, 2010).

“El flujo de caja del proyecto incluye los ingresos y egresos cuando se presenta la entrada y salida de efectivo, no obstante que se excluyen algunos desembolsos tales como los intereses, amortización de préstamos y se incluye para efectos tributarios, egresos que no constituyen desembolso de efectivo como la depreciación y amortización”(Meza Orozco, 2010, págs. 249-250).

Flores y Meza concuerdan en que el flujo de efectivo, es analizar la viabilidad financiera desde el punto de vista del dinero en efectivo que posee la empresa y si existe suficiente circulante poder cumplir con las obligaciones como empresa.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El estudio de mercado es la parte más importante para el proceso de la investigación, ya que de esta manera se puede identificar la demanda insatisfecha en el mercado, con el fin de comprobar la calidad y cantidad de producto de dicha demanda, también para determinar precios y la forma de venta, se realizará estrategias para captación de clientes, que permita garantizar la elaboración y comercialización del producto de calidad.

3.2. Objetivo general

Elaborar un estudio de mercado que permita determinar la aceptabilidad del emprendimiento en la zona a través del uso de herramientas de investigación necesarias para la recopilación de información, así como reconocer las características de la oferta y la demanda y demás P de marketing del mercado meta.

3.2.1. Objetivo específico

- ✓ Identificar la demanda de producción de instrumentos de viento en Bambú en la Comunidad de Pucará.
- ✓ Determinar la oferta existente de instrumentos de viento en Bambú en Pucará.
- ✓ Identificar la producción de productos similares
- ✓ Identificar la plaza de comercialización
- ✓ Establecer el precio del producto
- ✓ Determinar canales de promoción
- ✓ Determinar los medios de publicidad para el producto.

3.2.2. Variables e indicadores del Estudio de Mercado

Tabla 5 Variables e indicadores del Estudio de Mercado

Variable	Indicadores
Demanda	<ul style="list-style-type: none">✓ Disposición de compra de instrumentos✓ Edad promedio del precio de demanda✓ Genero del promedio demandante✓ Frecuencia de compra✓ Nivel de aceptación✓ Historial de adquisición del producto
Oferta	<ul style="list-style-type: none">✓ Tipo de instrumentos✓ Total de productores de instrumentos de viento en Imbabura
Producto	<ul style="list-style-type: none">✓ Características que debe tener el producto✓ Instrumentos más adquiridos✓ Conocimiento del producto
Plaza	<ul style="list-style-type: none">✓ Lugar de adquisición
Precio	<ul style="list-style-type: none">✓ Precio de compra✓ Precio de venta
Promoción	<ul style="list-style-type: none">✓ Tipo de promoción
Publicidad	<ul style="list-style-type: none">✓ Medios de comunicación

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 6 Matriz de variables del estudio de mercado

Objetivo específico	VARIABLES	Indicadores	Instrumentos	Tipo	Fuentes de información
Identificar la demanda de producción de instrumentos de viento en Bambú en la Comunidad de Pucara.	Demanda	✓ Disposición de compra de instrumentos	Primaria	Encuesta	Población del Cantón Antonio Ante
		✓ Edad promedio del precio de demanda			
		✓ Genero del promedio demandante			
		✓ Frecuencia de compra			
		✓ Nivel de aceptación			
		✓ Historial de adquisición del producto			
Determinar la oferta existente de instrumentos de viento en Bambú en Pucara.	Oferta	✓ Tipo de instrumentos	Primaria Secundarias	Encuesta Entrevista	Productores del cantón Otavalo
		✓ Total de productores de instrumentos de viento en Imbabura especialmente en el cantón Otavalo			
Identificar la producción de productos similares	Producto	✓ Características que debe tener el producto	Primaria Secundarias	Encuesta	Población del Cantón Antonio Ante
		✓ Instrumentos más adquirido			
Identificar la plaza de comercialización	Plaza	✓ Conocimiento del producto	Primaria	Encuesta	Población del Cantón Antonio Ante
		✓ Lugar de adquisición			
Establecer el precio del producto	Precio	✓ Precio de compra	Primaria	Encuesta	Propietarios de negocios similares del Cantón Otavalo
		✓ Precio de venta	Primaria		
Determinar canales de promoción y publicidad para nuestro producto.	Promoción	✓ Tipo de promoción	Primaria	Encuesta	Población del Cantón Antonio Ante
Determinar los medios de publicidad para nuestro producto.	Publicidad	✓ Medios de comunicación	Primaria	Encuesta	Población del Cantón Antonio Ante

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborada por: Blanca Montalvo

3.3. Identificación de la población

La población a investigar serán los posibles compradores del producto, la población económicamente activa de la parroquia de San Roque es de un total de 11432 habitantes según los datos del INEC del censo 2010 y proyectando para el año 2017 que refleja en el siguientes cuadro tomando como referencia el índice de crecimiento 1.83% de la parroquia de San Roque para el año 2017.

Tabla 7 Identificación de la población

Censo 2010	Año	Crecimiento poblacional	%
	2013	10914	1.96%
	2014	11116	2.00%
	2015	11322	2.03%
	2016	11531	2.08%
	2017	11745	2.11%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborada por: Blanca Montalvo

3.3.1. Identificación de la muestra

Para la muestra se tomará del total de la población de la parroquia de San Roque que es de 11745 habitantes para el año 2017, los cuales serán los posibles compradores de nuestro producto que es instrumentos de viento en Bambú.

3.3.2. Cálculo del tamaño de la muestra

Para poder determinar los posibles compradores se aplica la siguiente fórmula para obtener el total de encuestas a aplicar para la investigación.

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

Donde

N=Población

Z=Nivel de confianza

σ^2 =Varianza

E=Error

n=Tamaño de la muestra

$$= \frac{1.96^2 (0.25)(11745)}{0.05^2(11745 - 1) + 1.96^2 (0.5)^2}$$
$$= 372$$

3.4. Fuente de información

3.4.1. Encuesta

La encuesta se realizará a la población de la Parroquia de San Roque y a las Comunidades de los alrededores.

3.4.1.1. Entrevista

Para la entrevista se escogió a tres propietarios de la producción y comercializadora de instrumentos de viento en bambú del Cantón Otavalo como son: Ñanda Mañachi de Peguche y del sector Cardón Bajo Jary y Quishpe.

3.4.1.2. Resultados de la investigación

La presente encuesta tiene como finalidad conocer la factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Instrumentos de Viento en Bambú en la Comunidad de Pucará de San Roque.

1. Está dispuesto a comprar los instrumentos de viento.

Tabla 8 Disposición de compra

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	314	84
No	58	16
TOTAL	372	100

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

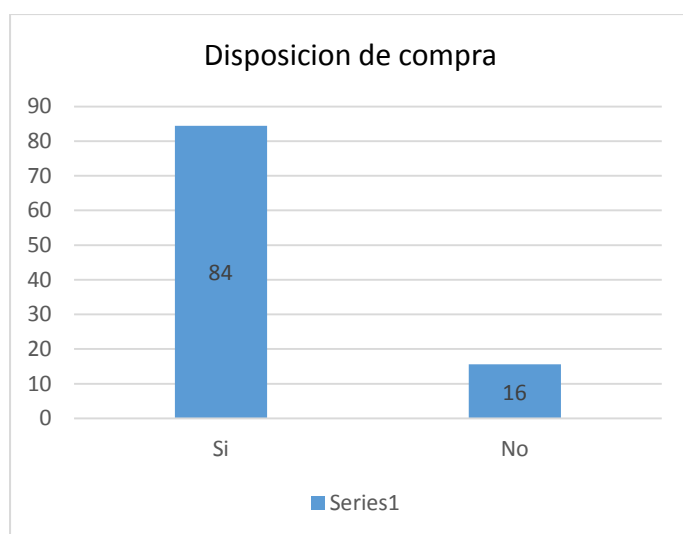


Figura 9 Disposición de compra

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

Análisis

Los instrumentos de viento son parte de un rescate cultural y sí los compran aunque no a menudo, en el cantón lo adquieren por las festividades del Inty Raymi, también dentro de la cultura indígena lo adquieren para los hijos, existiendo aún la discriminación de que las mujeres no pueden utilizar este tipo de instrumentos, mencionan que dentro de la ciudad de Atuntaqui lo adquieren para quienes están siguiendo cursos de música o en colegio y aún si es para los conservatorios, mencionan que falta un lugar donde se pueda comprar a nivel local por lo que se trasladan a Otavalo.

2. Con que frecuencia usted compraría los instrumentos de viento en bambú.

Tabla 9 Frecuencia de compra

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Cada mes	81	22
Cada 3 meses	132	35
Cada 6 meses	64	17
Cada año	95	26
TOTAL	372	100

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

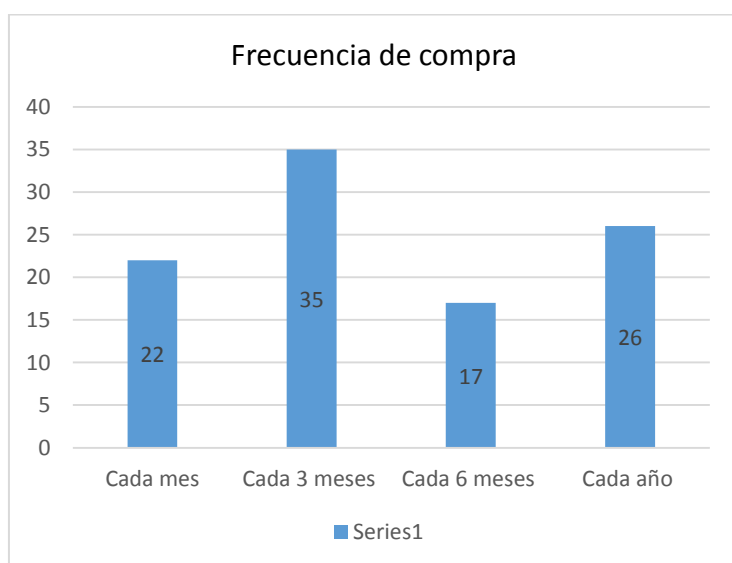


Figura 10 Frecuencia de compra

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

Análisis

Los resultados reflejan que la frecuencia de compra es variada, pues cada persona compra en diferentes fechas dependiendo de las necesidades de cada uno. Sin embargo, la mayoría de encuestados muestran que estos instrumentos serían adquiridos trimestralmente.

3. Está de acuerdo con la Creación de la Microempresa Productora y Comercializadora de Instrumentos de Viento en Bambú.

Tabla 10 Está de acuerdo con la Creación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	339	91
No	33	9
TOTAL	372	100

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

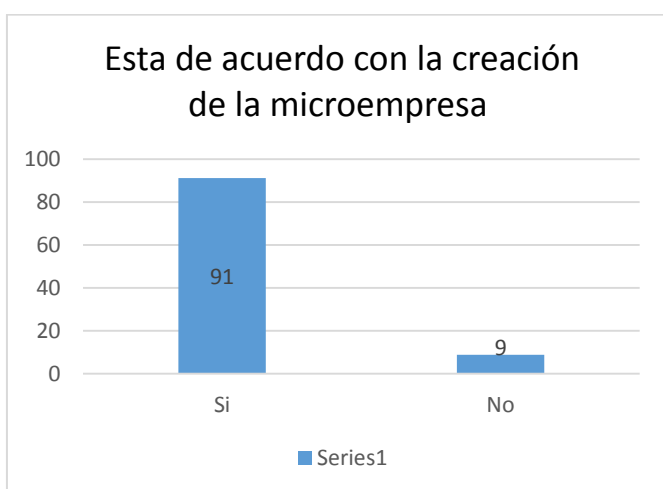


Figura 11 Está de acuerdo con la Creación

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

Análisis

Según los resultados obtenidos, existirá una gran acogida del proyecto, esto debido al hecho de ser único en el Cantón Antonio Ante, pues la población manifiesta que no existe un negocio que se dedique exclusivamente a la fabricación de este tipo de instrumentos por lo que sería beneficioso para la economía del inversionista.

4. Conoce que tipo de instrumentos de viento existe.

Tabla 11 Tipo de instrumentos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	153	41
No	219	59
TOTAL	372	100

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

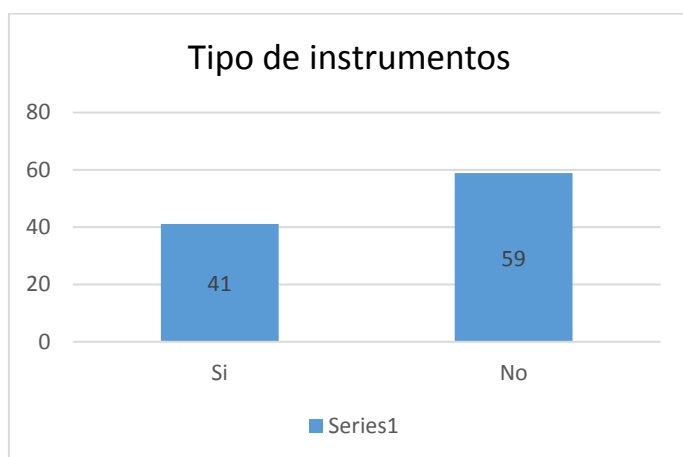


Figura 12 Tipo de instrumentos

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta se obtuvo la información de que la mayor parte desconoce los tipos de instrumentos de vientos existentes, pues mencionan que sólo conocen la más común que es la quena, zampoñas, rondadores y flauta de pan. Existen muchos de estos instrumentos pero las personas desconocen su material, naturaleza y proceso de elaboración, lo que significa que para la implementación del proyecto se deberá informar a los posibles clientes sus bondades, características y calidad.

5. Qué tipo de instrumentos usted quisiera adquirir.

Tabla 12 Tipo de instrumentos usted quisiera adquirir

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Quena	600	32.8
Zampoña	300	16.4
Sikus	250	13.6
Rondadores	200	10.9
Flauta de pan	50	2.7
Decorativos	50	2.7
Pallas	50	2,7
Quenillas	30	1.6
Llaveros	25	1.4
Chulis	50	2.7
Quillas	30	1.6
Antaras	30	1.6
Antaritas	30	1.6
Maltas	40	2.2
Bajones bastos	40	2.2
Quenachos	40	2.2
Flauta de Pan con corcho	10	1.1
TOTAL	1825	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborada por: Blanca Montalvo

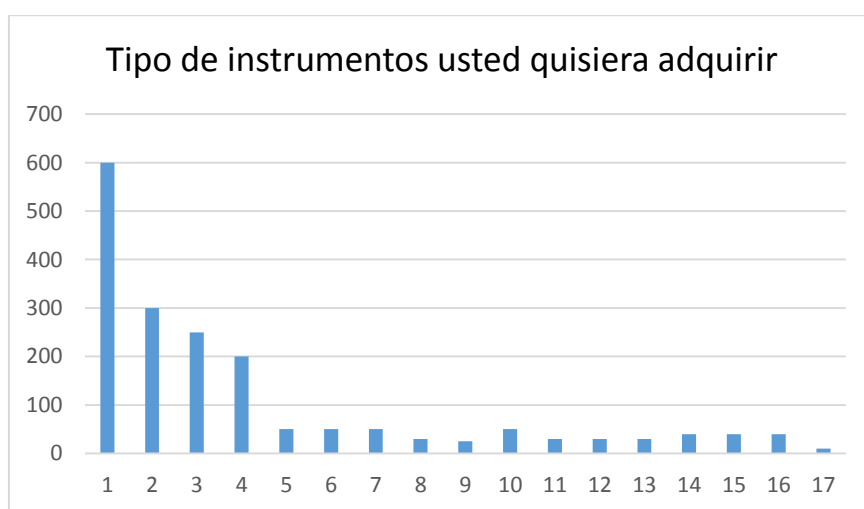


Figura 13 Tipo de instrumentos usted quisiera adquirir

Fuente: Investigación de Campo

Elaborada por: Blanca Montalvo

Análisis

Estos datos de la encuesta permiten ayudar a determinar los tipos de instrumentos más solicitados, por ello es necesario conocer las preferencias de los clientes, por tanto según los resultados que se obtuvieron los instrumentos por lo que se inclina gran aparte de la población son: la quena, zampoña, rondadores y flauta de pan.

6. En que material desearía.

Tabla 13 Material

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Bambú (caña de guadua)	243	65
Madera	108	29
Metal	21	6
TOTAL	372	100

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

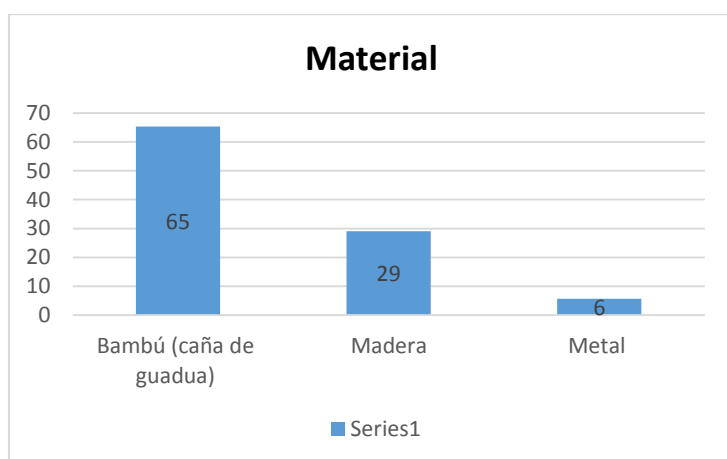


Figura 14 Material

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

Análisis

Las personas compran instrumentos elaborados en este tipo de material, ellos manifiestan que en gran parte de lugares existen instrumentos de viento en bambú que son fáciles de conseguir y son aparatos muy útiles, en el caso de los indígenas compran para hacer música.

7. Que aspecto tomaría en cuenta para la compra.

Tabla 14 Aspecto tomaría en cuenta para la compra

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Calidad	111	30
Diseño	106	28
Precio	65	17
Todas las anteriores	90	24
TOTAL	372	100

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

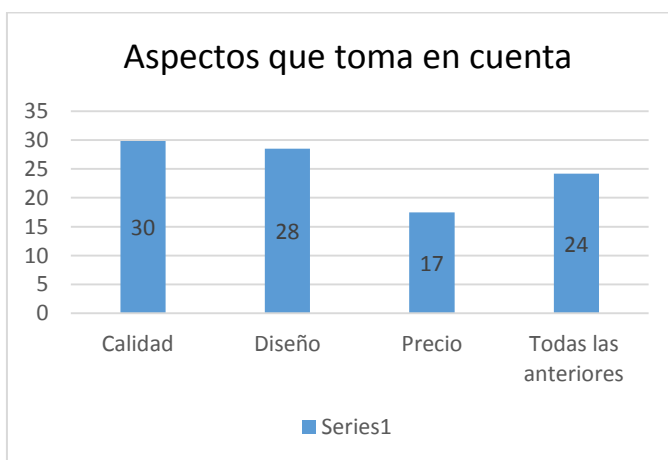


Figura 15 Aspecto tomaría en cuenta para la compra

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

Análisis

Para la compra del instrumento de viento se toma en cuenta la calidad que es la parte fundamental de un buen trabajo y del producto, dentro de esto está la materia prima, la calidad de la mano de obra, también se podría decir el diseño, esto también depende de la economía, todos los factores son de suma importancia para la elaboración del producto final y se debe tomar en cuenta todos los rangos.

8. Tiene conocimiento de lo que son instrumentos de viento en bambú.

Tabla 15 Conocimiento del instrumento

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	309	83
No	63	17
TOTAL	372	100

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

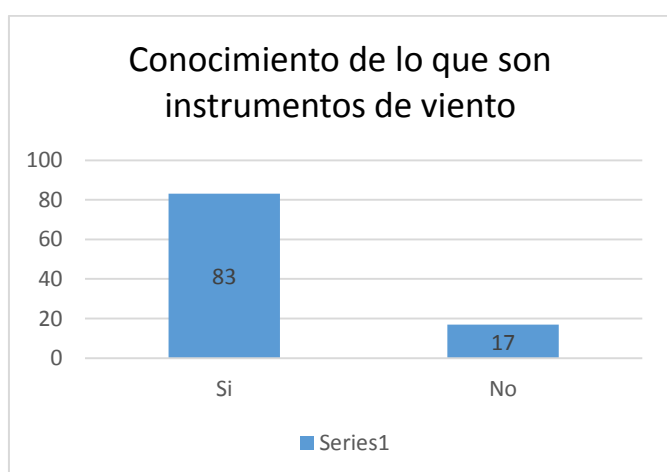


Figura 16 Conocimiento de lo que son instrumentos de viento

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

Análisis

La población del Cantón Antonio Ante tiene conocimiento de lo que son instrumentos de viento en su gran mayoría, también dentro de esto existe un grupo de personas que no conocen sobre los instrumentos ancestrales, las riquezas que se guardan y que ahora podría existir declive por la falta de información de sus padres.

Es muy útil la investigación realizada ya que a través de este medio se puede llegar a conocer el porcentaje de las personas que desconocen sobre las raíces ancestrales como músicas folclóricas.

9. En qué lugar le gustaría adquirir.

Tabla 16 Lugar de adquisición

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Mercado	76	20
Tiendas exclusivas	136	37
Ferias artesanales	160	43
TOTAL	372	100

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

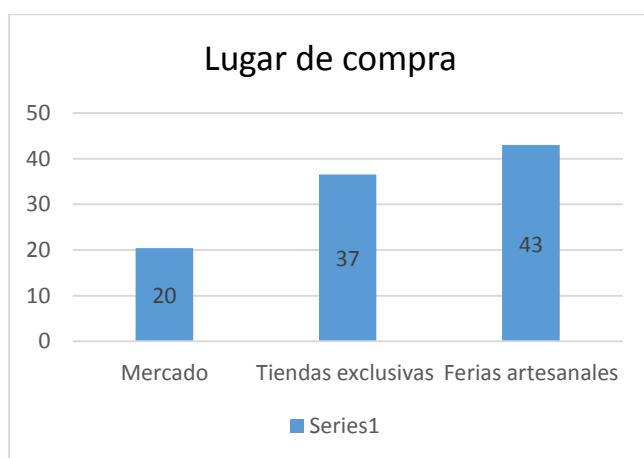


Figura 17 Lugar de compra

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

Análisis

Las personas manifiestan que sería genial que existiera en el Cantón Antonio Ante un lugar de ferias artesanales los fines de semana y que los visitantes se acercarían y lo podrían adquirir, o también podría ser otra alternativa de abrir tiendas exclusivas donde exista solo estos tipos de instrumentos de viento en bambú y que se puede acercarse los días que uno necesite, para esto en la ciudad de Atuntaqui se buscaría un lugar de afluencia para abrir un nuevo local donde la gente podría visitar y ser reconocido por la ciudadanía en general y turistas.

10. En qué tipo de presentación desea el instrumento.

Tabla 17 Presentación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Caja	61	16
Fundas	121	33
Estuches	190	51
TOTAL	372	100

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

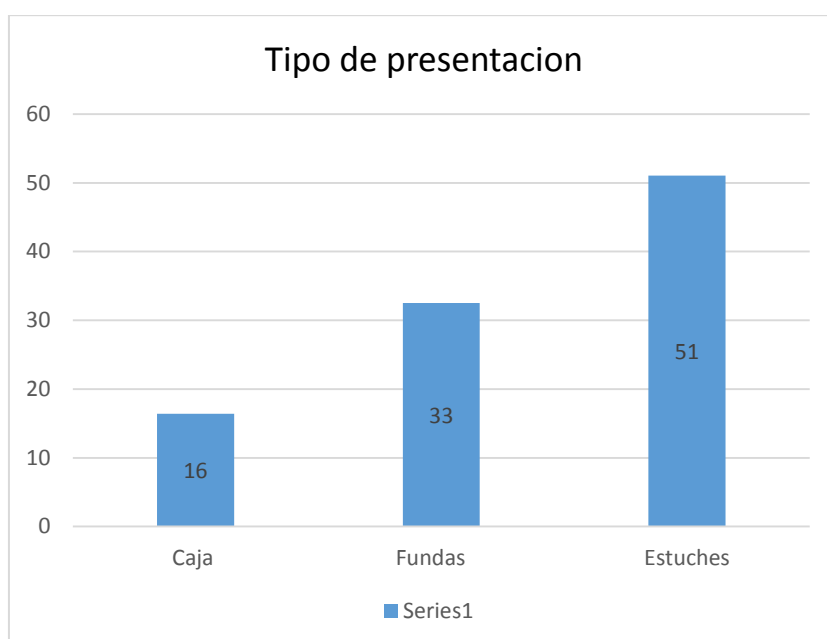


Figura 18 Tipos de presentación

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

Análisis

En la venta de instrumentos de viento en bambú, la mayoría de los habitantes desean un estuche, por el hecho de tener bien guardado al implemento para que al caerse no se rasgue las esquinas o se rompan, también es por la facilidad de poder llevarlo de manera fácil, también existen personas que no le interesa la presentación, en cambio los turistas desean que se lo den en cajas ya que ellos lo utilizan o lo compran para decoración de sus hogares.

11. Le gustaría adquirir cuando existan promociones.

Tabla 18 Cuando existan promociones

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	282	76
No	90	24
TOTAL	372	100

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo



Figura 19 Adquiriría si existiera promoción

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

Análisis

Los habitantes manifiestan que si sería conveniente que existieran promociones, como productor comerciante directo de los instrumentos de viento en bambú por la compra de un producto cualquiera se obsequiará llaveros fabricados en bambú.

12. Qué precio está dispuesto a pagar por el instrumento de viento en bambú.

Tabla 19 Precios que están dispuestos a pagar

Alternativas	Frecuencia	Dólares
Quena	50	20
Zampoñas	50	20
Sikus	50	15
Rondadores	40	20
Flauta de Pan	20	20
Decorativos	20	2
Pallas	20	8
Flauta de Pan con corchos	12	150
Llaveros	15	1
Quillas	15	15
Antaras	15	15
Antaritas	15	15
Maltas	10	15
Bajones o bastos	10	20
Chulis	10	12
Quenillas	10	15
Quenachos	10	20

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

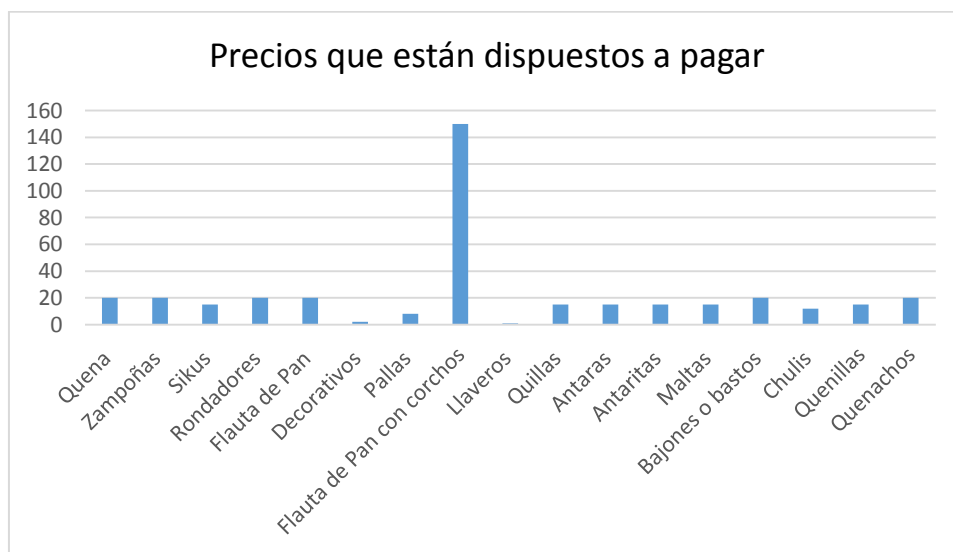


Figura 20 Precios que están dispuestos a pagar

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

Análisis

La población encuestada está dispuesta a pagar por cada producto de acuerdo a la tabla que refleja el precio para cada instrumento, el proyecto planteada dará costos para cada uno tomando en cuenta todos los costos incurridos en el emprendimiento.

13. Que medios de comunicación prefiere que se informe del producto.

Tabla 20 Medios de comunicación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Volantes	100	27
Internet	177	48
Periódico	95	25
TOTAL	372	100

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

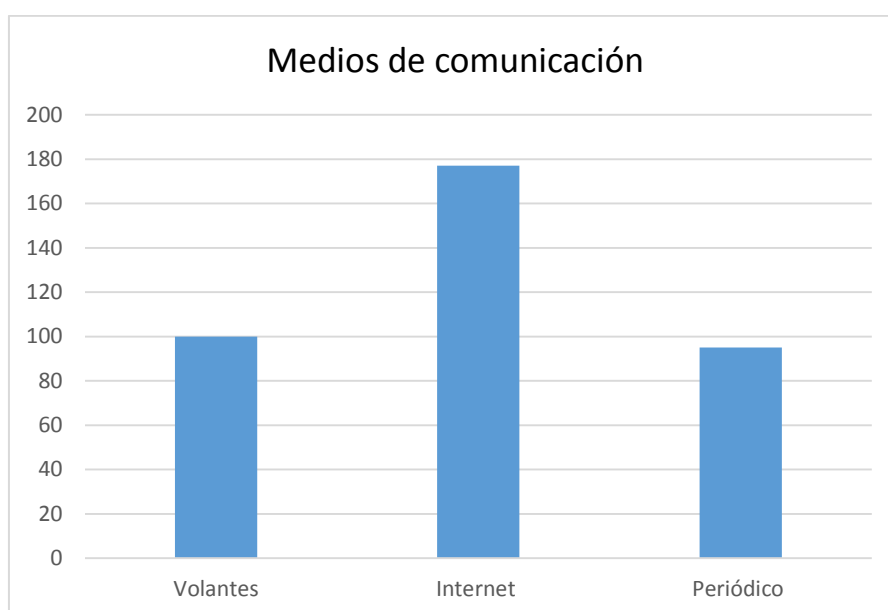


Figura 21 Medios de comunicación

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: Blanca Montalvo

Análisis

La población prefiere que se difunda la información del producto de manera directa, pues así aclaran las dudas que este tenga respecto a este tipo de instrumentos. Esta estrategia de difusión y promoción permite estar en contacto con los posibles clientes, conociendo su comportamiento frente al producto ofertar.

3.5. Identificación del producto

3.5.1. Mercado meta

El mercado meta al cual va dirigido el producto, será al Cantón Antonio Ante a los turistas nacionales y extranjeros, si se llegara a tener rentabilidad se introducirá a nuevos mercados en otras ciudades donde exista la posibilidad de adquisición de este producto.

3.5.2. Análisis de la demanda

Para el proyecto la demanda corresponde a aficionados de la música con instrumentos de viento, no es necesario existir división entre la etnia indígena y mestiza ya que de estos están conformado el Cantón Antonio Ante, todos están dispuestos a adquirir no solo por el hecho de ser músicos sino por la voluntad de fortalecer las tradiciones y culturas perdidas de los antepasados y revivir lo perdido.

En la actualidad no se cuenta con datos históricos de la demanda de instrumentos de viento en bambú, por lo tanto, para su cuantificación se decide tomar como base los datos de investigación.

3.5.3. Identificación actual de la demanda

Para sacar la demanda de los instrumentos de viento en bambú se toma como dato la encuesta realizada a la población, específicamente se toma en cuenta la pregunta 12 donde menciona la frecuencia con la que adquieren el producto:

Tabla 21 Identificación de la actual demanda

Mercado meta	70% va a adquirir	Disponibilidad de compra en %	Disponibilidad de compradores	Periodo de compra		Compra en unidades	Demanda anual en cantidades
11754	8.228	22	1810	Cada mes	12	1	21720
		35	2880	Cada 3 meses	4	1	11520
		17	1399	Cada 6 meses	2	1	2798
		26	2239	Cada año	1	1	2239
		100					38.277

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 22 Demanda según el tipo de instrumento

Instrumentos	% según la clase de instrumento	Demanda anual según el tipo de instrumento
Quena	0.12	4593,24
Zampoña	0.12	4593,24
Sikus	0.06	2296.62
Rondadores	0.12	4593,24
Flauta de pan	0.10	3827.70
Decorativos	0.05	1913.85
Pallas	0.05	1913.85
Quenillas	0.05	1913.85
Llaveros	0.02	765.54
Chulis	0.02	765.54
Quillas	0.04	1531.08
Antaras	0.04	1531.08
Antaritas	0.04	1531.08
Maltas	0.04	1531.08
Bajones bastos	0.02	765.54
Quenachos	0.04	1531.08
Flauta de Pan con corcho	0.07	2679.39
Total	1.00	38277

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborada por: Blanca Montalvo

3.5.4. Proyección de la demanda

Para establecer la compra futura de instrumentos de viento en bambú, se aplica la tasa proyectada al año 2017 del 2.5% ya que no existen datos reales del INEC, solo existen hasta el año 2010, por lo que fue necesario hacer la proyección al año actual debido a que la población crece con esta tasa.

Tabla 23 Futuras demanda de instrumentos de viento en bambú

Años	Futuras demanda de instrumentos de viento en bambú
2019	39.234
2020	40.215
2021	40.220
2022	41.251
2023	42.282

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborada por: Blanca Montalvo

Futura demanda de cada tipo de instrumentos de viento en bambú 2.5% del año 2017 proyectado al año 2023

Tabla 24 Futuras demandas

Instrumentos de Viento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Quena	4593,24	4690.15	4789,11	4890,16	4993,34
Zampoña	4593,24	4690.15	4789,11	4890,16	4993,34
Sikus	2296.62	2345.09	2394,57	2445,10	2496,69
Rondadores	4593,24	4690.15	4789,11	4890,16	4993,34
Flauta de pan	3827.70	3908.46	3889,22	3973,39	4057,23
Decorativos	1913.85	1954.23	1994,61	2036,70	2079,67
Pallas	1913.85	1954.23	1994,61	2036,70	2079,67
Quenillas	1913.85	1954.23	1994,61	2036,70	2079,67
Llaveros	765.54	781.69	798,18	815,02	832,22
Chulis	765.54	781.69	798,18	815,02	832,22
Quillas	1531.08	1563.39	1596,38	1630,06	1664,45
Antaras	1531.08	1563.39	1596,38	1630,06	1664,45
Antaritas	1531.08	1563.39	1596,38	1630,06	1664,45
Maltas	1531.08	1563.39	1596,38	1630,06	1664,45
Bajones bastos	765.54	781.69	798,18	815,02	832,22
Quenachos	1531.08	1563.39	1596,38	1630,06	1664,45
Flauta de Pan con corcho	2679.39	2735.93	2793,66	2852,61	2912,80

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborada por: Blanca Montalvo

3.5.5. Análisis de la oferta

La oferta está representada por los productores de instrumentos de viento en bambú del Cantón Otavalo, esta investigación permitirá determinar si existe una oferta significativa, para esto se realizó la entrevista a los 4 productores de instrumentos de viento.

3.5.6. Datos históricos de la oferta de instrumentos de viento

Tabla 25 Datos históricos de la oferta

Propietarios	Producción Año 2016	Producción Año 2017	Tasa De Crecimiento
Instrumentos de viento Kjary	6500	7200	1.108
Instrumentos de viento Quishpe	8000	8400	1.05
Instrumentos de viento Ñanda Mañachi	8000	8400	1.05
Instrumentos de viento Lampa	7000	8400	1.20
Total	29.500	32.400	1.098

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborada por: Blanca Montalvo

3.5.6.1. Tasa de crecimiento

La tasa de crecimiento es de 1,098% que se obtiene del cálculo de la comparación de la producción del año 2016 con el 2017.

3.5.7. Identificación de la oferta actual

Mediante la entrevista aplicada a los productores específicamente con la pregunta 7 sobre cuántas unidades producen anualmente de instrumentos de viento en bambú.

Resultados de los datos obtenidos mensualmente:

Tabla 26 Identificación de la oferta actual

Taller	Cantidad mensual	Cantidad anual
Instrumentos de viento Kjary	600	7200
Instrumentos de viento Quishpe	700	8400
Instrumentos de viento Ñanda Mañachi	700	8400
Instrumentos de viento Lampa	700	8400
Total	2700	32400

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborada por: Blanca Montalvo

3.5.8. Proyección de la oferta

Para proyección de la oferta de instrumentos de viento en bambú, se ha aplicado el índice de crecimiento semejante a la demanda, si crece la compra debe aumentar la venta, si existiese estas necesidades debe existir una solución a ella, con esta indicación se aplicó el 1.098% que representa el crecimiento anual de la producción y comercialización de los instrumentos de viento en bambú a continuación los resultados:

Tabla 27 Proyección de la oferta

Años	Proyección de la oferta de instrumentos de viento en unidades
2019	32.756
2020	33.116
2021	33.480
2022	33.848
2023	34.220

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborada por: Blanca Montalvo

3.6. Demanda potencial a satisfacer

En esta parte se analizará la oferta y la demanda de instrumentos de viento en bambú y la existencia de la oportunidad de ingreso dentro del mercado con el producto propuesto para este proyecto.

Tabla 28 Demanda potencial a satisfacer

Años	Demanda de instrumentos de viento en bambú	Oferta de instrumentos de viento en bambú	Demanda potencial a satisfacer en unidades
2019	39.234	32.756	6.478
2020	40.215	33.116	7.099
2021	40.220	33.480	6.740
2022	41.251	33.848	7.403
2023	42.282	34.220	8.062

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborada por: Blanca Montalvo

En los resultados se puede apreciar que existe una demanda potencial a satisfacer muy significativa la cual puede ser captada por el proyecto dependiendo de la capacidad productiva.

3.7. Demanda a captar por el proyecto

Considerando la capacidad instalada con la que contará el proyecto, se estima que podrá captar aproximadamente el 28% de la demanda, con un crecimiento anual del 2.5%.

Tabla 29 Demanda a captar

Años	Demanda a captar
2019	6.478
2020	7.099
2021	6.740
2022.	7.403
2023	8.062

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborada por: Blanca Montalvo

3.8. Análisis de los precios

Para los precios de instrumentos de viento se aplicó el acercamiento directo a los puestos en el Cantón Otavalo con los comerciantes del mismo producto dándonos como resultado lo refleja en la siguiente tabla.

Tabla 30 Análisis de los precios

Instrumentos de viento	2017
Quena	15,00
Rondadores	15,00
Zampoñas	15,00
Flauta de pan	15,00
Sikus	12,00
Decorativos	1,25
Pallas	6,00
Quenillas	10,00
Llaveros	0,50
Chulis	10,00
Quillas	12,00
Antaras	12,00
Antaritas	12,00
Maltas	12,00
Bajones bastos	15,00
Quenachos	15,00
Flauta de Pan con corcho	150,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborada por: Blanca Montalvo

3.9. Proyección de precios

Para la proyección del precio de los instrumentos se tomó la tasa de inflación del 2.456% anual.

Tabla 31 Proyección de precios

Instrumentos de viento	2019	2020	2021	2022	2023
Quena	15,00	15,37	15,74	16,13	16,53
Rondadores	15,00	15,37	15,74	16,13	16,53
Zampoñas	15,00	15,37	15,74	16,13	16,53
Flauta de pan	15,00	15,37	15,74	16,13	16,53
Sikus	12,00	12,29	12,60	12,90	13,22
Decorativos	1,25	1,28	1,31	1,34	1,38
Pallas	6,00	6,14	6,30	6,45	6,41
Quenillas	10,00	10,25	10,50	10,76	11,02
Llaveros	0,50	0,51	0,52	0,54	0,55
Chulis	10,00	10,25	10,50	10,76	11,02
Quillas	12,00	12,29	12,60	12,90	13,22
Antaras	12,00	12,29	12,60	12,90	13,22
Antaritas	12,00	12,29	12,60	12,90	13,22
Maltas	12,00	12,29	12,60	12,90	13,22
Bajones bastos	15,00	15,37	15,74	16,13	16,53
Quenachos	15,00	15,37	15,74	16,13	16,53
Flauta de Pan con corcho	150,00	153,68	157,46	161,33	165,29

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborada por: Blanca Montalvo

3.10. Estrategias de comercialización

3.10.1. Estrategia del producto

- ✓ Se va a hacer etiquetar y se identificará el logotipo, la marca de donde fue elaborado para que el cliente identifique el origen de los instrumentos de viento.
- ✓ Animar a los compradores a adquirir este producto, dando a conocer la procedencia, las culturas tradicionales a través de este instrumento y aún más a las personas indígenas a no desaparecer la cultura o las raíces que se están perdiéndose.
- ✓ Cada tipo de instrumentos debe cumplir con los estándares de calidad que exige los clientes y a su vez a las sugerencias de mejoras por parte de los clientes de los diferentes tipos de instrumentos.

3.10.2. Estrategias de precios

- ✓ Ofrecer a los compradores precios accesibles ya que el proyecto no contará con intermediarios.
- ✓ De manera periódica mantener los precios actualizados de acuerdo con el crecimiento de la inflación del mercado económico.

3.10.3. Estrategias de publicidad

- ✓ Se difundirá a través de las redes sociales toda la información del proyecto y la actividad a la que se dedica como los tipos de instrumentos de viento en bambú con el fin de dar a conocer el producto.
- ✓ Actualizar de manera periódica la web y mantener informados sobre los tipos de instrumentos de viento que se producen.
- ✓ Realizar afiches, en días festivos y entregar mensajes de reflexión o el calendario anual.

3.10.4. Estrategias de plaza

Este proyecto contará con un lugar para la comercialización en el Cantón Antonio Ante que se realizará de manera directa con el cliente sin que existan intermediarios.

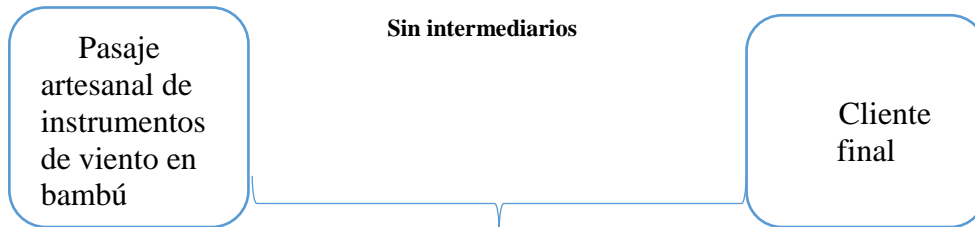


Figura 22 Estrategias de plaza

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborada por: Blanca Montalvo

3.11. Conclusiones del capítulo del estudio de mercado

- ✓ Después de haber investigado las principales variables del estudio de mercado se ha llegado a los siguientes resultados:
- ✓ Mediante la investigación de campo realizada a los compradores potenciales de instrumentos de viento comercial en bambú del cantón Antonio Ante se pudo determinar que la compra anual es de 38.277, lo que hace notar que el producto tiene gran acogida dentro del mercado generando éxito para la propuesta que son los instrumentos del viento.
- ✓ Se pudo determinar que la producción anual de instrumentos de viento en bambú es de 32400 unidades, lo que esto significa que existe aceptación de este tipo de producto en el mercado, de los talleres que se dedican a este tipo de actividad, cabe mencionar que si hubiese maquinaria automáticos que produzcan este tipo de producto la oferta sería más grande, en estos casos los talleres visitados son artesanales.
- ✓ La comercialización de los instrumentos de viento en bambú se realizará de manera directa con el comprador no existirán intermediarios, se contará con un local de venta que estará ubicado en el Cantón Antonio Ante, en la ciudad de Atuntaqui.

- ✓ La producción de instrumentos de viento en bambú estará ubicada en la Comunidad de Pucará sector Alto de San Roque que estará ubicada a 2 cuadras de la Escuela Benito Juárez.
- ✓ La oferta actual se estableció a través de entrevistas a los productores del Cantón Otavalo, esto se llevó acabo con la finalidad de conocer la producción anual y la frecuencia de compra de este tipo de producto, ya que los habitantes de Antonio Ante se trasladan a la ciudad vecina que es Otavalo para su adquisición por no existir un lugar donde adquirir este tipo de producto.
- ✓ En los talleres no existen trabajadores contratados lo realizan entre familiares.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1.Introducción

Este capítulo tiene como propósito recopilar información investigada para establecer los aspectos relevantes de una microempresa dentro de estos se encuentran: micro localización, macro localización, tamaño del proyecto, distribución de la instalación, proceso de producción y presupuesto de inversión inicial que son las partes de suma importancia para la implementación del proyecto. Cada uno de estos aspectos será estudiado detenidamente para mitigar riesgos y maximizar la estabilidad de la empresa.

4.2.Objetivo General

Elaborar un estudio técnico que permita determinar los de procesos y maquinarias necesarias para la implementación y buena marcha del emprendimiento, así como estimar el monto mediante la determinación y destino de la Inversión Inicial.

4.3.Objetivos Específicos

- ✓ Determinar la localización estratégica para el proyecto
- ✓ Estimar el tamaño del proyecto optimo
- ✓ Establecer la distribución de las instalaciones físicas
- ✓ Estructurar los procesos de producción
- ✓ Cuantificar el presupuesto de la inversión inicial y su destino

4.4.Localización del proyecto

Dentro de esto se encuentra la macro y micro localización que permite determinar los aspectos importantes que se debe tomar en cuenta para la implementación del proyecto para ver el lugar de destino final donde empezará a operar la empresa.

4.4.1. Macro localización

La macro localización del proyecto se determina en el Ecuador, provincia de Imbabura y el Cantón: Antonio Ante.

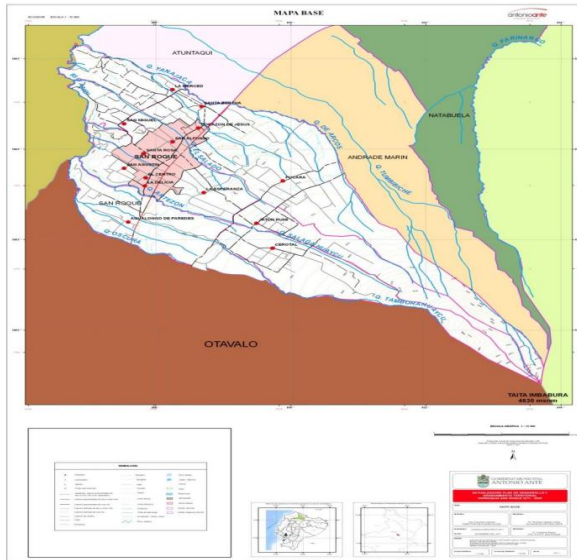


Figura 23 Mapa del Cantón Antonio Ante

Fuente: Pagina Antonio Ante
Elaborado por: GADs Antonio Ante

El Cantón Antonio Ante como macro localización por los siguientes aspectos: por su cultura, sector industrial, tradiciones y turístico.

4.4.1.1. Cantón manufacturero industrial

Antonio Ante y en especial Atuntaqui, es conocida por las Ferias Textiles, Expo Feria y Moda Verano Atuntaqui donde se ofrecen productos textiles de alta calidad y a precios competitivos que son adquiridos por turistas nacionales e internacionales

4.4.1.2. Cultural

El Cantón Antonio Ante conserva el idioma Kichwa que lo hablan hasta la actualidad, es una lengua nativa de las comunidades de alrededores del Cantón como: Natabuela, Pucará, La Esperanza, Cerotal y Agualongo de Paredes, hasta hoy existe la conservación los ritos ancestrales en las festividades, y las celebraciones por las semillas y cosechas de cada año.

4.4.1.3.Tradiciones

San Roque mantiene variedad de tradiciones entre ellas las comidas típicas, tejidos de ponchos y chales, música, juegos, agricultura y el trabajo cotidiano del pueblo indígena, en cambio la mayor parte de los Anteños se dedican a la producción industrial.

4.4.1.4.Cantón turístico

Antonio Ante es un lugar visitado por turistas locales, nacionales e internacionales que visitan la antigua Fábrica Imbabura, y por la Industrialización con maquinarias de última tecnología.

4.5. Micro localización

La micro localización para el proyecto es la Comunidad de Pucará sector Alto de la parroquia de San Roque ubicado en la calle Shyris y 23 de Septiembre.

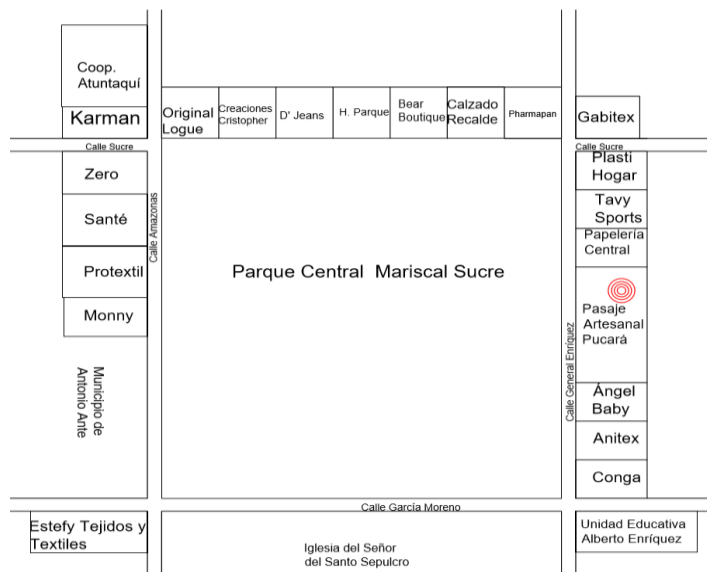


Figura 24 Instalación del local comercial de Instrumentos de Viento

Fuente: Estudio Técnico
Elaborada por: Blanca Montalvo

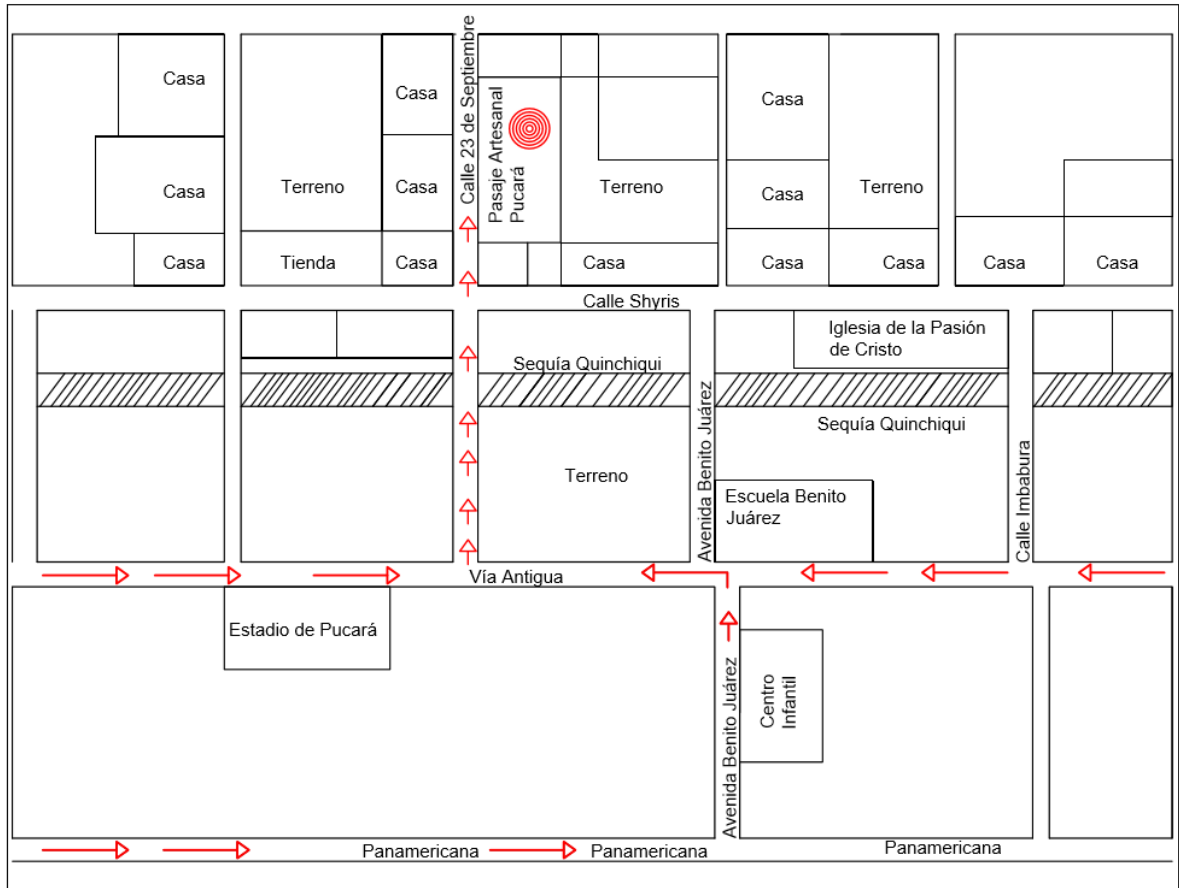


Figura 25 Croquis de la Comunidad de Pucará

Fuente: Estudio Técnico
 Elaborada por: Blanca Montalvo

4.5.1. Matriz de la micro localización

Selección de lugares

Frente al Parque Central de Atuntaqui

Sector del Santuario del Señor del Santo Sepulcro

Gad Municipal del Cantón Antonio Ante

Tabla 32 Rangos para la calificación

Rangos	
Excelente	4
Muy bueno	3
Bueno	2
Regular	1

Fuente: Estudio Técnico
 Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 33 Factores

Factores	Frente al Parque Central de Atuntaqui	Sector del Santuario del Señor del Santo Sepulcro	GADs Municipal del Cantón Antonio Ante
Afluencia de personas	0.40	0.10	0.20
Accesibilidad	0.40	0.10	0.20
Disponibilidad de espacio	0.10	0.20	0.20
Vías de comunicación	0.10	0.20	0.10
Punto de vista estratégica	0.10	0.20	0.10
Luz	0.40	0.10	0.30
Telefonía	0.40	0.10	0.20
Internet	0.40	0.10	0.20
Lugar comercial	0.40	0.20	0.20
Manejo de desechos	0.30	0.20	0.20
Ordenanza Municipal	0.20	0.20	0.30
RUC	0.20	0.20	0.10
Total	3.40	1.90	2.30

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

El lugar apropiado para la comercialización de los instrumentos de viento es al frente del parque Central en la calle General Enríquez que refleja en la tabla anterior dando un valor de 3.40 el puntaje más óptico y cumpliendo con rangos y factores para la calificación.

4.6. Tamaño del proyecto

Para definir el tamaño del proyecto se analizar los siguientes factores:

4.6.1. Existencia del mercado meta

En el cantón Antonio Ante existe demanda potencial a satisfacer.

Tabla 34 Existencia del mercado meta

Años	Demanda de instrumentos de viento en bambú	Oferta de instrumentos de viento en bambú	Demanda potencial a satisfacer en unidades
2019	39.234	32.756	6.478
2020	40.215	33.116	7.099
2021	40.220	33.480	6.740
2022	41.251	33.848	7.403
2023	42.282	34.220	8.062

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

Para sacar el total de la demanda insatisfecha se tomaron los datos de la encuesta tabulada donde menciona la frecuencia con la que adquieren el producto, dentro de esto

también para sacar a la oferta se determinó mediante la entrevista a los productores donde nos permitió establecer la cantidad producida y poder sacar la diferencia de la demanda a satisfacer al implantar el proyecto, además se toma encuentra estos datos ya que en su totalidad la población se traslada para su compra a el cantón vecino que es Otavalo.

4.6.2. Disponibilidad de la materia prima e insumos

Los insumos que serán necesarios para la producción de instrumentos de viento en bambú son:

- ✓ Bambú
- ✓ Laca
- ✓ Lija
- ✓ Broca
- ✓ Cuchillos

La materia prima directa como el Bambú, estas vienen de Guayaquil, Loja, Perú y Buenos Aires (Ibarra) a través de proveedores directos.

4.6.3. Disponibilidad de la mano de obra local

La Comunidad de Pucará cuenta con mano de obra calificada en la elaboración de artesanías como collares, ponchos entre otros, pero no cuenta con la habilidad de crear instrumentos de viento por lo que es necesario gestionar talleres de capacitación con ayuda de entidades o instituciones gubernamentales.

4.7. Cuenta con servicios básicos

El lugar donde se implementará el proyecto como lugar de comercialización en Atuntaqui y para la producción en la Comunidad de Pucará cuenta con todos los servicios básicos como: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, internet y la línea telefónica

que son recursos muy importantes para el desarrollo de las operaciones de la microempresa.

Capacidad del proyecto

Tabla 35 Capacidad del proyecto

Años	Demanda a captar
2019	6.478
2020	7.099
2021	6.740
2022	7.403
2023	8.062

Fuente: Estudio Técnico
Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 36 Año 1 a captar el 28%

Año 1	
Quena	600
Rondadores	300
Zampoñas	250
Flauta de pan	200
Sikus	50
Decorativos	50
Pallas	50
Quenillas	30
Llaveros	25
Chulis	50
Quillas	30
Antaras	30
Antaritas	30
Maltas	40
Bajones bastos	40
Quenachos	40
Flauta de Pan con corcho	10
TOTAL	1825

Fuente: Estudio Técnico
Elaborada por: Blanca Montalvo

La capacidad instalada del proyecto se estableció en base a la mano de obra y horas maquina disponible, estableciendo que para la fabricación de un producto demora entre 2 horas con 15 a 2 horas con 45 minutos dependiendo del producto. Con esto se calcula una producción semanal de 38 instrumentos variados teniendo anualmente 1825 lo que representa el 28% de la demanda insatisfecha, convirtiéndose así en nuestra demanda a captar.

4.8. Distribución física de la instalación

Área de producción:

- ✓ Área de bodega de la materia prima e insumos necesarios para la producción en una superficie 4x4.
- ✓ Taller artesanal se ubicará en una superficie de 4x8.
- ✓ Baño de 2x2.

Área de comercialización:

- ✓ Departamento administrativo y contable

En una superficie de 3x3 metros donde se ubicará muebles y enseres, equipo de computación, utilices de oficina para el buen desenvolvimiento de la microempresa.

- ✓ Baño de 1x2 metros.
- ✓ Caja 2x2 metros.
- ✓ Bodega de 2x3 metros.
- ✓ Área comercial 8x4 metros

Tabla 37 Distribución de instalación

Área de producción			
Nro.	Área	m²	Total
1	Bodega	4x4	16 metros
1	Taller artesanal	4x8	32 metros
1	Baño	2x2	4 metros
	Total	64m ²	64 metros
Área comercial			
Nro.	Área	m²	
1	Bodega	2x3	6 metros
1	Departamento administrativo y contable	3x3	9 metros
1	Caja	2x3	6 metros
1	Comercialización	8x4	32 metros
1	Baño	1x2	2 metros
	Total		64m ²
Total del área de producción y comercial			128m ²

Fuente: Estudio Técnico
Elaborada por: Blanca Montalvo

4.8.1. Diseño e instalación

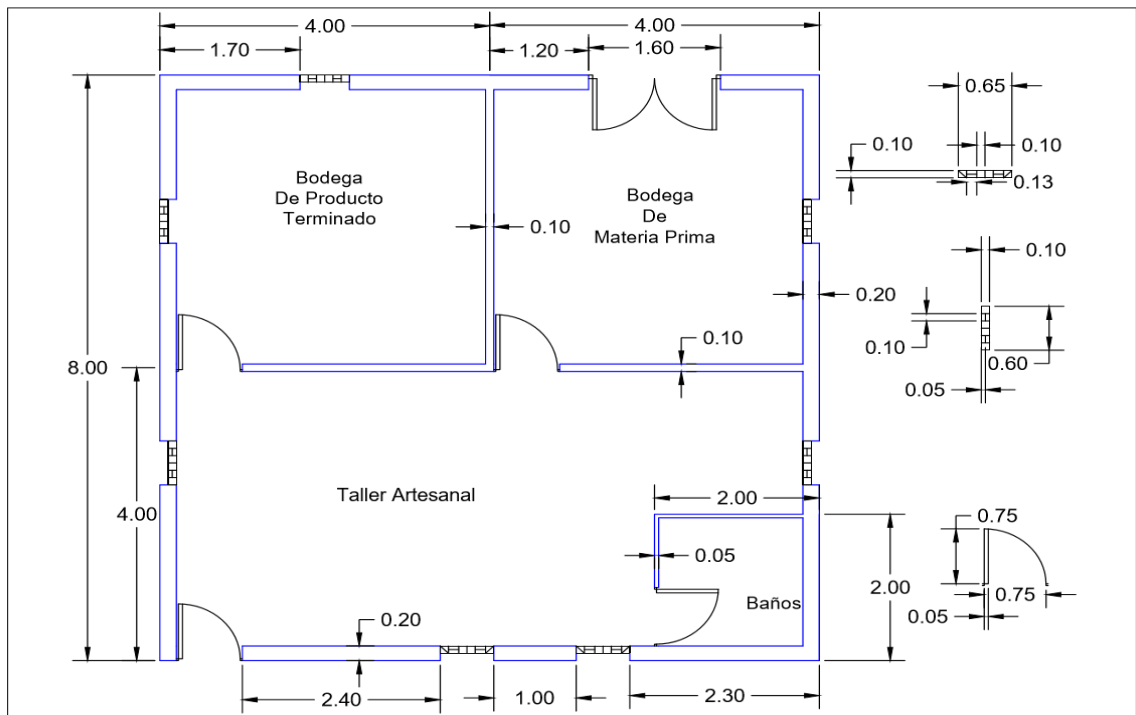


Figura 26 Diseño e instalación

Fuente: Estudio Técnico
Elaborada por: Blanca Montalvo

Diseño local comercial

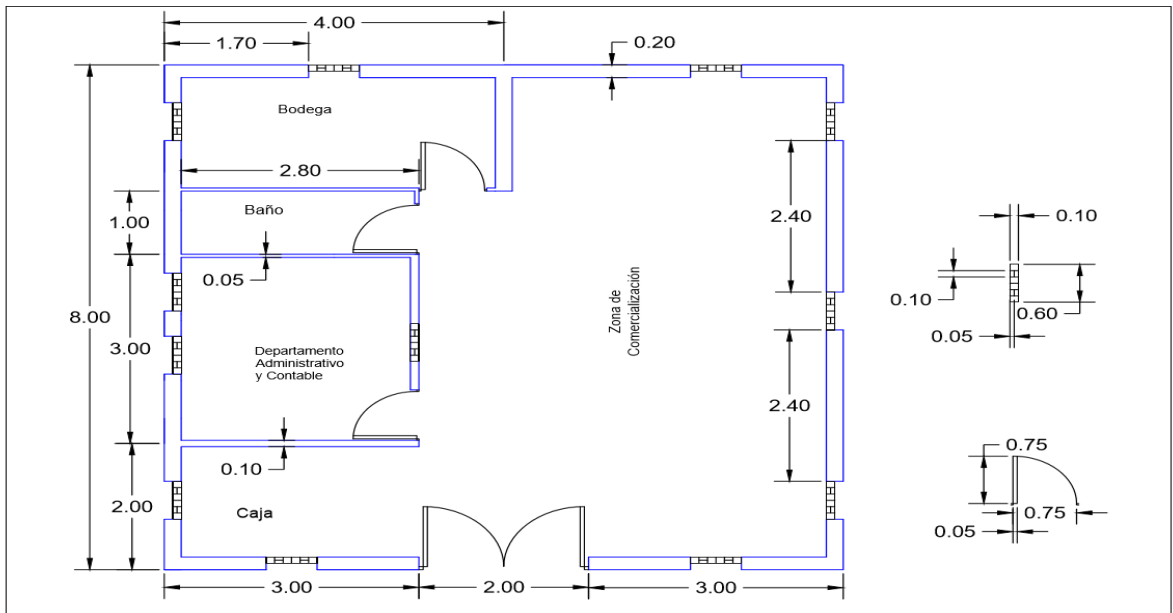



Figura 27 Diseño local comercial

Fuente: Estudio Técnico
Elaborada por: Blanca Montalvo

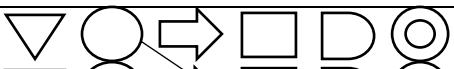










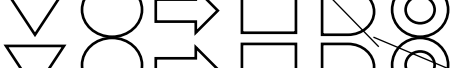
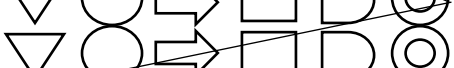




4.9. Proceso de producción de los instrumentos de viento

Tabla 38 Diagrama de proceso

Simbología	Significado
	Almacenamiento
	Operación simple
	Transporte
	Inspección
	Demora
	Operación doble

Fuente: Estudio Técnico
Elaborada por: Blanca Montalvo














Tabla 39 Flujo de producción

Simbología	Actividad	Tiempo
	Selección de la materia prima	20 min
	Pasar la lija gruesa	4 min
	Cortar cada tubo	4 min
	Quemar cada tubo	14 min
	Pasar la lija media	4 min
	Pasar la lija fina	4 min
	Pasar la selladora	5 min
	Afinación de cada tubo	30 min
	Colocar marca	5 m in
	Amarre de los tubos	12 min
	Lacar para darle brillo	5 min
	Dejar secar la laca	18 min
	Colocar cemento de contacto alrededor	5 min
	Dejar secar	5 min
	Pegar la cinta alrededor	3 min
	Torcer el orlón	5 min
	Enviar al almacenamiento	2 min
Total		145 min

Fuente: Estudio Técnico
Elaborada por: Blanca Montalvo

La capacidad instalada del proyecto se estableció en base a la mano de obra y horas maquina disponible, estableciendo que para la fabricación de un producto demora entre 2 hora con 15 a 2 hora con 45 minutos dependiendo del producto. Con esto se calcula una producción semanal de 38 instrumentos variados teniendo anualmente 1825 lo que representa el 28% de los 6.478 de la demanda insatisfecha, convirtiéndose así en nuestra demanda a captar.

Tabla 40 Flujo de producción flauta de pan con corcho

Simbología	Actividad	Tiempo
	Selección de la materia prima	30 min
	Raspar cada tubo	11 horas
	Limpiar cada tubo	2 horas
	Cortar cada tubo	3 horas
	Afinar cada tubo	8 horas
	Pegar cada tubo	9 horas
	Dejar que se seque, hacen boquilla	9 horas
	Pegar la base	9 horas
	Tapar los huecos	4 horas
	Lijar todo con las 10 lijas	10 horas
	Hacer corchos	8 horas
	Laquear con diferente espesor 10 veces	7 horas
	Enviar al almacenamiento	2 min
Total		4800 min

Fuente: Estudio Técnico
Elaborada por: Blanca Montalvo



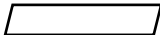

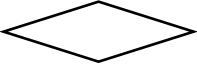
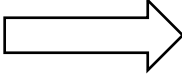

4.10. Flujogramas

4.10.1. Flujogramas de la producción de instrumentos de viento en bambú

- ✓ Ingreso de la materia prima al taller e insumos
- ✓ Selección de la materia prima
- ✓ Quemado, lijado
- ✓ Amarre y decoración
- ✓ Bodega

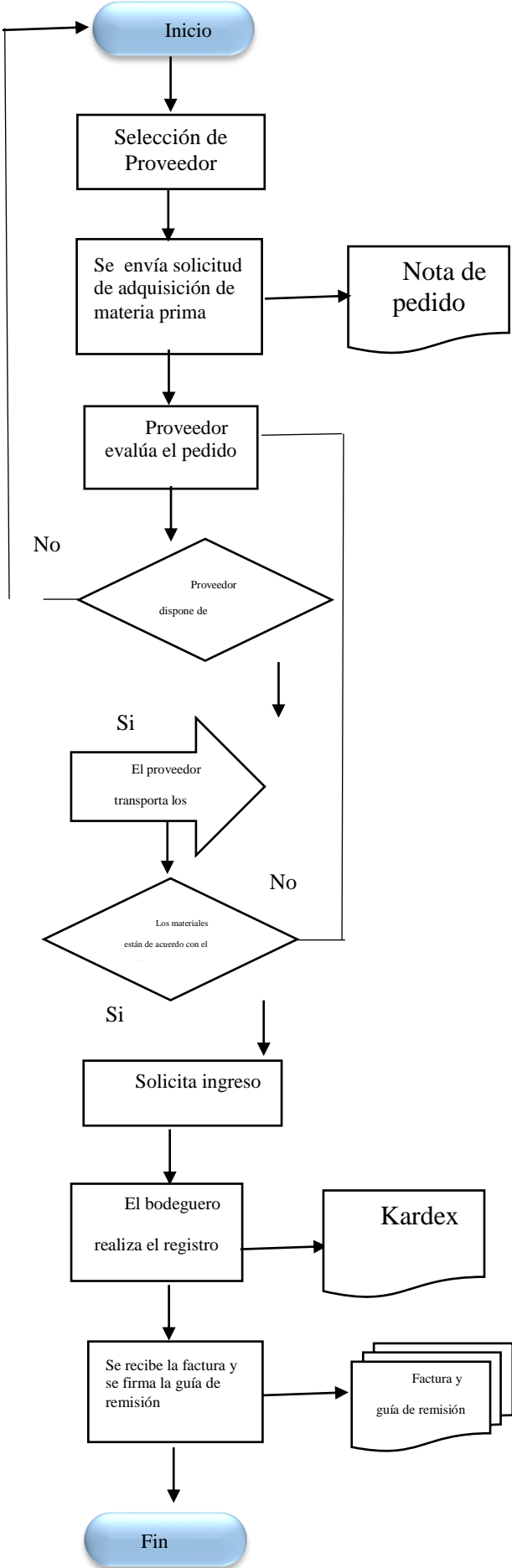
4.10.2. Simbología para elaborar diagrama o flujograma.

Tabla 41 Simbología

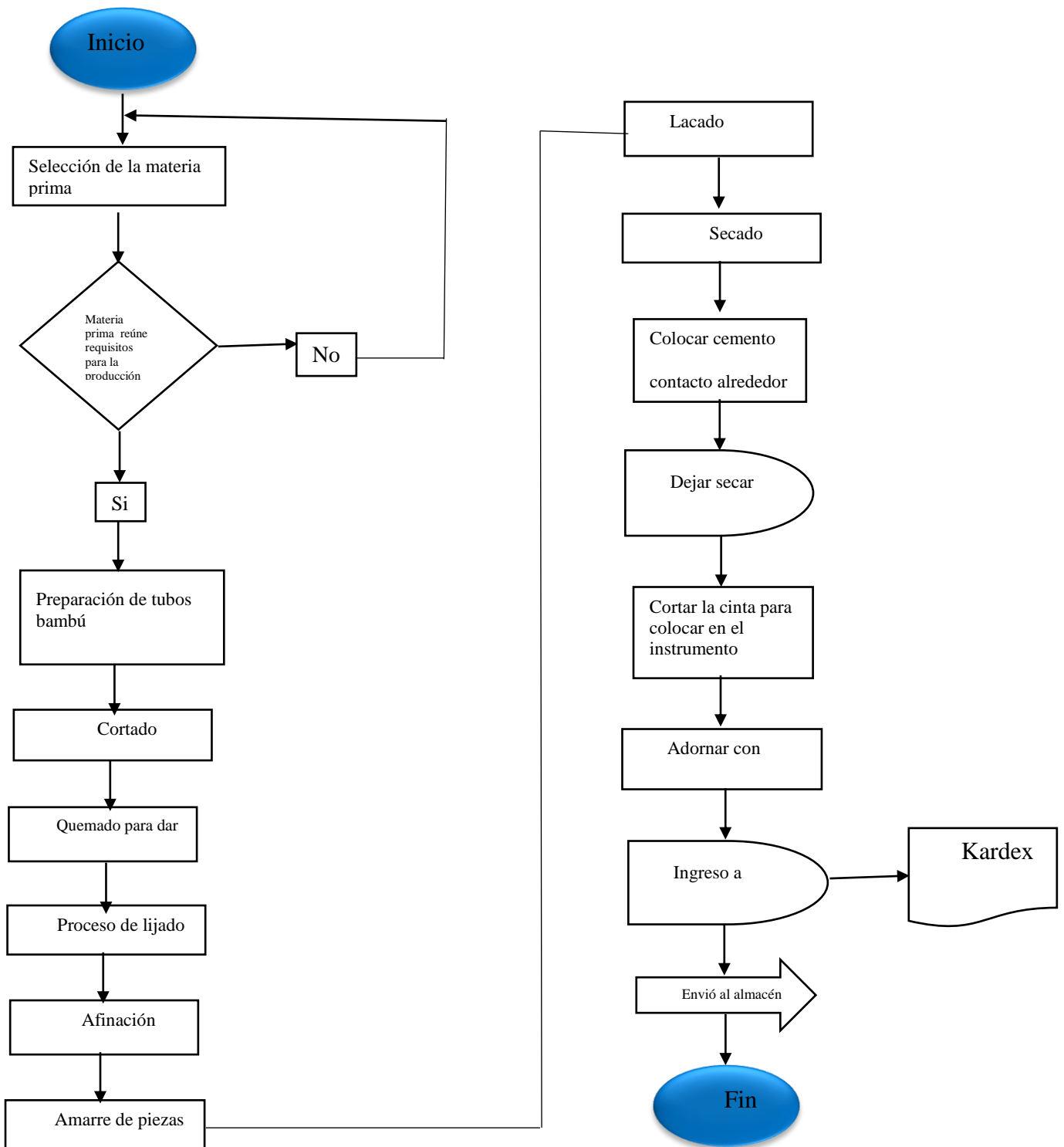
Simbología	Definición	Descripción
	Inicio / Fin	Representa el inicio y el fin del proceso
	Línea de flujo	Indica el orden de la ejecución de la operación.
	Estrada /Salida	Representa la lectura de datos de entrada y la impresión de datos de salida
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación
	Decisión	Permite analizar una situación, con base a los valores verdadero o falso
	Transporte	Indica el movimiento de empleados, materia prima y equipo de un lugar a otro.
	Demora	Indica un retraso en el proceso

Fuente: Estudio Técnico
Elaborada por: Blanca Montalvo

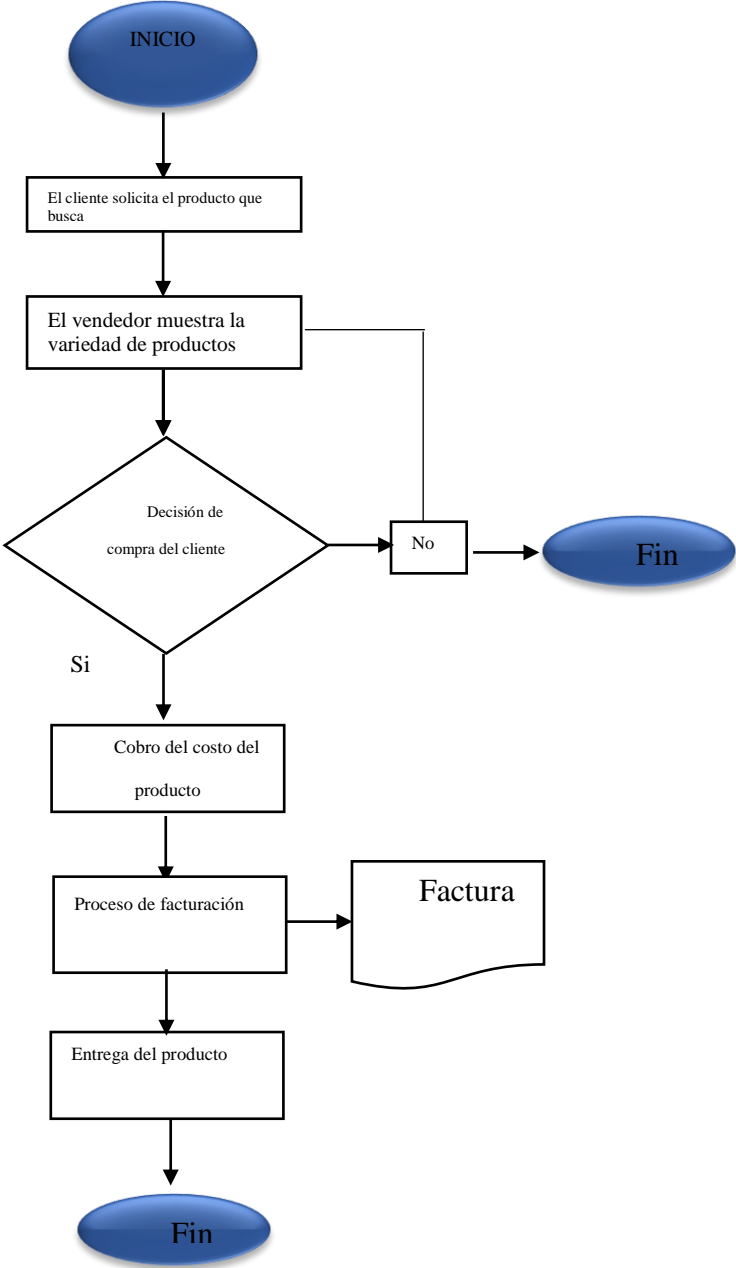
Flujogramas del proceso de adquisición de materia prima



Flujogramas del proceso de producción



Flujogramas del proceso de comercialización



4.11. Presupuesto de inversión

Para una adecuada producción de la microempresa es necesario conocer los recursos que necesita el proyecto, que serán dedicados a la inversión fija, variable y capital de trabajo.

4.11.1. Inversión fija

Para el adecuado funcionamiento del proyecto se debe detallar todos los activos fijos tangibles la cual permitirá la producción y comercialización de instrumentos de viento en bambú.

Maquinaria y equipo

Tabla 42 Maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Precio	Valor total
Cortadora	3	444,00	1332,00
Taladro Delta	1	1800,00	1800,00
Esmeril Vendréis	1	98,00	98,00
Entanalla de prensa	1	500,00	500,00
Cocina	1	120,00	120,00
Marcador de logo y cuños	1	150,00	150,00
Subtotal			4000,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

Las maquinarias y equipos serán depreciadas en un periodo de 10 años, el total de la inversión de la maquinaria será en un valor de \$4000.00, para lo cual se utiliza e método línea recta.

Equipos de computación

Tabla 43 Equipos de computación

Detalle	Cantidad	Precio	Valor total
Laptop Hp	2	725,00	1450,00
Impresora Canon	1	150,00	150,00
Total			1600,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

El equipo de computación tendrá una inversión de \$1600,00 las mismas que serán depreciadas en 3 años por su vida útil de acuerdo a la tabla de depreciación para cada activo.

Tabla 44 Muebles y enseres, equipo de instalación de oficina

Detalle	Cantidad	Precio	Valor total
Escritorio de oficina rustico, metal	1	105,00	105,00
Archivadores con separadores más silla giratoria	1	125,00	125,00
Mueble de caja de cobro counter Mdf	1	150,00	150,00
Detector de robo	1	175,00	175,00
Cámara de seguridad	1	300,00	300,00
Total			855,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

Los muebles y equipo de instalación de oficina que serán utilizados en el local comercial tendrán un costo de 855,00.

Tabla 45 Muebles y enseres, equipo de instalación de área de producción

Detalle	Cantidad	Precio	Valor total
Mesa de madera	1	15,00	45,00
Cámara de seguridad	1	300,00	300,00
Total			345,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

Los muebles y equipos de instalación para la producción tendrán un costo de \$345,00.

Resumen de la inversión fija

Tabla 46 Resumen de la inversión fija

Detalle	Valor total
Maquinarias y equipos	4000,00
Equipo de computación	1600,00
Muebles y enseres de oficina	1200,00
Terreno	1000,00
Total	7800,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

El total de los activos fijos para la implementación del proyecto es de 6800.00 dólares.

Repuestos varios

Se refiere al tipo de repuestos utilizados para el taladro, con el que se trabaja en el proceso de producción de la quena, quenachos, flautas entre otras.

Tabla 47 Repuestos varios

Detalle	Cantidad	Precio	Valor total
Repuestos internos del taladro	1	70	70,00
Lentes del taladro	1	75,00	75,00
Tuercas	2	30,00	60,00
Esmeril	1	98,00	98,00
Tornillos de ajuste	4	12,00	48,00
Escopladura	3	25,00	75,00
Disco de madera	2	25,00	50,00
Disco de lija	3	8,00	24,00
Total			500,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

Útiles de aseo

Tabla 48 Útiles de aseo

Detalle	Cantidad	Precio	Valor total
Escoba	6	1,50	9,00
Trapeador	2	2,50	12,50
Desinfectante	5	3,50	17,50
Escoba para lavar vidrios	3	4,00	12,00
Papel higiénico	120	0,35	42,00
Limpia vidrios	5	2,25	11,25
Jabón rexona	5	0,80	4,00
Desahue del baño	1	5,50	5,50
Juego para colocación de toalla, papel higiene y jabón	1	6,25	6,25
Total			120,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

Suministros de oficina y útiles de oficina

Tabla 49 Suministros y útiles de oficina

Detalle	Cantidad	Precio	Valor total
Archivadores	4	6,50	26,00
Grapadora	1	10,00	10,00
Perforadora	3	8,00	24,00
Basurero	7	7,00	49,00
Botiquín	2	25,00	50,00
Caja de grapas	2	3,50	7,00
Bolígrafos	5	1,00	5,00
Lápices	5	0,80	4,00
Resma de papel	3	8,00	24,00
Rollo de etiqueta de precios	5	1,50	7,50
Gomero en barra	2	1,70	2,40
Marcador de precios	3	1,50	4,50
Calculadora Modelo Fx-82LAX	2	20,00	40,00
Calculadora Científica Classwiz			
Porta clip	1	6,35	6,35
Agendas	2	12,00	24,00
Borradores	3	0,25	0,75
Aguzador	1	7,50	7,50
Preciadora	1	6,00	6,00

Fechadora	1	1,70	1,70
Dispensador	1	3,00	3,00
Saca grapas	1	0,60	0,60
Porta papel	1	24,20	24,20
Tijeras	1	2,50	2,50
Factura	2	10,00	20,00
Total			350,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

Suministros de oficina tendrá un valor total de \$350,00 en la inversión en el año 1.

4.12. Inversión variable

Constituyen todos los costos y gastos necesarios para la producción y venta, cuyo total cambia de acuerdo con el nivel de producción. Se refiere a materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, servicios básicos y arriendo.

4.12.1. Costo de la producción

Es el total de recursos necesarios para la materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, que se detalla en las siguientes tablas:

Materia prima

La materia prima que interviene en la elaboración de instrumentos de viento son:

Tabla 50 Materia prima

Detalle	Costo unitario	Cantidad de barras por atado	Cantidad de canotos por barra	Total canotos por atado	Costo unitario
Atados de tubos de bambú	\$720,00	1000	3	3000	\$ 0,24

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

El costo de un atado de tubos de bambú es de \$720,00 dólares y contiene 1000 barras; de cada barra se obtienen 3 canotos; es decir, de cada atado se logran 3000 canotos. Si se divide el valor total de \$720,00 dólares para el número de conotos se establece el costo unitario de 0,24 centavos.

Tabla 51 Materia prima año 1

	CANTIDAD	Q. CANOTOS*INSTRUMENTO	Q. TOTAL
Quena	600	1	600
Rondadores	300	18	5400
Zampoñas	250	21	5250
Flauta de pan	200	23	4600
Sikus	50	15	750
Decorativos	50	6	300
Pallas	50	8	400
Quenillas	30	1	30
Llaveros	25	1	25
Chulis	50	13	650
Quillas	30	13	390
Antaras	30	14	420
Antaritas	30	12	360
Maltas	40	17	680
Bajones bastos	40	13	520
Quenachos	40	1	40
Flauta de Pan con corcho	10	23	230
TOTAL	1825		20645

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

Para el año 1 y de acuerdo con el nivel de producción y ventas se necesitan 20645 canotos de bambú.

Tabla 52 Materia prima

Detalle	Cantidad de conotos	Precio por unidad	Total del costo mensual	Total de la materia prima a utilizar en el primer año
Materia prima en el primer año tubos delgados	19975	0,24	399,50	4794,00
Materia prima en el primer año tubos gruesos	670	2,75	153,54	1842,50
Total	20645		553,04	6636,50

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

El costo total de la materia prima a utilizar en el año 1 es de \$6636,50 dólares que resultan de multiplicar 19975 canotos delgados por 0,24 centavos, lo que hace un total de \$4794,00 dólares, más 670 canotos gruesos por un valor unitario de \$2,75 dólares dando un total de 1842,50 dólares. La sumatoria de estos dos valores asciende a \$6636,50.

Mano de obra

Son los encargados de la fabricación de los instrumentos de viento en bambú.

Remuneración del personal de producción

Para la producción de instrumentos de viento en bambú se contará con dos trabajadores:

Tabla 53 Trabajador 1

Sueldos			
Detalle	Sueldo mensual	Total de meses	Sueldo anual
Producción 1	386	12	4632,00
Aporte patronal 12,15%	46,89	12	562,68
Décimo tercero			386,00
Décimo cuarto			386,00
Vacaciones			193,00
Total			6159,68

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 54 Trabajador 2

Sueldos			
Detalle	Sueldo mensual	Total de meses	Sueldo anual
Producción 1	386	12	4632,00
Aporte patronal 12,15%	46,89	12	562,68
Décimo tercero			386,00
Décimo cuarto			386,00
Vacaciones			193,00
Total			6159,68

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

Costos indirectos de fabricación

Son los valores dedicados al pago de servicios básicos e insumos que intervienen en la elaboración de los productos:

Servicios básicos

El costo de los servicios básicos está estimado en base al promedio histórico de consumo:

Tabla 55 Servicios básicos

Detalle	Precio mensual	Precio anual
Agua	5,83	70,00
Luz	15,00	180,00
Total	20,83	250,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

Materia prima indirecta

Son los insumos que se utilizan adicional a la materia principal y se consideran materia prima indirecta.

Tabla 56 Materia prima indirecta

MATERIALES INDIRECTOS	Precios	Detalle	Q en la que se termina el insumo	Q x Unidad
Laca	70,00	Caneca	700	0,10
Lija 80	0,22	Pliego	100	0,003
Lija 100	0,23	Pliego	100	0,003
Lija 120	0,24	Pliego	100	0,003
Lija 150	0,25	Pliego	100	0,003
Lija 220	0,26	Pliego	100	0,003
Lija 400	0,27	Pliego	100	0,003
Lija 380	0,28	Pliego	100	0,003
Orlón	0,3	Ovillo	10	0,03
Nylon	3,8	Ovillo	15	0,253
Fundas Plásticas	0,8	Paquete	100	0,008
Hilo de amarre	6,8	Ovillo	400	0,017
Thinner	1,2	Litro	38	0,001
Lija de hierro 80	0,5	Pliego	100	0,005
Lija de hierro 100	0,5	Pliego	100	0,005
Plástico	8,00	10 metros	9000	0,001
Total	93,65			0,74

Fuente: Estudio Técnico
Elaborada por: Blanca Montalvo

El costo unitario se obtiene de dividir el costo total para el número de piezas que se alcanza a producir; ejemplo \$78,00 dólares para 700 instrumentos de viento que se alcanzan a cubrir con una caneca de laca, resultan un costo unitario de \$ 0,10 centavos de dólar por cada producto.

Gasto de venta

Arriendo

El local comercial tendrá un gasto por arriendo de \$400,00 dólares dando un valor anual de 4800 dólares en el año 1, considerando que el propietario en óptimas condiciones.

Tabla 57 Arriendo

Detalle	Precio mensual	Precio anual
Arriendo	400	4800
Total	400	4800

Fuente: Estudio Técnico
Elaborada por: Blanca Montalvo

Publicidad

Este medio de publicidad se lo realizará a través de páginas de redes sociales, tarjetas de presentación, adhesivos y por medio de radio Iluman entre otras estrategias para llegar a los clientes, el primer año tendrá un costo de 200 dólares anuales.

Tabla 58 Publicidad

Detalle	Cantidad	Precio mensual	Precio anual
Página de redes sociales	3 veces a la semana	3	36
Tarjetas de presentación	1000	0,035	34,00
Adhesivos 1x0,25	4	7,50	30,00
Radio Iluman	12	7	100
Total		17,54	200

Fuente: Estudio Técnico
Elaborada por: Blanca Montalvo

Inversión total

La inversión total para la implementación de la microempresa productora y comercializadora de instrumentos de viento en bambú está constituida por el total de la inversión fija y la inversión variable como se detalla a continuación:

Tabla 59 Inversión total del proyecto

Detalle	Inversión total
Materia prima	6636,50
Mano de obra	12705,58
Costos indirectos de fabricación	2133,75
Gastos de ventas	5450,00
Inversión total	26925,83

Fuente: Estudio Técnico
Elaborada por: Blanca Montalvo

La inversión total es asciende a \$26925,83 dólares.

4.13. Inversión inicial

La inversión inicial del proyecto está constituida por el valor necesario para la adquisición de los activos fijos más el capital de trabajo estimado para el primer mes de funcionamiento

4.14. Capital de trabajo

Para la puesta en marcha del proyecto se requiere un capital de trabajo de \$2112,06 dólares estimados para el primer mes de la producción de instrumentos de viento en bambú.

Tabla 60 Resumen del capital de trabajo

Detalle	Precio mensual	Total
Costo de producción		
Materia prima		553,04
Bambú	553,04	
Materia prima indirecta		29,35
Laca, lijas, orlón, nylon, hilo de amarre, thinner, lijas de hierro	29,35	
Mano de obra directa		1026,62
Producción 1	513,31	
Producción 2	513,31	
Otros CIFs		53,33
Depreciación de activos fijos	30,00	
Energía eléctrica	15,00	
Agua	5,83	
Gas	2,50	
Total Costos de producción		1662,34
Gastos de venta		449,72
Publicidad	49,72	
Arriendo	400	
Total gasto de ventas		449,72
Total capital de trabajo		\$2112,06

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 61 Inversión inicial

Detalle	Cantidad de conotos
Inversiones fijas	7800,00
Capital de trabajo	2112,06
Total	\$9912,06

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

La inversión inicial asciende a \$9912,06 dólares necesarios para la implementación y buena marcha del proyecto.

4.15. Financiamiento del proyecto

Tabla 62 Financiamiento del proyecto

Detalle	Total	Porcentajes
Capital propio	6912,06	69,63%
Capital financiado	3000,00	30,27%
Total	\$9912,06	100%

Fuente: Estudio Técnico
Elaborada por: Blanca Montalvo

Los recursos necesarios para la implementación del proyecto ascienden a \$6912,06 dólares, de los cuales \$3000,00 serán financiados con un crédito obtenido en Banecuador a una tasa del 11,26% con pagos semestrales de cuotas iguales a 3 años plazo y la diferencia será aportada por la inversionista.

CAPITULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1.Introducción

La finalidad de este capítulo es detallar que herramientas, insumos, maquinarias e inversión serán necesarios para el buen funcionamiento de la microempresa, cada componentes tendrá un valor monetario establecido, mediante estas investigaciones podremos fijar el capital de trabajo con exactitud y bien definido para la compra de materia prima, pago de la mano de obra, pagos de otras cuentas, finalmente se procederá a realizar análisis de los ingresos y egresos ya que esto permitirá evaluar la información, estos datos también servirán para elaborar estados financieros proyectados y poder identificar la viabilidad y si se generará rentabilidad en la vida de la empresa.

Dentro de este estudio financiero también podremos identificar el VAN y el TIR que será datos tan importantes para poder verificar que tan factible es la microempresa.

5.2.Estructura de la inversión inicial

Para esta estructura se toma en cuenta la información del estudio técnico que refleja los siguientes datos:

Tabla 63 *Inversión Inicial*

Detalle	Total	Porcentajes
Capital propio	6912,06	69,63%
Capital financiado	3000,00	30,27%
Total	\$9912,06	100%

Fuente: Estudio Financiero
Elaborada por: Blanca Montalvo

5.3.Proyección de ingresos

Los ingresos para la microempresa productora y comercializadora de instrumentos de viento comercial en bambú para su mejor reconocimiento con el nombre de Pasaje Artesanal

Pucará, provendrán de las ventas proyectadas para cada uno de los años que se prevé tendrá la microempresa como vida útil estimada.

Para esto se toma en cuenta los ingresos por las ventas del producto, estimados en base al porcentaje establecido en el estudio de mercado.

Tabla 64 Unidades para los años 1

Producto	Cantidad
Quena	600
Rondadores	300
Zampoñas	250
Flauta de pan	200
Sikus	50
Decorativos	50
Pallas	50
Quenillas	30
Llaveros	25
Chulis	50
Quillas	30
Antaras	30
Antaritas	30
Maltas	40
Bajones bastos	40
Quenachos	40
Flauta de Pan con corcho	10
Total instrumentos a producir en el año 1	1825

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Para la proyección del incremento en las unidades a producir se toma en cuenta la tasa de crecimiento de la población del sector de influencia que es de 2,5%.

Tabla 65 Cantidad de instrumentos de ingreso

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de instrumentos de viento	1825	1871	1917	1965	2013

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

5.3.1. Proyección de ingresos

La proyección de los ingresos se hará en base a la capacidad instalada de la microempresa se realiza en concordancia con la información obtenida del estudio de mercado, los precios están asignados de acuerdo con los de la competencia y contiene los costos y gastos más un

margen de utilidad. El crecimiento en precios se calculó con la inflación promedio de los últimos 5 años que es de 2,456% y para el incremento en la cantidad de producto el 2,5% correspondiente a la tasa de crecimiento poblacional.

Tabla 66 Proyección de Ingresos

AÑO 1			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Quena	600	15	9000
Rondadores	300	15	4500
Zampoñas	250	15	3750
Flauta de pan	200	15	3000
Sikus	50	12	600
Decorativos	50	1,25	62,5
Pallas	50	6	300
Quenillas	30	10	300
Llaveros	25	0,5	12,5
Chulis	50	10	500
Quillas	30	12	360
Antaras	30	12	360
Antaritas	30	12	360
Maltas	40	12	480
Bajones bastos	40	15	600
Quenachos	40	15	600
Flauta de Pan con corcho	10	150	1500
TOTAL	1825		26285

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 67 Proyección de Ingresos

AÑO 2			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Quena	615	15,37	9451,57
Rondadores	308	15,37	4733,47
Zampoñas	256	15,37	3934,31
Flauta de pan	205	15,37	3150,52
Sikus	51	12,29	627,03
Decorativos	51	1,28	65,31
Pallas	51	6,15	313,52
Quenillas	31	10,25	317,61
Llaveros	26	0,51	13,32
Chulis	51	10,25	522,53
Quillas	31	12,29	381,14
Antaras	31	12,29	381,14
Antaritas	31	12,29	381,14
Maltas	41	12,29	504,08
Bajones bastos	41	15,37	630,10
Quenachos	41	15,37	630,10
Flauta de Pan con corcho	10	153,68	1536,84
TOTAL	1871		27573,73

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 68 Proyección de Ingresos

AÑO 3			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Quena	630	15,75	9919,88
Rondadores	316	15,75	4975,69
Zampoñas	262	15,75	4125,41
Flauta de pan	210	15,75	3306,63
Sikus	52	12,60	655,03
Decorativos	52	1,31	68,23
Pallas	52	6,30	327,51
Quenillas	32	10,50	335,91
Llaveros	27	0,52	14,17
Chulis	52	10,50	545,86
Quillas	32	12,60	403,09
Antaras	32	12,60	403,09
Antaritas	32	12,60	403,10
Maltas	42	12,60	529,06
Bajones bastos	42	15,75	661,33
Quenachos	42	15,75	661,33
Flauta de Pan con corcho	10	157,46	1574,58
TOTAL	1917		28909,90

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 69 Proyección de Ingresos

AÑO 4			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Quena	646	16,1325659	10421,64
Rondadores	324	16,1325659	5226,95
Zampoñas	269	16,1325659	4339,66
Flauta de pan	215	16,1325659	3468,50
Sikus	53	12,9060527	684,02
Decorativos	53	1,34438049	71,25
Pallas	53	6,45302637	342,01
Quenillas	33	10,755044	354,92
Llaveros	28	0,5377522	15,06
Chulis	53	10,755044	570,02
Quillas	33	12,9060527	425,90
Antaras	33	12,9060527	425,90
Antaritas	33	12,9060527	425,90
Maltas	43	12,9060527	554,96
Bajones bastos	43	16,1325659	693,70
Quenachos	43	16,1325659	693,70
Flauta de Pan con corcho	10	161,325659	1613,26
TOTAL	1965		30327,34

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 70 Proyección de Ingresos

AÑO 5			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Quena	662	16,5287817	10942,05
Rondadores	332	16,5287817	5487,56
Zampoñas	276	16,5287817	4561,94
Flauta de pan	220	16,5287817	3636,33
Sikus	54	13,2230254	714,04
Decorativos	54	1,37739848	74,38

Pallas	54	6,6115127	357,02
Quenillas	34	11,0191878	374,65
Llaveros	29	0,55095939	15,98
Chulis	54	11,0191878	595,04
Quillas	34	13,2230254	449,58
Antaras	34	13,2230254	449,58
Antaritas	34	13,2230254	449,58
Maltas	44	13,2230254	581,81
Bajones bastos	44	16,5287817	727,27
Quenachos	44	16,5287817	727,27
Flauta de Pan con corcho	10	165,287817	1652,88
TOTAL	2013		31796,97

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Con los datos obtenidos de los cinco años del proyecto sobre el estudio de ingresos, se presenta a continuación la información consolidada, este informe determina su capacidad de ingresos durante los años determinados para la microempresa que se resume en la siguiente tabla:

Tabla 71 Ingreso proyectado

TOTAL INGRESOS PROYECTADOS				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
26285	27573,7271	28909,9016	30327,3418	31796,9684

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

5.4.Egresos

Los egresos corresponden las erogaciones para poner en marcha la microempresa de instrumentos de viento comerciales en bambú, con el fin de brindar un producto de calidad a los clientes, el costo de los artículos subirá de acuerdo al crecimiento de la inflación.

5.4.1. Determinación de egresos

Los egresos están estimados para la adquisición de materia prima, mano de obra directa e indirecta e insumos, así como para gastos de ventas entre los cuales se consideran el arriendo y publicidad.

5.5. Costos de producción

Los costos de producción son los que se incurren en la producción de instrumentos de viento comercial como la materia prima, mano de obra e insumos que son utilizados directa e indirectamente para la transformación del producto final.

Tabla 72 Costos de producción de la quena

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
Quena	2,75	8,55	0,75	12,05

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 73 Costos de producción del rondador

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
Rondadores	4,32	8,55	0,75	13,62

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 74 Costos de producción de la zampoña

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
Zampoñas	5,04	8,55	0,75	14,34

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 75 Costos de producción de la flauta de pan

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
Flauta de pan	5,52	8,55	0,75	14,82

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 76 Costos de producción del sikus

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
Sikus	3,60	6,84	0,75	11,19

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 77 Costos de producción de los decorativos

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
Decorativos	0,24	0,28	0,75	1,27

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 78 Costos de producción de las pallas

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
----------------	----------------------	---------------------	---	--------------

Pallas	1,92	3,42	0,75	6,09
--------	------	------	------	------

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 79 Costos de producción de las quenillas

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
Quenillas	2,75	5,13	0,75	8,63

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 80 Costos de producción de los llaveros

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
Llaveros	0,24	0,28	0,06	0,58

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 81 Costos de producción de los chulis

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
Chulis	3,12	5,13	0,75	9,00

Fuente Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 82 Costos de producción de las quillas

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
Quillas	3,12	6,84	0,75	10,71

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 83 Costos de producción de las antaras

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
Antaras	3,36	6,84	0,75	10,95

Fuente: Estudio Técnico

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 84 Costos de producción de las antaritas

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
Antaritas	2,88	6,84	0,75	10,47

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 85 Costos de producción de las maltas

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
Maltas	4,08	8,84	0,75	11,75

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 86 Costos de producción de los bajones o bastos

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
---------	---------------	--------------	----------------------------------	-------

Bajones o bastos	3,12	8,55	0,75	12,42
------------------	------	------	------	-------

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 87 Costos de producción de los quenachos

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
Quenachos	2,75	8,55	0,75	12,05

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 88 Costos de producción de la flauta de pan con corcho

Detalle	Materia prima	Mano de obra	Costos indirectos de fabricación	Total
Flauta de pan con corchos	63,25	80,00	0,75	144,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

5.6.Materia prima directa

La materia prima son los insumos que intervienen directamente en la elaboración de los instrumentos de viento, por eso debe existir una bodega en donde se guarde la cantidad necesaria para que la producción sea continua.

Para la proyección del crecimiento del costo de la materia prima se toma la inflación del 2,456% que se calculará para los 5 años siguientes del proyecto y la cantidad de instrumentos a producir será la misma estimada para las ventas.

Tabla 89 Materia prima directa

	AÑO 1				
	CANTIDAD	Q. CANOTOS* INSTRUMENTO	Q. TOTAL	P.U CANOTO	TOTAL MATERIA PRIMA
Quena	600	1	600	2,75	1650,00
Rondadores	300	18	5400	0,24	1296,00
Zampoñas	250	21	5250	0,24	1260,00
Flauta de pan	200	23	4600	0,24	1104,00
Sikus	50	15	750	0,24	180,00
Decorativos	50	6	300	0,24	72,00
Pallas	50	8	400	0,24	96,00
Quenillas	30	1	30	2,75	82,50
Llaveros	25	1	25	0,24	6,00
Chulis	50	13	650	0,24	156,00
Quillas	30	13	390	0,24	93,60
Antaras	30	14	420	0,24	100,80

Antaritas	30	12	360	0,24	86,40
Maltas	40	17	680	0,24	163,20
Bajones bastos	40	13	520	0,24	124,80
Quenachos	40	1	40	2,75	110,10
Flauta de Pan con corcho	10	23	230	2,75	632,50
TOTAL	1825				6636,50

Fuente: Estudio Financiero
Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 90 Materia prima directa

AÑO 2					
PRODUCTO	CANTIDAD	Q. CANOTOS* INSTRUMENTO	Q. TOTAL	P.U CANOTO	TOTAL MATERIA PRIMA
Quena	615	1	615	2,82	1732,79
Rondadores	308	18	5544	0,25	1363,24
Zampoñas	256	21	5376	0,25	1321,93
Flauta de pan	205	23	4715	0,25	1159,39
Sikus	51	15	765	0,25	188,11
Decorativos	51	6	306	0,24	75,24
Pallas	51	8	408	0,24	100,32
Quenillas	31	1	31	2,82	87,34
Llaveros	26	1	26	0,25	6,39
Chulis	51	13	663	0,25	163,028
Quillas	31	13	403	0,25	99,10
Antaras	31	14	434	0,25	106,72
Antaritas	31	12	372	0,25	91,47
Maltas	41	17	697	0,25	171,39
Bajones bastos	41	13	533	0,25	131,06
Quenachos	41	1	41	2,82	115,52
Flauta de Pan con corcho	10	23	230	2,82	648,60
TOTAL	1871				6969,60

Fuente: Estudio Financiero
Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 91 Materia prima directa

AÑO 3					
PRODUCTO	CANTIDAD	Q. CANOTOS* INSTRUMENTO	Q. TOTAL	P.U CANOTO	TOTAL MATERIA PRIMA
Quena	630	1	630	2,84	1790,52
Rondadores	316	18	5688	0,27	1538,34
Zampoñas	262	21	5502	0,27	1488,04
Flauta de pan	210	23	4830	0,27	1306,29
Sikus	52	15	780	0,27	210,95
Decorativos	52	6	312	0,27	84,38
Pallas	52	8	416	0,27	112,50
Quenillas	32	1	32	2,84	8,65
Llaveros	27	1	27	0,27	7,30
Chulis	52	13	676	0,27	182,83

Quillas	32	13	416	0,27	112,51
Antaras	32	14	448	0,27	121,16
Antaritas	32	12	384	0,27	103,85
Maltas	42	17	714	0,27	193,10
Bajones bastos	42	13	546	0,27	147,67
Quenachos	42	1	42	2,84	11,36
Flauta de Pan con corcho	10	23	230	2,84	653,20
TOTAL	1917				7481,69

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 92 Materia prima directa

AÑO 4					
PRODUCTO	CANTIDAD	Q. CANOTOS* INSTRUMENTO	Q. TOTAL	P.U CANOTO	TOTAL MATERIA PRIMA
Quena	646	1	646	2,912	1881,09
Rondadores	324	18	5832	0,28	1616,03
Zampoñas	269	21	5649	0,28	1565,32
Flauta de pan	215	23	4945	0,28	1370,24
Sikus	53	15	795	0,28	220,30
Decorativos	53	6	318	0,28	88,12
Pallas	53	8	424	0,28	117,49
Quenillas	33	1	33	2,92	9,14
Llaveros	28	1	28	0,28	7,76
Chulis	53	13	689	0,28	190,92
Quillas	33	13	429	0,28	118,87
Antaras	33	14	462	0,28	128,02
Antaritas	33	12	396	0,28	109,73
Maltas	43	17	731	0,28	202,56
Bajones bastos	43	13	559	0,28	154,90
Quenachos	43	1	43	2,91	11,92
Flauta de Pan con corcho	10	23	230	2,91	669,20
TOTAL	1965				7856,13

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 93 Materia prima directa

AÑO 5					
PRODUCTO	CANTIDAD	Q. CANOTOS* INSTRUMENTO	Q. TOTAL	P.U CANOTO	TOTAL MATERIA PRIMA
Quena	662	1	662	2,98	1975,02
Rondadores	332	18	5976	0,28	1696,60
Zampoñas	276	21	5796	0,28	1645,50
Flauta de pan	220	23	5060	0,28	1436,55
Sikus	54	15	810	0,28	229,96
Decorativos	54	6	324	0,28	91,98
Pallas	54	8	432	0,28	122,65
Quenillas	34	1	34	2,98	9,65
Llaveros	29	1	29	0,28	8,23
Chulis	54	13	702	0,28	199,30
Quillas	34	13	442	0,28	125,48
Antaras	34	14	476	0,28	135,14
Antaritas	34	12	408	0,28	115,83

Maltas	44	17	748	0,28	212,35
Bajones bastos	44	13	572	0,28	162,39
Quenachos	44	1	44	2,98	12,49
Flauta de Pan con corcho	10	23	230	2,98	685,40
TOTAL	2013				8244,44

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 94 Total de la materia prima proyectada

TOTAL DE MATERIA PRIMA PROYECTADA				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
6636,50	6969,60	7481,69	7856,13	8244,44

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

5.6.1. Mano de obra directa

El talento humano es el encargado de la elaboración y producción del nuevo bien, la mano de obra y materia prima van de la mano para formar el costo de conversión.

Se contratará con dos trabajadores encargados del área de producción, sus pagos serán de acuerdo con las remuneraciones unificadas vigentes, en este caso para la proyección se toma en cuenta el incremento del SBU en los últimos 5 años que es del 4,138%.

Tabla 95 Mano de obra directa

AÑOS	SBU	% CRECIMIENTO
2018	386	0,02849741
2017	375	0,024
2016	366	0,03278689
2015	354	0,03389831
2014	342	0,0877193
2013	312	
		20,6902
		4,138
PROMEDIO DE INCREMENTO		0,04138038

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

PERSONAL ADMINISTRATIVO	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL	APORTE PATRONAL MENSUAL	APORTE ANUAL	VACACION	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	TOTAL AÑO 1	FONDO DE RESERVA AÑO 2	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
			12,15%										
MOD													
Producción 1	386	4632	46,899	562,788	193	386	386	6159,79	386	6800,68	7066,12	7342,55	7630,42
Producción 2- Propietario	386	4632	46,899	562,788	193	386	386	6159,79	386	6800,68	7066,12	7342,55	7630,42
TOTAL MOD	772	9264	93,798	1125,58	386	772	772	12319,56	772	13601,36	14132,24	14685,10	15260,84
TOTAL REMUNERACIONES	772	9264	93,798	1125,58	386	772	772	12319,56	772	13601,36	14132,24	14685,10	15260,84

Tabla 96 Proyección del Salario Básico

Fuente: Estudio Financiero
Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 97 Total del Salario Básico Unificado

TOTAL DE SALARIO BÁSICO UNIFICADO				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
12319,56	13601,36	14132,24	14685,10	15260,84

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

5.6.2. Costos indirectos de fabricación

Están conformados por servicios básicos requeridos para la producción de instrumentos de viento en bambú. No son fácilmente identificable en el nuevo producto, por eso se da el nombre de costos indirectos, estos datos cambian en proporción al nivel de producción, si mayor es la producción mayor será los costos indirectos

La cantidad del año 1 se obtiene del estudio técnico donde están estimadas las cantidades y costos unitarios de los insumos necesarios para la producción. Para el crecimiento en precios se tomará en cuenta el 2,456% del promedio de la inflación:

Tabla 98 Proyección de Insumos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Balde de Laca	70,00	71,71	73,47	75,27	77,12
Lija 80	0,22	0,23	0,23	0,24	0,24
Lija 100	0,23	0,24	0,24	0,25	0,25
Lija 120	0,24	0,25	0,25	0,26	0,26
Lija 150	0,25	0,26	0,26	0,27	0,28
Lija 220	0,26	0,27	0,27	0,28	0,29
Lija 400	0,27	0,28	0,28	0,29	0,30
Lija 380	0,28	0,29	0,29	0,30	0,31
Orlón	0,3	0,31	0,31	0,32	0,33
Nylon	3,80	3,89	3,99	4,09	4,19
Fundas Plásticas	0,80	0,82	0,84	0,86	0,88
Hilo de amarre	6,80	6,97	7,14	7,31	7,49
Tinier	1,20	1,23	1,26	1,29	1,32
Lija de hierro 80	0,50	0,51	0,52	0,54	0,55
Lija de hierro 100	0,50	0,51	0,52	0,54	0,55
Plástico	8,00	8,20	8,40	8,60	8,80
TOTAL	93,65	95,95	98,31	100,72	103,19

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

La proyección de los servicios básicos se toma en base al consumo histórico y su proyección será calculada para los 5 años de vida útil:

Tabla 99 Proyección de Servicios Básicos

GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	70	71,72	73,48	75,29	77,13
Luz	180	184,42	188,95	193,59	198,35
TOTAL	250	256,14	262,43	268,88	275,48

Fuente: Estudio Financiero
Elaborada por: Blanca Montalvo

5.6.3. Resumen de costos de producción

En cuanto a los costos de producción incluyen: la materia prima que es la caña de bambú, mano de obra e insumos como: laca, lijas, orlón, nylon, hilo de amarre, lija de hierro y thinner, los trabajos del área de producción sea directa o indirectamente y servicios básicos.

Tabla 100 Resumen de la Proyección de los Costos de Producción

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	6636,50	6969,60	7481,69	7856,13	8244,44
Mano de obra	12705,58	13231,34	13778,86	14349,03	14942,80
Insumos	93,65	95,95	98,31	100,72	103,19
Servicios básicos	250,00	256,14	262,43	268,87	275,48
TOTAL CIF	19685,73	20553,03	21621,29	22574,75	23565,92

Fuente: Estudio Financiero
Elaborada por: Blanca Montalvo

5.7. Gasto de ventas

Los gastos de venta son los desembolsos en los que se incurre para la comercialización de un bien, en el caso de la microempresa de instrumento de viento en bambú, será necesario un local de arriendo y la publicidad que se utilizará para dar a conocer los productos.

El arriendo del local es de 400 dólares mensuales, lo que hace un total anual de \$4800 del cual se realiza la proyección con la inflación del 2,456% de precios:

Tabla 101 Proyección de Arriendo

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ARRIENDO	4800	4917,89	5038,67	5159,45	5286,17
TOTAL GASTOS	4800	4917,89	5038,67	5159,45	5286,17

Fuente: Estudio Financiero
Elaborada por: Blanca Montalvo

La proyección de los gastos de publicidad se realizó para los cinco años de vida útil del proyecto.

Tabla 102 Proyección de Publicidad

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	200	204,91	209,94	215,10	220,38
TOTAL GASTOS	200	204,91	209,94	215,10	220,38

Fuente: Estudio Financiero
Elaborada por: Blanca Montalvo

Los gastos de venta están compuestos por la publicidad y el arriendo del local comercial para la venta de los instrumentos de viento que se localizará en el Cantón Antonio Ante.

Tabla 103 Total de Gasto de Venta

TOTAL DE GASTO DE VENTAS					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ARRIENDO	4800	4917,89	5038,67	5159,45	5286,17
PUBLICIDAD	200	204,91	209,94	215,10	220,38
TOTAL	5000	5122,80	5248,62	5374,56	5506,55

Elaborada por: La Autora
Año: 2018

5.8.Gasto financiero

Los gastos financieros están representados por el interés que genera el crédito, el cual se lo solicitará en Banecuador, con una tasa de interés del 11,26%, los pago se lo realizará 2 veces al año por un lapso de 3 años.

Datos del Crédito

Los gastos financieros están representados por \$3000,00

- ✓ Plazo es de 3 años
- ✓ Tasa de inveteres del 11,26%
- ✓ Forma de pago 2 veces al año

Tabla 104 Gastos financieros

N.º CUOTA	CAPITAL	VALOR CUOTA	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO	CAPITAL ANUAL	INTERES ANUAL
1	3000	600,15	164,40	435,76	2.564,24		
2	2.564,24	600,15	140,52	459,64	2.104,61	895,39	304,91
3	2.104,61	600,15	115,33	484,82	1.619,78		
4	1.619,78	600,15	88,76	511,39	1.108,39	996,22	204,09
5	1.108,39	600,15	60,74	539,42	568,97		
6	568,97	600,15	31,18	568,97	-	1.108,39	91,92

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 105 Capital Anual

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3
Capital Anual	895,39	996,22	1.108,39

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 106 Interés Anual

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3
Interés Anual	304,91	204,09	91,92

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

5.9. Depreciación de los activos fijos

Constituye la pérdida del valor que sufren los activos fijos durante su vida útil, por el uso.

Los activos fijos son propiedad de la microempresa que tiene sus costos significativos y una vida útil superior a un año. Los activos serán depreciados en base al método de línea recta que estima una pérdida de valor en cuotas anuales iguales.

Tabla 107 Activos fijos a depreciar

DETALLE	COSTOS	VIDA ÚTIL	VALOR RESIDUAL
TERRENO			
Edificación y construcción	1000,00	20	100
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Equipo de computo	1600,00	3	160,00
MAQUINARIA REDES E INSTALACIONES DE OFICINA	1200,00	10	120,00
Proyecto			
MAQUINARIAS Y EQUIPOS DEL PROYECTO	4000,00	10	400,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$7800,00		

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 108 Equipo de cómputo

EQUIPO DE COMPUTACION	VALOR EN LIBROS	DEPRECIACION	DP.ACUMULADA	SALDO
AÑO 1	1600	480	480	1120
AÑO 2	1600	480	960	640
AÑO 3	1600	480	1440	160

Fuente: Estudio Financiero
Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 109 Maquinaria redes e instalaciones de oficina

REDES E INSTALACIONES	VALOR EN LIBROS	DEPRECIACION	DP.ACUMULADA	SALDO
AÑO 1	1200	108	108	1092
AÑO 2	1200	108	216	984
AÑO 3	1200	108	324	876
AÑO 4	1200	108	432	768
AÑO 5	1200	108	540	660
AÑO 6	1200	108	648	552
AÑO 7	1200	108	756	444
AÑO 8	1200	108	864	336
AÑO 9	1200	108	972	228
AÑO 10	1200	108	1080	120

Fuente: Estudio Financiero
Elaborada por: Blanca Montalvo

Tabla 110 Maquinarias e instalaciones del proyecto

MAQUINARIAS E INSTALACIONES DE L PROYECTO	VALOR EN LIBROS	DEPRECIACION	DP. ACUMULADA	SALDO
AÑO 1	4000	360	360	3640
AÑO 2	4000	360	720	3280
AÑO 3	4000	360	1080	2920
AÑO 4	4000	360	1440	2560
AÑO 5	4000	360	1800	2200
AÑO 6	4000	360	2160	1840
AÑO 7	4000	360	2520	1480
AÑO 8	4000	360	2880	1120
AÑO 9	4000	360	3240	760
AÑO 10	4000	360	3600	400

Fuente: Estudio Financiero
Elaborada por: Blanca Montalvo

5.10. Proyección de costos y gastos

La proyección de costos y gastos se elaboró con la tasa de inflación promedio del 2,456%, esto permitirá tener un resumen que servirá de base para estructurar el estado de resultados proforma para cada uno de los años de vida útil del proyecto.

Tabla III Proyección de costos y gastos

Cuentas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA DIRECTA	6636,5	6969,60	7481,69	7856,13	8244,44
MANO DE OBRA DIRECTA	12319,56	13601,36	14132,24	14685,10	15260,84
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	2133,75298	2221,38	2312,02	2407,38	2506,03
TOTAL COSTOS VARIABLES	21089,82	22020,34	23153,96	24176,60	25239,29
COSTOS FIJOS					
Depreciación costo	405	405	405	405	405
Activos diferidos gastos de instalación	0	0	0	0	0
TOTAL COSTOS FIJOS	405	405	405	405	405
TOTAL COSTOS PRODCCION	21494,82	22425,34	23558,96	24581,60	25644,29
GASTOS DE VENTAS					
GASTO PERSONAL DE VENTAS	0	0	0	0	0
UTILES DE OFICINA	200	204,912	209,94	215,10	220,38
PUBLICIDAD	200	204,912	209,94	215,10	220,38
TOTAL	400	409,824	419,90	430,20	440,77
GASTOS DE ADMINISTRACION					
GASTOS DE PERSONAL ADMINISTRACION	0	0	0	0	0
SERVICIOS BÁSICOS	250	256,14	262,43	268,88	275,48
GASTOS DE ORGANIZACIÓN					
GASTOS DE INSTALACION					
GASTOS DEPRECIACION	588	588	588	588	588
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	838	844,14	850,43	856,88	863,48
GASTOS FINANCIEROS					
INTERES	304,91	204,09	91,91	0	0
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	304,91	204,09	91,92	0	0
TOTAL COSTOS Y GASTOS	23037,74	23883,39	224921,19	25868,68	26948,53
Total CYG variables	21089,82	22020,34	23153,96	24176,60	25239,29
Total CYG Fijos	1947,91	1863,05	1767,23	1692,07	1709,24
TOTAL COSTOS Y GASTOS	23037,74	23883,39	24921,19	25868,68	26948,53

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

5.11. Estados financieros

Los estados financieros constituyen fuentes de información que permiten la toma de decisiones por parte del inversionista. Para el proyecto se elaborará el estado de situación financiera al año 0, el estado de resultados y el estado de flujo de efectivo proyectado para los 5 años de vida útil del proyecto.

5.11.1. Estado de situación financiera

El estado de situación financiera está compuesto por los activos, pasivos y patrimonio de la microempresa productora y comercializadora de instrumentos de viento con el que dará inicio a su vida y será igual al valor de la inversión inicial.

Tabla 112 Estado financiero al año 0

ACTIVO		PASIVOS	
Activo		PASIVOS	3000,00
Activos corrientes	2112,06	Préstamos a pagar	3000,00
Capital de trabajo	2112,06		
ACTIVOS FIJOS	7800,00	CAPITAL	6912,06
Equipo de computación	1600,00	Inversión propia	6912,06
Maquinarias y equipos	4000,00		
Maquinaria redes e instalaciones de oficina	1200,00		
Terreno	1000,00		
TOTAL ACTIVOS	9912.06	TOTAL PASIVO + CAPITAL	9912.06

Fuente: Estudio Financiero
Elaborada por: Blanca Montalvo

5.11.2. Estado de resultados

En la proyección del estado de resultados proforma están considerados los ingresos los costos de producción, los gastos de ventas, administrativos y de servicio que serán necesarias para la buena marcha del proyecto y poder conocer si el proyecto obtendrá utilidad.

Tabla 113 Proyección de Estado de Resultados

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	26.285,00	27.573,73	28.909,90	30.327,34	31.796,97
- COSTO DE PRODUCCION	21.494,83	22.425,34	23.558,96	24.581,60	25.644,29
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	4.790,17	5.148,39	5.350,94	5.745,74	6.152,68
- GASTOS DE ADMINISTRACION	838,00	844,14	850,43	856,88	863,48
- GASTOS DE VENTA	400,00	409,82	419,89	430,20	440,77
= UTILIDAD BRUTA EN OPERACIONES	3.552,17	3.894,42	4.080,62	4.458,66	4.848,43
- GASTOS FINANCIEROS (INTERESES)	304,91	204,09	91,92	-	-
= UTILIDAD NETA ANTES PART TRABAJO	3.247,26	3.690,33	3.988,70	4.458,66	4.848,43
- 15% PART. TRABJ	487,09	553,55	598,31	668,80	727,26
= UTILIDAD NETA ANTES IMP RENTA	2.760,17	3.136,78	3.390,40	3.789,86	4.121,16
= UTILIDAD NETA	2.760,17	3.136,78	3.390,40	3.789,86	4.121,16

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

5.11.3. Estado de flujo de caja

El flujo de efectivo permite visualizar las ingresos y salidas de dinero de la microempresa productora y comercializadora de instrumentos de viento.

Tabla 114 Proyección del Estado de Flujo de Caja

CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
UTILIDAD NETA		2.760,17	3.136,78	3.390,40	3.789,86	4.121,16	
VALOR DE SALVAMENTO							3.635,00
+ DEPRECIACION		993,00	993,00	993,00	993,00	993,00	
+ AMORTIZACION	-	-	-	-	-	-	
- INVERSIONES	(7.800,00)						
+ CRÉDITO	3.000,00						
- CAPITAL DE TRABAJO	(2.112,06)						
- AMORTIZACIONES DEL PRESTAMO		(895,39)	(996,22)	(1.108,39)			
= FLUJO EFECTIVO	(6.912,06)	2.857,78	3.133,57	3.275,01	4.782,86	5.114,16	3.635,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

Como resultado de la elaboración de este estado financiero se obtienen los flujos netos de efectivo proyectados para los 5 años de vida útil del proyecto así como las fuentes y usos de recursos del año cero, además en el año 6 se ubicará el valor de salvamento del proyecto.

5.12. Indicadores financieros

Los indicadores financieros como el VAN, TIR, Costo beneficio, Punto de Equilibrio entre otros son los que permiten reflejar si el proyecto es factible, dando valores o porcentajes claros y concisos donde refleje la viabilidad económica durante los 5 años de vida útil proyectados.

5.12.1. Valor actual neto

Es el indicador que demuestra la rentabilidad del proyecto para esto el valor debe ser mayor a cero.

Fórmula para el cálculo del VAN.

$$\text{VAN} = -\text{Inversion} + \sum \text{FC}/(1 + i)^n$$

Tabla 115 Valor actual neto

VPN=	-9912,06	+ $\frac{2.857,78}{1,1126}$	+ $\frac{3.133,57}{1,23787876}$	+ $\frac{3.275,01}{1,37726391}$	+ $\frac{4.782,86}{1,532343824}$	+ $\frac{5.114,16}{1,704885739}$	+ $\frac{3635}{1,89685587}$
VPN=	-9912,06	2568,55596	2531,39937	2377,90948	3121,27175	2999,710927	1916,32904
VPN=	5.603,12						

Fuente: Estudio Financiero
Elaborada por: Blanca Montalvo

El valor actual neto constituye la sumatoria de los flujos netos de efectivo traídos al año cero mediante la aplicación de una tasa de descuento que en este caso es equivalente al 11,26% que corresponde a la tasa de interés a la cual se obtendrá el crédito.

Si el valor del VAN es positivo significa que existe rentabilidad para el proyecto en cambio si el VAN sale negativo la inversión no es rentable; mediante la aplicación de la fórmula se obtuvo un VPN de 5.603,12 dólares, lo que significa que el proyecto desde este punto de vista es factible.

5.12.2. Tasa interna de retorno

Con el análisis de los datos de la TIR se podrá determinar la tasa de rentabilidad esperada para el proyecto, para su cálculo se utilizó la fórmula financiera del Excel, obteniendo una TIR del 28%, lo que significa que la creación de la microempresa de instrumentos de vientos es rentable. La TIR equivale a aquella tasa que hace que el VAN sea igual a cero.

5.12.3. Costo de oportunidad

Esta tasa se determina el costo promedio del capital propio y el capital financiado a través del crédito; se utiliza la tasa pasiva y la activa de cada uno de los segmentos que integran la inversión inicial y se obtiene el valor ponderado, la sumatoria de estos dos factores constituye el costo de oportunidad luego aplicar la fórmula para obtener la tasa de rendimiento medio.

Tabla 116 Costo de oportunidad

ORIGEN	INVERSIÓN	% COMPOSICION	TASA DE OPERACION	VALOR PONDERADO
APORTE PROPIO	6912,06	0,69733839	4,53%	0,03158943
APORTE FINANCIADO	3000	0,30266161	11,26%	0,0340797
				0,06566913
COSTO DE OPORTUNIDAD	9912,06			6,56691261

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

El resultado obtenido de la tabla del costo de oportunidad refleja que 6,57%, esta tasa es mayor a la tasa pasiva referencial del Banco Central del Ecuador para colocaciones de recursos a plazo fijo, esto significa que es mejor invertir en el proyecto que colocarlo en una póliza.

5.12.4. Tasa de rendimiento promedio (TRM)

La tasa de rendimiento promedio constituye el porcentaje de beneficio esperado del proyecto, se lo obtiene de la aplicación de la siguiente fórmula:

Datos:

$$Ck \quad (\text{Costo de oportunidad}) = 6,57\%$$

$$\text{Inflación (inflation)} = 2,456\%$$

$$\text{TRM} = (1 + Ck) (1 + \text{Inflación}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 6,57) * (1 + 2,456) - 1$$

$$\text{TRM} = 0,2516192$$

$$\text{TRM} = 25,16\%$$

La tasa de rendimiento promedio del proyecto es del 25,16%, superior a la tasa que pagaría una institución financiera si los recursos fueran dedicados a una inversión y no a la realización del proyecto.

5.12.5. Costo beneficio

El costo beneficio es el indicador que permite ver cuánto genera el proyecto de producción y comercialización de instrumentos de viento, por cada dólar invertido en él.

Tabla 117 Análisis del costo beneficio

AÑO	INGRESOS	FACTOR DE INFLACION	FLUJO DE INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0	-6912,06	1	-6912,06	0	0
1	26285	0,97602873	25654,9153	23037,74143	22485,49761
2	27573,7271	0,95263209	26267,6173	23883,39614	22752,08958
3	28909,9016	0,92979629	26880,3194	24921,19733	23171,6369
4	30327,3418	0,9075079	27522,3023	25868,68124	23476,03256
5	31796,9684	0,88575379	28164,2852	26948,53972	23869,77109
			127577,379		115755,0277

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

$$\text{Cálculo del IBC} = \frac{\sum \text{Ingreso actualizado}}{\sum \text{Costo actualizado}} = \frac{127577,379}{115755,0277} = 1,10$$

El cálculo del costo beneficio permite obtener datos de los ingresos y costos actualizados; la división entre la sumatoria de los ingresos para la sumatoria de los costos deflactados dan como valor final \$1,10, lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto, éste generará 10 centavos adicionales.

5.12.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ventas en el que se logra cubrir los costos y gastos del proyecto, a mayor punto de equilibrio mayor es el riesgo.

$$\text{PE} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}} = \frac{1947,91246}{1 - \frac{21089,829}{26.285,00}} = \frac{1947,91246}{0,182962565} = 9855,48$$

El nivel de ventas en el que se alcanza a cubrir los costos y gastos del proyecto en el año 1 es igual a \$9855,48 dólares, equivalente al 37,49% de las ventas totales.

5.12.7. Tiempo de recuperación de inversión

El periodo de recuperación es el tiempo en que se recupera la inversión realizada por el propietario.

Tabla 118 Tiempo de recuperación de inversión

	AÑOS	FLUJO ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS				
	1	2568,56	2568,55596		INVERSIÓN	DIFERENCIA	PRI
FLUJOS EFECTIVO	2	2531,39	5099,95533		9912,06	2434,19519	3 años
	3	2377,91	7477,86481		VALOR MENSUAL	260,1059791	10,003
	4	3121,27	10599,1366			2601,059791	260,10
	5	2999,71	13598,8475		VALOR DIARIO	8,670199305	2601,05
							26 días

Fuente: Estudio Financiero
Elaborada por: Blanca Montalvo

La inversión total será de 9912.06 dólares será recuperada en 3 años, 10 meses y 26 días, lo cual constituye un factor positivo para la ejecución del proyecto por cuanto este tiempo constituye el 50% del periodo de vida útil estimado.

5.13. Cuadro de resumen de indicadores

Tabla 119 Cuadro de resumen de indicadores

TABLA INTEGRAL DE COMANDOS	VALOR OBTENIDO	VALOR ESPERADO	RESULTADO
		VALOR ESPERADO	RESULTADO
VALOR ACTUAL NETO	\$ 5.603,12	> O ES EJECUTABLE	FACTIBLE
TASA INTERNA DE RETORNO	28%	SUPERIOR A LA TASA ACTIVA DEL CREDITO CONTRATADO	
TASA INTERNA DE RETORNO DESCONTADA	16%	SUPERIOR SA TASA PASIVA	FACTIBLE
TASA RENDIMIENTO PROMEDIO	29,32484364	SUPERIOR SA TASA PASIVA	FACTIBLE
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	9855,475148	SE ALCANZA AL 39,56% DE LAS VENTAS TOTALES	FACTIBLE
PUNTO DE EQUILIBRIO Q	1171		FACTIBLE
BENEFICIO COSTO	1,102132511	SUPERIOR A UN DÓLAR	FACTIBLE
COSTO DE OPORTUNIDAD	6,566912609	SUPERIOR SA TASA PASIVA	FACTIBLE
PRI	3 años, 10 meses y 26 días	SE ALCANZA AL 50% DE LA VIDA UTIL DEL PROYECTO	FACTIBLE

Fuente: Estudio Financiero

Elaborada por: Blanca Montalvo

5.14. Oportunidad de inversión

Cada uno de los indicadores de la tabla anterior permite conocer que es factible la implementación de la microempresa productora y comercializadora de instrumentos de viento, dentro de todos los procesos realizados se han obtenido valores que demuestran la viabilidad de la creación de este emprendimiento que permitirá dar frutos con el paso del tiempo.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Introducción

En este capítulo se trata de diseñar y estructurar la microempresa de manera adecuada, como la parte administrativa y organizacional del pasaje artesanal Pucará, dentro de este proceso permitirá determinar políticas de clientes, proveedores, empleados y entidad, también se elaborará manuales y políticas a ser aplicadas en el proyecto; para su mejor identificación se creará un logotipo y slogan que sea fácil recordatorio.

La adecuada determinación de las estrategias hará que el proyecto sea ejecutado de manera legal y de forma eficaz y eficiente cumpliendo de manera transparente con las leyes y disposiciones.

6.2. Objetivo general

Elaborar una propuesta organizacional a través de la presentación de un organigrama estructural y funcional, así como diagramas de procesos y manual de funciones que garantice el buen desarrollo de los procesos administrativos del emprendimiento.

6.3. Domicilio y denominación:

El “PASAJE ARTESANAL PUCARÁ” se encontrará domiciliado en la Provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante, Parroquia de San Roque, Comunidad de Pucará. El taller artesanal de instrumentos de viento en la comunidad de Pucará sector Alto y su local comercial en Atuntaqui frente al parque central.

6.4. Logo tipo

Estará formado por una variedad de palabras seleccionadas convenientemente para conocer el producto ofertado.

El proyecto fue nominado con el nombre Pasaje Artesanal Pucará, el mismo que permitirá transmitir información clara y rápida al cliente y es fácil recordarlo.

6.5. Slogan

Es la imagen que representa a la microempresa.



Figura 28 Slogan

Fuente: Estructura Organizacional
Elaborada por: Blanca Montalvo

6.6. Misión

El Pasaje Artesanal Pucará es una microempresa productora y comercializadora de instrumentos de viento en bambú, está orientado a brindar producto de calidad que permitan satisfacer las necesidades de los clientes, con responsabilidad y transparencia en el desarrollo económico, cultural, social, ético y ambiental en la Comunidad de Pucará.

6.7. Visión

Pasaje Artesanal Pucará se convertirá en la microempresa productora y comercializadora líder reconocida por los altos estándares de calidad utilizada, que permitirá aprovechar de manera viable los residuos, maximizado recursos y con una disminución de los impactos ambientales.

6.8. Objetivos de la organización

- ✓ Producir con materia prima de calidad
- ✓ Establecer precios accesibles
- ✓ Realizar el reciclaje de los desperdicios mediante la elaboración de nuevos productos

- ✓ Contribuir con el cuidado del medio ambiente
- ✓ Fortalecer la producción y comercialización de instrumentos de viento

6.9. Valores corporativos

Los valores corporativos son componentes de cada proyecto, la cultura organizacional, el entorno y las atenciones de los grupos de interés como cliente, proveedor, inversionistas y empleados.

- ✓ Honestidad
- ✓ Liderazgo
- ✓ Orientación al cliente
- ✓ Compromiso
- ✓ Respeto
- ✓ Puntualidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Transparencia
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Honradez
- ✓ Innovación

6.10. Políticas

Son medidas establecidas para control de la microempresa y son establecidas como:

6.10.1. Política empresarial

Las políticas permiten tener el control del personal que labora dentro del Pasaje Artesanal Pucará al igual que para proveedores y clientes. Estas estrategias deben ir de la mano para el cumplimiento de los objetivos planteados y con la participación de quienes conformarán la microempresa, esto también permitirá el mejor funcionamiento del equipo de trabajo.

6.10.2. Política para el cliente

- ✓ Prohibido fumar durante la permanecía en el local.
- ✓ Para su respectiva atención, se deberá respetar el turno en caso de existir varios compradores en la tienda.
- ✓ La atención del local será en dos horarios de 14:00 a 19:00 horas de lunes a domingo.
- ✓ Pasado los 8 días no existen reclamos de cambios o devolución del producto.
- ✓ En fechas especiales obsequiar llaveros de alpargatas artesanales, pulseras u otros.
- ✓ Se contará con cámaras de seguridad en el negocio.
- ✓ Está prohibido el ingreso de alimentos y mascotas al almacén.

6.10.3. Política para el proveedor

- ✓ Entregar la materia prima en la fecha acordada.
- ✓ En el envío debe llegar con la factura correspondiente y la guía de remisión.
- ✓ Los costos deben ser acordados previamente.
- ✓ La transportación y seguridad estará a cargo del proveedor
- ✓ Mantener comunicación entre el proveedor y el comprador

6.10.4. Política para la entidad

- ✓ Cumplimiento de las bases legales
- ✓ Estrecha comunicación entre trabajadores y propietarios.
- ✓ Cuidar de que no exista un alto nivel desperdicios.
- ✓ Reutilizar los desechos de la materia prima e insumos
- ✓ Revisar constantemente el control de calidad.
- ✓ Cumplir con los requerimientos de los clientes en los productos.
- ✓ Entrega del producto a la fecha establecida.
- ✓ Brindar un ambiente de trabajo adecuado.

6.10.5. Política para el personal

- ✓ Toda información o actividad realizada por el trabajador debe ser confidencial en cuanto a procesos de producción.
- ✓ No dejar de lado la calidad de la materia prima por disminuir costos
- ✓ Utilizar los implementos y herramientas necesarias para el trabajo de manera adecuada
- ✓ El personal debe vigilar el cumplimiento de los objetivos planteado como misión y visión
- ✓ Realizar un correcto desempeño en la producción
- ✓ Existir dialogo entre el dueño y el trabajador para que existan un ambiente de trabajo adecuado.
- ✓ En caso de calamidad doméstica informarán inmediatamente al propietario.

6.11. Estructura administrativa

La estructura administrativa del Pasaje Artesanal Pucará está planteado de acuerdo con la actividad a la que se dedica, que es a la producción y comercialización de instrumentos de viento en bambú, la finalidad es la buena marcha administrativa y operativa en el desarrollo del proyecto.

6.12. Organigrama estructural

El organigrama estructural y funcional es fundamental para la empresa, aquí se define cómo se desarrollará, las principales funciones de cada autoridad, conexiones entre departamentos, esto permitirá el buen control y orden, para el cumplimiento de metas y objetivos del proyecto.

6.13. Niveles Jerárquicos

Nivel superior

- Gerencia

Nivel de apoyo

- Contabilidad
- Producción

Nivel operativo

- Venta
- Personal de producción

6.13.1. Gerencia

Para el cumplimiento de metas, objetivos y políticas establecidas para el buen desenvolvimiento de la microempresa, lo primordial es la Gerencia el encargado de coordinar, organizar y será responsable de hacer cumplir las funciones, políticas, metas y objetivos para la obtención de resultados en las tareas.

6.13.2. Contabilidad

Es el departamento que prepara información y reportes mensuales, anuales de ingresos e egresos de los valores monetarios de la microempresa y el que vela por la transparencia del proyecto.

6.13.3. Producción

En la microempresa el área de producción es la más importante, porque la principal actividad en el proyecto es la fabricación de instrumentos de viento, obteniendo un producto de calidad con requerimientos de las características solicitadas por los clientes.

6.13.4. Ventas

El departamento encargado de comercializar los instrumentos de viento, planifica y articula las ventas con la producción, esto permitirá una adecuada administración.

6.13.5. Personal de producción

Encargados de la fabricación o de llevar a cabo la elaboración de los instrumentos de viento, del personal de producción depende de realizar un bien de calidad.

6.14. Organigrama estructural

“PASAJE ARTESANAL PUCARÁ”

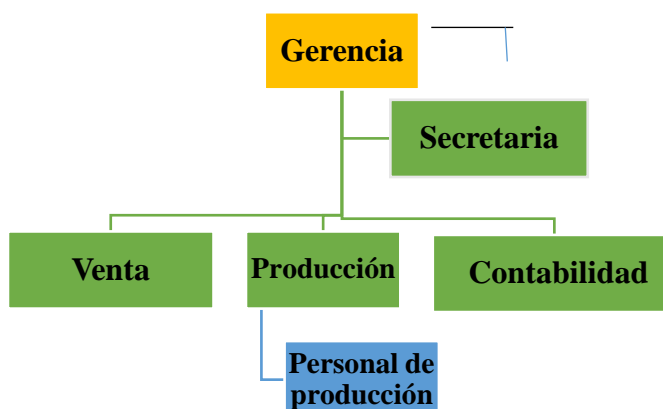


Figura 29 Organigrama estructural

Fuente: Estructura Organizacional
Elaborada por: Blanca Montalvo

El organigrama estructural del “Pasaje Artesanal Pucará” es la parte fundamental para mostrar la conformación de las áreas de la microempresa productora y comercializadora de instrumentos de viento en bambú, que servirán como apoyo para el buen desenvolvimiento de la organización.

Dentro de esto está la: Gerencia, Contabilidad, Ventas, Personal de Producción que velarán por el bienestar del proyecto y los frutos a cosecharse en años actuales.

6.15. Organigrama funcional

“PASAJE ARTESANAL PUCARÁ”

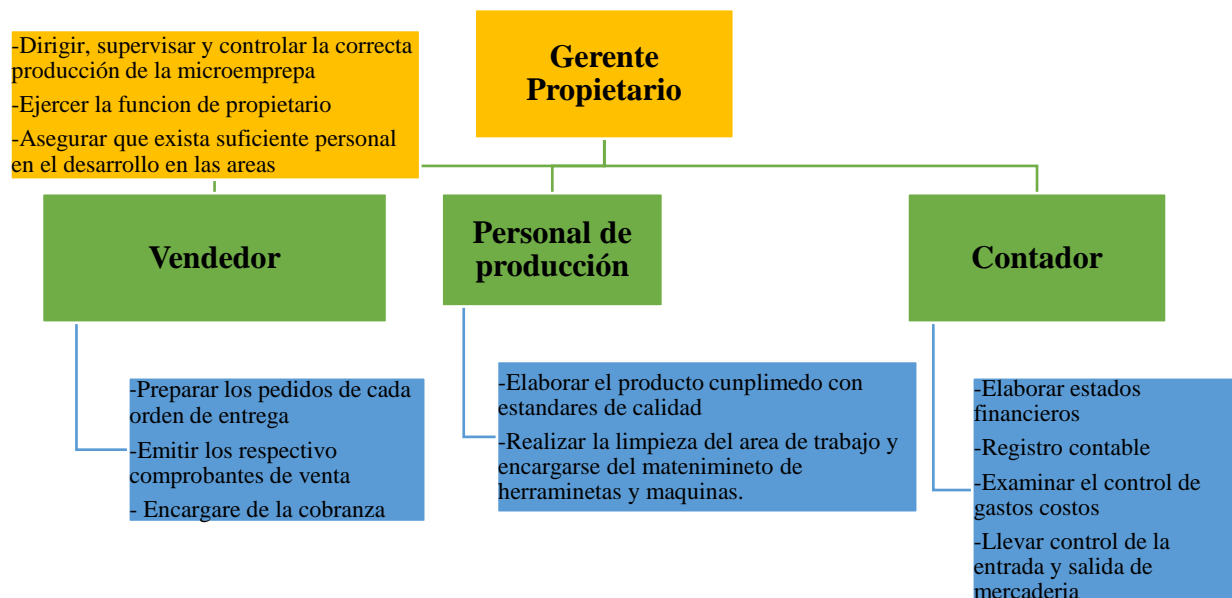


Figura 30 Organigrama funcional

Fuente: Estructura Organizacional
Elaborada por: Blanca Montalvo

6.16. Manual de funciones del personal del Pasaje Artesanal Pucará

PASAJE ARTESANAL PUCARÁ PRERFIL DE PUESTOS	
CARGO:	Gerente Propietario
REPORTA:	Inversionista
VACANTE DISPONIBLE:	0
MISION DEL PUESTO:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asegurar el buen funcionamiento de todas las áreas de la empresa, con el propósito de trabajar en equipo ya que esto permitirá juntar fuerzas y aumentar la productividad por el ambiente confortable.
FORMACIÓN ACADEMICA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Secundaria <input type="checkbox"/> ✓ Superior <input checked="" type="checkbox"/>
CONOCIMIENTOS TECNICOS:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planeación, Dirección, Supervisión y Control en el Área Administrativo de producción. ✓ Manipulación de maquinarias y equipos existentes en la empresa. ✓ Conocimiento de los programas básicos de Excel, Word y power point.

FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ejercer la representación legal de la empresa. ✓ Aumentar la rentabilidad. ✓ Dirigir, supervisar y controlar la operatividad de la producción ✓ Capacitar al personal encargado de la producción. ✓ Proveer al empleado el área óptima, para el desarrollo de las funciones
CAMPO:	✓ Administración de empresas
EXPERIENCIA:	✓ 2 años

PASAJE ARTESANAL PUCARÁ PRERFIL DE PUESTOS	
CARGO:	Contador
REPORTA:	Inversionista
VACANTE DISPONIBLE:	0
MISION DEL PUESTO:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Optimizar los recursos monetarios de la empresa, analizar, registrar y proporcionar información clara y concisa para la toma de decisión adecuada para el aumento del nivel de producción y mayor competitividad.
FORMACIÓN ACADEMICA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Secundaria <input type="checkbox"/> ✓ Superior <input checked="" type="checkbox"/>
CONOCIMIENTOS TECNICOS:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimientos de contabilidad ✓ Conocimiento de los programas básicos de Excel, Word.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar estados financieros a la fecha requerida con información oportuna y veracidad. ✓ Controla el correcto registro de las cuentas del departamento contable. ✓ Examinar el costo del inventario existente. ✓ Declaraciones tributarias ✓ Dar seguimiento y coordinar los presupuestos ✓ Participar en las reuniones y analizar la información financiera
CAMPO:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contador ✓ Contabilidad de costos
EXPERIENCIA:	✓ 3 años

PASAJE ARTESANAL PUCARÁ PRERFIL DE PUESTOS	
CARGO:	Personal de producción
REPORTA:	Inversionista

VACANTE DISPONIBLE:	2
MISION DEL PUESTO:	✓ Elaborar producto de calidad, manteniendo un ambiente de trabajo confortable y comprometido con la misión de la empresa.
FORMACIÓN ACADEMICA:	✓ Bachiller <input checked="" type="checkbox"/>
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar producto de acuerdo a las características especificadas en las normativas del proceso. ✓ Al finalizar la jornada dejar el área de trabajo limpio y mantenimiento a las maquinarias e insumos
CONOCIMIENTOS TECNICOS:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboración del producto ✓ Manipulación de las maquinarias, materiales e insumos
CAMPO:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Producción de instrumentos de viento ✓ Mantenimiento y manejo de maquinaria
EXPERIENCIA:	✓ 1 año

PASAJE ARTESANAL PUCARÁ PRERFIL DE PUESTOS	
CARGO:	Personal de ventas
REPORTA:	Inversionista
VACANTE DISPONIBLE:	0
MISION DEL PUESTO:	✓ Mantener un margen de venta elevado que proporcione rentabilidad y liquidación de la microempresa.
FORMACIÓN ACADEMICA:	✓ Bachiller <input checked="" type="checkbox"/>
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención al cliente y venta ✓ Promocionará los productos ✓ Brindará una buena atención a los clientes ✓ Receptará las órdenes del pedido ✓ Realizará facturación e inventarios
CONOCIMIENTOS TECNICOS:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Relaciones interpersonales ✓ Atención al cliente ✓ Definiciones básicas de las estrategias de las 4 P.
CAMPO:	✓ Ventas
EXPERIENCIA:	✓ 1 año

Mapa de proceso

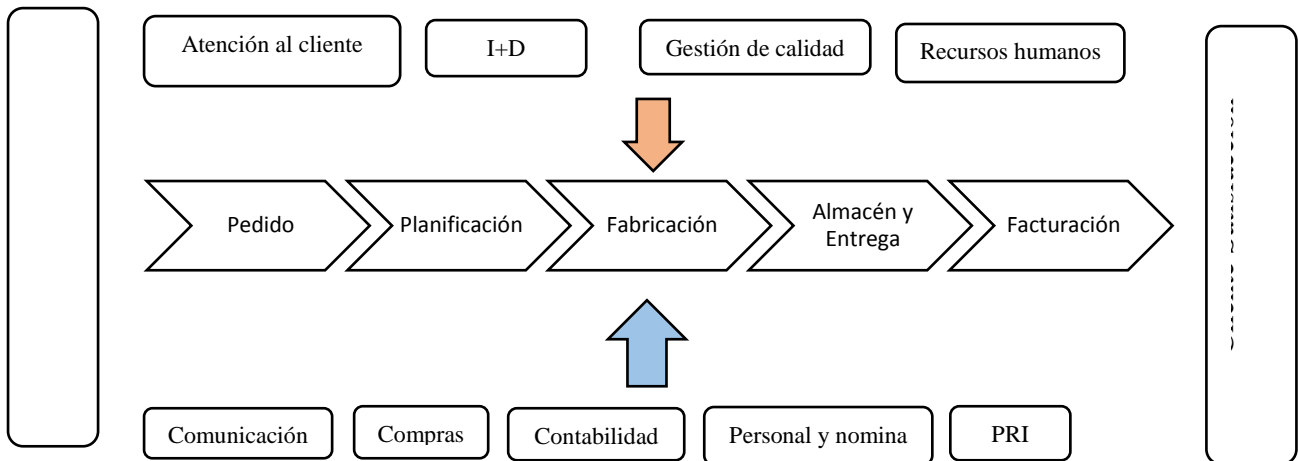


Figura 31 Mapa de Proceso

Fuente: Estructura Organizacional
Elaborada por: Blanca Montalvo

6.17. Constitución legal de la microempresa

El proyecto de la microempresa productora y comercializadora de instrumentos de viento en bambú se denomina bajo persona natural no obligada a llevar contabilidad, puede optar a la instalación por ser una empresa unipersonal, esto se debe a que el total de la participación principal es del propietario el mismo que responderá sus obligaciones hasta el monto de aportación, además el monto del capital de la microempresa estará formado por la aportación del dueño y el crédito que pedirá al BanEcuador un monto de 3000,00 dólares y la diferencia será a cargo del inversionista.

En tal caso no es necesario ninguna escritura de constitución, además de acuerdo a las exigencias del total de ingresos anual no supera el monto máximo de acuerdo a lo estipulado por el Servicios de Rentas Internas SRI que es menor el capital de 180,000,00 dólares y sus ingresos serán inferiores a 300.000,00 otro de los datos también que sus costos y gastos hayan sido menores o iguales a 240,000.00, como nuestro proyecto no cuenta con más de estos montos acordados anteriormente pertenecemos al grupo de personas no obligados a

llevar contabilidad. Otro de los parámetros que nos informan es que si arrendamos un bien inmueble, no existirá un límite del capital propio.

El Pasaje Artesanal Pucará debe emitir comprobantes de venta autorizados en transacciones superiores a \$4,00.

Ley del régimen tributario interno como el RUC permite a la administración tributaria configurar una base de datos en donde se encuentra la información necesaria sobre las personas naturales o sociedades que ejercen actividades económicas en el territorio ecuatoriano y son sujetos de imposición, es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria.

El IVA es un impuesto que permite recaudar ingreso para el Estado, producto de actividades económicas de los contribuyentes. El IVA es uno de los principales tributos que permite obtener ingreso al estado producto de diversas transacciones originadas del comercio y servicio.

El impuesto a la renta se debe cancelar sobre ingresos o rentas, productos de actividades personales, comerciales, industriales, agrícolas, en general, actividades económicas y aun sobre ingresos gratuitos, percibidos durante el año, luego de descontar los costos y gastos incurridos para obtener o conservar dichas rentas.

El código de ética es un conjunto de normas que ordenan e imprimen sentido a los valores y principios de conducta, que sirven en todo tipo de actividad a realizar. El código de ética es un documento que recoge los patrones, valores, símbolos, lenguaje, historias y prácticas para las microempresas, los cuales se ven reflejados en la forma en que sus los directores, gerentes o administradores la llevan, y cómo los colaboradores se desempeñan en la misma y que permite a la organización contar con lineamientos claros que establecen pautas de conducta

que deben respetarse tanto como dueños, como por los colaboradores de una microempresa en las labores diarias. El código de ética también fija normas que regulan los comportamientos de las personas dentro de una empresa u organización. Fortaleciendo la cultura ética con la que cuenta una microempresa ayuda a cumplir con los principios y valores, siendo como guía a seguir para la toma de decisiones como dueños. Esto también es dirigido para todos los que conformamos la microempresa como proveedores, clientes, empleados y entre otros.

CAPITULO VII

7. IMPACTOS AMBIENTALES

7.1.Introducción

Este estudio permitirá analizar qué impactos pueden ocasionarse con la implementación de la microempresa productora y comercializadora de instrumentos de viento en bambú; es decir se evalúan los impactos positivos y negativos que podría ocasionarse con la instalación del emprendimiento.

7.2.Objetivo general

Identificar los principales impactos que pudieran generarse al momento de implementar el emprendimiento, con la finalidad de mejorar los aspectos positivos y minimizar los efectos negativos que se prevean con la implementación del proyecto.

7.3.Matriz de la formulación de impactos

Tabla 120 Rango de ponderación

Expresa	Alto negativo	Medio negativo	Bajo negativo	Neutro	Bajo positivo	Medio positivo	Alto positivo
Puntaje	-3	-2	-1	0	1	2	3

Fuente: Impactos Ambientales
Elaborada por: Blanca Montalvo

Para cada uno de los impactos a estudiar se establecen valores de -3, -2, -1 que son negativos el 0 es neutro y positivos del 1, 2, 3 para esto se utilizará la formula Nivel de

$$\text{impactos} = \frac{\sum \text{Total}}{\text{Numero de indicadores}}$$

En este caso se toma en cuenta los aspectos: sociales, ambientales, económicos, éticos, culturales y educativos.

Tomando en cuenta los aspectos anteriores de la ponderación se procede a realizar para cada impacto una tabla donde se pueda establecer parámetros y estimar sus efectos.

7.4. Impacto Económico

En lo económico genera un impacto positivo al crear la microempresa, ya que servirá como sustento para el propietario y mejoraría su economía.

Tabla 121 Impacto económico

Indicadores	Valoraciones positivas negativas						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mejoramiento de la economía familiar							X
Estabilidad familiar							X
Apoyo al desarrollo local						X	
Manejo adecuado de recursos económico del proyecto y familiar						X	
Total							11

Fuente: Impactos Ambientales
Elaborada por: Blanca Montalvo

Formula:

$$\text{Nivel de impactos} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Nivel de impactos} = 2.50$$

Análisis

La economía familiar mejora ya que el inversionista se dedicará a la fabricación de artesanías que son los instrumentos de viento en su negocio propio, él sería quien lo administre de manera adecuada, también con la implementación del proyecto, los clientes podrían adquirir de manera más fácil los productos, lo que significa que ahorraría tiempo en trasladarse de un lugar a otro.

7.5. Impacto Ambiental

Al instalar una microempresa de instrumentos de viento, se procederá a utilizar los desperdicios de la materia prima permitiendo disminuir los impactos ambientales negativos de manera que se pueda proteger la salud de los comuneros, con los residuos se procederá a realizar nuevos productos.

Tabla 122 Impacto ambiental

Indicadores	Valoraciones positivas negativas						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Reducir los desperdicios					X		
Contaminación ambiental			X				
Desechos solidos			X				
Total							-1

Fuente: Impactos Ambientales
Elaborada por: Blanca Montalvo

Formula:

$$\text{Nivel de impactos} = \frac{-1}{3}$$

$$\text{Nivel de impactos} = -0,33$$

Análisis

El proceso de producción no generará un impacto que afecte el medio ambiente, sin embargo en la fabricación de instrumentos de viento en bambú el efecto producido será bajo negativo por qué no se utilizarán productos químicos en gran cantidad, se tratará de que la mayoría de los acabados sea con materiales naturales, se utilizará insumos con sello verde que son amigables con el ambiente, los desperdicios se optará por reutilizar haciendo llaveros y los no utilizables se enviará a lugares de expendio donde reciclen este tipo de material para nuevo uso para el cuidado del medio ambiente.

7.6. Impacto Social

La creación de una microempresa productora y comercializadora de instrumentos de viento en la Comunidad de Pucará, permitirá contar con una fuente de trabajo seguro para el inversionista e incrementar sus ingresos económicos, permitiendo de esta manera mejorar la calidad de vida de quienes intervienen en ella.

Tabla 123 Impacto social

Indicadores	Valoraciones positivas negativas						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Calidad de vida						X	
Generación de mano de obra					X		
Bienestar comunitario					X		
Total							4

Fuente: Impactos Ambientales
Elaborada por: Blanca Montalvo

Formula:

$$\text{Nivel de impactos} = \frac{4}{3}$$

$$\text{Nivel de impactos} = 1.33$$

Análisis

Con la implantación del proyecto, se beneficiarán todas las personas que conforman la microempresa directa e indirectamente.

7.7. Impacto Ético

Dentro del impacto ético el emprendimiento podría tener efectos positivos, por el hecho de que los valores éticos; la transparencia, la honestidad, la responsabilidad y el respeto juegan un papel importante dentro de la sociedad, de manera que se pueda conseguir la aceptación en la colectividad.

Tabla 124 Impacto éticos

Indicadores	Valoraciones positivas negativas						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Transparencia en la localidad						X	
Responsabilidad con la comunidad						X	
Dar apoyo e iniciativa						X	
Total							6

Fuente: Impactos Ambientales
Elaborada por: Blanca Montalvo

Formula:

$$\text{Nivel de impactos} = \frac{6}{3}$$

$$\text{Nivel de impactos} = 2$$

Análisis

Este proyecto tendrá un impacto positivo, ya que como microempresa genera una imagen para los pobladores de que para implantar un emprendimiento, solo basta con tener iniciativa, ser creativos e innovadores, ser justos y correctos para el logro de los objetivos y metas planteados, cumpliendo con las normas legales pertinentes.

7.8. Impacto educativo

Dentro del proyecto el impacto educativo podría tener efectos positivos, por el hecho de que existen unidades educativas bilingües en el cantón, de manera que pueda existir aceptación de la microempresa por parte de la sociedad.

Tabla 125 Impacto educativo

Indicadores	Valoraciones positivas negativas						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Interés por el sector artesanal							X
Generación de conocimiento						X	
Avanza tecnológico							X
Total							8

Fuente: Impactos Ambientales
Elaborada por: Blanca Montalvo

Formula:

$$\text{Nivel de impactos} = \frac{8}{4}$$

$$\text{Nivel de impactos} = 2$$

Análisis

El proyecto servirá como fuente de consulta para quienes producen los instrumentos de viento, además de que se contribuirá al rescate cultural y de tradiciones. A través de esto podría haber nuevas personas a quienes les interese este tipo de producto, además de dar a conocer sobre la importancia que tienen estos dentro de la economía ya que aún no se aprovecha la riqueza que brinda la naturaleza como el bambú.

7.9. Impacto general

El análisis de todos los impactos involucrados permitirá finiquitar a que conclusión se pudo llegar.

Tabla 126 Impacto general

Indicadores	Valoraciones positivas negativas						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto económico							X
Impacto ambiental			X				
Impacto social					X		
Impacto ético						X	
Impacto educativo						X	
Total							8

Fuente: Impactos Ambientales
Elaborada por: Blanca Montalvo

Formula:

$$\text{Nivel de impactos} = \frac{8}{5}$$

$$\text{Nivel de impactos} = 1,6$$

Análisis

Se puede determinar que los valores en el resumen general de la microempresa dan como resultado 2, que representa un impacto medio positivo que corresponde a una ponderación de los rangos mencionadas, llegando a concluir que es factible la implementación del proyecto desde el punto de vista.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Mediante el estudio diagnóstico se determinó que el Cantón Antonio Ante necesita de un lugar de producción y comercialización de artesanías de instrumentos de viento en bambú, ya que este cantón es visitado por turistas extranjeros y nacionales, que por falta un local de este producto se traslada al Cantón Otavalo, pudiendo como Anteños mejorar la economía mediante estas ventas, por lo que la instalación de este proyecto será factible para el propietario.
- El marco teórico permite fundamentar los términos como apoyo para el lector y para el estudiante, profundizando cada concepto a ser utilizado en el proyecto para esto se realizó investigaciones a través de medios como libros, revistas, páginas web, clasificándolos en términos específicos y generales.
- El tercer capítulo profundiza la investigación de campo con el fin conocer sobre las realidades del producto que son instrumentos de viento para buscar si dicho producto tendrá un acogimiento por los clientes y poder consolidar los valores reales de la dicha demanda a satisfacer de acuerdo a la demanda y oferta dando como resultado una oportunidad para la venta del producto en el cantón.
- En el estudio técnico se determinó que la localización del lugar apto para el proyecto, para producción será en la Comunidad Pucará y para la comercialización Atuntaqui zona que cuenta con aspectos importantes como servicios básicos, lugares turísticos, gran afluencia de personas, vías de fácil acceso que son necesarios para la acogida del pequeño emprendimiento.
- En el estudio financiero se podrá comprobar si el proyecto es factible desde el aspecto económico, el cálculo del Valor Actual Neto dio un valor positivo de \$4872.35, la Tasa

Interna de Retorno es del 27%, superior a la tasa activa a la que se conseguiría el crédito; la TIR Descontada asciende al 16%, el Punto de Equilibrio se logra en un nivel de \$ 10400,56 que bordea el 39% de las ventas del primer año y el Período de Recuperación de la Inversión refleja que se necesitan 3 años, 10 meses y 26 días, para recobrar los recursos invertidos en el proyecto. Los resultados de cada indicador reflejan que la instalación de la microempresa será viable y obtendrá rentabilidad.

- En la propuesta de estructura organizacional se planteó la misión, visión, políticas, manuales de funciones para el trabajador, organigrama estructural y funcional y los procesos legales para la instalación de la microempresa productora y comercializadora de instrumentos de viento en bambú.
- En el estudio de impactos la implementación del proyecto no tendrá impactos negativos que dañen el medio ambiente y peor aún la salud de los habitantes de la comunidad que lo rodean, concluyendo que esto ayudara a la mejoría de la economía del dueño y para los compradores sería más fácil de adquirirlo, como propietario si existiese impactos dañinos intentar minimizar lo más rápido posible, pero en este proyecto no existirán estos inconvenientes.

RECOMENDACIONES

- La implementación del proyecto, se debe realizar en dos lugares: la planta de producción estará ubicada en la Comunidad de Pucará y su comercialización deberá realizarse en el sector central de la ciudad de Atuntaqui, en vista de que no existe otro lugar que ofrezca este tipo de instrumentos.
- Debe ser revisada la terminología desarrollada en el marco teórico, ya que constituye la base fundamental para el buen entendimiento por parte del lector.
- Aprovechar la demanda existente, mediante la producción con calidad para ofertar diferentes tipos de instrumentos de viento, que serán utilizados en festividades de la misma Comuna, como adornos en los hogares o para la comercialización en otros lugares.
- Las zonas escogidas para la implantación permitirán la viabilidad de la producción y comercialización. Para cumplir con la totalidad de la inversión proyectada, es necesario la consecución de un crédito, con la finalidad de financiar la deuda que generará y de esta manera poder iniciar con el funcionamiento adecuado del proyecto, y sin dejar de lado la calidad de la materia prima.
- Con respecto al análisis financiero realizado, se recomienda implementar el proyecto ya que los indicadores financieros evidencian que existe viabilidad económica para el mismo.
- Adoptar la estructura organizacional propuesta ya que ayudará a que exista cumplimiento en los objetivos y metas trazadas, y contribuir al desenvolvimiento adecuado de la misma.
- Se recomienda implementar todas las medidas propuestas para mitigar el impacto que generará el proyecto por la generación de residuos, además de la utilización de insumos con sello verde y el reciclaje de piezas pequeñas para la fabricación de llaveros y otros.

Bibliografía

- Arèvalo Araujo, D. (2013). *Proyecto de Inversion*. Mexico: Trillas.
- Bambusa. (s.f.). *Diseño e instalacion de estructuras de bambú*. Obtenido de <https://bambusa.es/caracteristicas-del-bambu/>
- Bohlander, S. (2013). *Administración de Recursos Humanos*. Mexico: Gengage learning.
- Borja, O. (22 de 07 de 2016). *Bambù Ecuador*. Obtenido de Punto de encuentro entre los sectores productivo, social, educativo y gubernamental, para optimizar el desarrollo y aprovechamiento del bambù en el Ecuador: <https://bambu.com.ec/bambu/el-bambu-en-ecuador/>
- Cantos, E. (2008). *Diseño y Gestion de Microempresas*. Quito: CODEU.
- Ciallella, C., & Edgar, G. (2016). *Introducción al marketing gastronómico: para emprendedores, empresarios, trabajadores y estudiantes*. Obtenido de Introducción al marketing gastronómico: para emprendedores, empresarios, trabajadores y estudiantes: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=4536659>
- Collazos, J. (2016). *Evaluación empresarial de proyectos*. 02: San Marcos de Aníbal Jesús Paredes Galván.
- Córdova Padilla, M. (2011). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Bogotá: Ecoe .
- dbambú. (s.f.). *Caña de bambú para instrumentos musicales*. Obtenido de <https://bambu.openttiendas.com/tienda/palos-y-canas-de-bambu/cana-bambu-para-instrumentos-musicales>
- Díaz, J. (2012). *Revista de FOLKLORE*. Obtenido de <http://media.cervantesvirtual.com/jdiaz/rf2012.pdf#page=40>
- Ejemplos, 1. (05 de 2015). *10 Ejemplos Instrumentos de Viento*. Obtenido de <http://10ejemplos.com/10-ejemplos-de-instrumentos-de-viento>
- Escudero Serrano, M. J. (2011). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente*. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=EpsvChk941kC&oi=fnd&pg=PA1&dq=El+cliente+es+aquella+persona,+empresa+u+organizaci%C3%B3n+que+compra+un+bien,+un+producto+o+un+servicio,+para+satisfacer+sus+necesidades+a+otra+persona,+empresa+u+organizaci%C3%B3n+>
- Fernandez Luna, G., Mayagoitia Barragan, V., & Quintero Miranda, A. (2010). *Formulaciòn y evaluaciòn de proyecto de inversiòn*. Obtenido de <https://7ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3187211>
- Flóres Uribe, J. A. (2015). *Proyectos de inversión para las PYME*. Bogotá: 3 Edicion.
- Gallardo, D., & Maldonado, V. (2016). *Proyecto Organizacional*. Editorial Maipue.

- Guerrero Reyes, J. C., & Galindo Alvarado, J. F. (2014). *Contabilidad para administradores*. México: Primera. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3227547&query=contabilidad++y+definiciones+de+balance+general+del+autor+flores+>
- Guilli, J. J. (01 de 2017). *Clave de la estructura organizativa*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=4849687&query=Clave+de+la+estructura+organizativa>
- Hart, B. (01 de 02 de 2018). *Geniolandia*. Obtenido de <https://www.geniolandia.com/13131770/como-hacer-instrumentos-musicales-de-bambu>
- Lira Briceño, P. (10 de 2016). *Apuntes de finanzas operativas*. Obtenido de lo básico para saber operar una empresa financiera: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=4775870&query=Estado+de+Situaci%C3%B3n+Financiera>
- Lizarazu, A. (2005). *Musica tradicional en la provincia de Guadalajara*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3160743&query=instrumentos+aerofonos>
- Luna González, A. C. (01 de 01 de 2014). *PROCESO ASMINISTRATIVO*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3228564&query=para+entender+que+es+una+empresa+se+requiere+conocer+sus+principales+caracter%C3%ADsticas.+Unidad+econ%C3%B3mica+social+-+Integrada+por+capital%2C+trabajo%2C+administraci%2C>
- Martínez Pedròs, D., & Artemio Milla, G. (2012). *Metas Esatratègicas*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3228572&query=mision+de+una+empresa>
- Merino, J. M. (01 de 01 de 2010). *Las vibraciones de la música*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3215325&query=instrumentos+de+viento+o+aerofonos&ppg=196>
- Meza Orozco, J. d. (01 de 01 de 2010). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3198301&query=DEFINICION+DEL+VAN+Y+LA+TIR>
- Ngoc, A. (23 de 04 de 2017). *La voz de vietnam-Voz mundo*. Obtenido de <http://vovworld.vn/es-ES/cultura/instrumentos-musicales-de-bambu-un-orgullo-de-vietnam-531665.vov>
- Pacheco Coello, C. E., & Pérez Brito, G. J. (05 de 2015). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=M4mYDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=LIBRO+DE+AUTOR+COELLO+DEL+2015+DONDE+DA+A+CONOCER+DEL+OBJETIVO+DEL+ESTUDIO+DE+MECADO&ots=XRxN4MMhw5&sig=pn3>

M3kIhb5WzUmk2STdwL7b8wNM#v=onepage&q=DEFINICI%C3%93N%20DE%20ESTUDIO%20DE%20

Palacio, L. C. (01 de 01 de 2015). *Estrategias de creación empresarial*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=4499011&query=>

Perez Aguilera, F. (01 de 01 de 2017). *PROYECTO DE VIABILIDAD DEL NEGOCIO O MICROEMPRESA*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=5214060&query=define+la+microempresa&ppg=17>

Revista_ElAgro. (2016). El cultivo del bambù y el clima en Ecuador. *Revista_ElAgro*, <http://www.revistaelagro.com/el-cultivo-del-bambu-y-el-clima-en-ecuador/>.

Rodés Bach, A. (2010). *Gestion economica y financiera de la empresa*. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=tvSwBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=los+requisitos+para+que+una+empresa+pueda+funcionar+con:+El+registro+%C3%BAnico+de+contribuyentes:+documento+obligatorio+para+personas+que+realicen+actividades+econ%C3%B3micas,+el+ob>

Rodríguez Franco, J., Rodríguez Jiménez, E. C., & Pierdant Rodríguez, A. I. (01 de 01 de 2014). *MATEMÁTICAS financieras*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3227883&query=TIR>

Rodríguez-Serrano, J. C. (23 de 06 de 2011). *El modelo de gestion de recursos humanos*. Obtenido de https://books.google.com.br/books?hl=es&lr=&id=F5iqQr_Q9dkC&oi=fnd&pg=PA48&dq=Elementos+b%C3%A1sicos+de+la+empresa+a%C3%B1o+2011&ots=qOUmHu9KbX&sig=yOfd6Qp7BQzGD75ufqtP6rg6V4#v=onepage&q&f=false

Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Bogota: Mc Graw Hill.

Torres Dujisin, J. (2015). *Proyecto de negocios:método práctico para emprendedores*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=4536658>

Vargas Belmonte, A. (20 de 05 de 2014). *UF1820:Marketing y plan de negocio de la microempresa*. Obtenido de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=s9yZAAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT24&dq=%E2%80%9CCompetencia+se+refiere+a+la+existencia+de+un+gran+n%C3%BAmero+de+empresas+o+personas+que+realizan+la+oferta+y+venta+de+un+producto+\(son+oferentes\)+&ots=KAASp-zVdT&sig=NtCYn](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=s9yZAAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT24&dq=%E2%80%9CCompetencia+se+refiere+a+la+existencia+de+un+gran+n%C3%BAmero+de+empresas+o+personas+que+realizan+la+oferta+y+venta+de+un+producto+(son+oferentes)+&ots=KAASp-zVdT&sig=NtCYn)

ANEXOS

Anexo 1

LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

Art. 1.- Objeto del impuesto. - Establécese el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley.

Art. 3.- Sujeto activo. - El sujeto activo de este impuesto es el Estado. Lo administrará a través del Servicio de Rentas Internas.

Art. 4.- Sujetos pasivos. - Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta Ley.

Art. 5.- Ingresos de los cónyuges. - Los ingresos de la sociedad conyugal serán imputados a cada uno de los cónyuges en partes iguales, excepto los provenientes del trabajo en relación de dependencia o como resultado de su actividad profesional, arte u oficio, que serán atribuidos al cónyuge que los perciba.

Art. 9.1.- Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas.- (Agregado por la Disposición reformatoria segunda, núm. 2.2, de la Ley s/n, R.O. 351-S, 29-XII-2010).- Las sociedades que se constituyan a partir de la vigencia del Código de la Producción así como también las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas y productivas, gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión.

Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad. - (Reformado por el Art. 79 de la Ley s/n.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que

arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Art. 36.- Tarifa del impuesto a la renta de personas naturales y sucesiones indivisas:

a) (Sustituido por el Art. 88 de la Ley. - Para liquidar el impuesto a la renta de las personas naturales y de las sucesiones indivisas, se aplicarán a la base imponible las tarifas contenidas en la siguiente tabla de ingresos:

Los rangos de la tabla precedente serán actualizados conforme la variación anual del Índice de Precios al Consumidor de Área Urbana dictado por el INEC al 30 de noviembre de cada año. El ajuste incluirá la modificación del impuesto sobre la fracción básica de cada rango.

Año 2016 – En dólares			
Fracción Básicas	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
0	11.170	0	0%
11.170	14.240	0	5%
14.240	17.800	153	10%
17.800	21.370	509	12%
21.370	42.740	938	15%
42.740	64.090	4.143	20%
64.090	85.470	8.413	25%
85.470	113.940	13.758	30%
113.940	En adelante	22.299	35%

Art. 40.- Plazos para la declaración. - (Reformado por el Art. 94 de la Ley s/n, R.O. 242-3S, 29-XII-2007).- Las declaraciones del impuesto a la renta serán presentadas anualmente por los sujetos pasivos, en los lugares y fechas determinados por el reglamento. En el caso de la terminación de las actividades antes de la finalización del ejercicio impositivo, el contribuyente presentará su declaración anticipada del impuesto a la renta. Una vez presentada esta declaración procederá el trámite para la cancelación de

la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes o en el registro de la suspensión de actividades económicas, según corresponda. Esta norma podrá aplicarse también para la persona natural que deba ausentarse del país por un período que exceda a la finalización del ejercicio fiscal.

Art. 42.- Quiénes no están obligados a declarar. - (Reformado por el Art. 97 de la Ley s/n, R.O. 242-3S, 29-XII-2007). - No están obligados a presentar declaración del impuesto a la renta las siguientes personas naturales: 1. Los contribuyentes domiciliados en el exterior, que no tengan representante en el país y que exclusivamente tengan ingresos sujetos a retención en la fuente; 2. (Sustituido por el Art. 97 de la Ley s/n, R.O. 242-3S, 29-XII-2007).- Las personas naturales cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no excedieren de la fracción básica no gravada, según el artículo 36 de esta Ley; y, 3. (Agregado por el Art. 14 de la Ley s/n, R.O. 94-S, 23-XII-2009).- Otros que establezca el Reglamento. Todas las demás personas están obligadas a presentar declaración aun cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos.

RETENCIONES EN LA FUENTE Art. 43.- Retenciones en la fuente de ingresos del trabajo con relación de dependencia.- (Reformado por el Art. 98 de la Ley s/n, R.O. 242-3S, 29-XII-2007).- Los pagos que hagan los empleadores, personas naturales o sociedades, a los contribuyentes que trabajan con relación de dependencia, originados en dicha relación, se sujetan a retención en la fuente con base en las tarifas establecidas en el artículo 36 de esta Ley de conformidad con el procedimiento que se indique en el reglamento.

Art. 67.- Declaración del impuesto. - Los sujetos pasivos del IVA declararán el impuesto de las operaciones que realicen mensualmente dentro del mes siguiente de realizadas, salvo de aquellas por las que hayan concedido plazo de un mes o más para el pago en cuyo caso podrán presentar la declaración en el mes subsiguiente de realizadas, en la

forma y plazos que se establezcan en el reglamento. Los sujetos pasivos que exclusivamente transfieran bienes o presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, así como aquellos que estén sujetos a la retención total del IVA causado, presentarán una declaración semestral de dichas transferencias, a menos que sea agente de retención de IVA. Art. 68.- Liquidación del impuesto. - Los sujetos pasivos del IVA obligados a presentar declaración efectuarán la correspondiente liquidación del impuesto sobre el valor total de las operaciones gravadas. Del impuesto liquidado se deducirá el valor del crédito tributario de que trata el artículo 66 de esta Ley. Art. 69.- Pago del impuesto. - La diferencia resultante, luego de la deducción indicada en el artículo anterior, constituye el valor que debe ser pagado en los mismos plazos previstos para la presentación de la declaración. Si la declaración arroja saldo a favor del sujeto pasivo, dicho saldo será considerado crédito tributario, que se hará efectivo en la declaración del mes siguiente. Los valores así obtenidos se afectarán con las retenciones practicadas al sujeto pasivo y el crédito tributario del mes anterior si lo hubiere.

Anexo 2

CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL DEL CONTADOR PÚBLICO

PRINCIPIOS FUNDAMENTALES Los principios que se detallan a continuación son de carácter general y determinan un conjunto de que los Contadores Públicos deben observarlos rigurosamente.

1. **INTEGRIDAD** El Contador Público deberá mantener incólume su integridad moral en el ejercicio profesional. De él se espera: rectitud, probidad, honestidad, dignidad y sinceridad en toda circunstancia.

2. **OBJETIVIDAD** Para el Contador Público, objetividad representa: imparcialidad, desinterés y actuación sin prejuicios en todos los asuntos que corresponden al campo de su actuación profesional.

3. **INDEPENDENCIA** El Contador Público en el ejercicio profesional deberá tener y demostrar absoluta independencia mental y de criterio con respecto a todo interés que pudiera considerarse incompatible con los principios de integridad y objetividad, junto a los cuales la independencia de criterio es esencial y concomitante.

4. **COMPETENCIA Y CUIDADO PROFESIONAL** El Contador Público deberá contratar solamente trabajos para los cuales él o sus asociados o colaboradores cuenten con la capacidad e idoneidad necesarias para que los servicios comprometidos se realicen en forma eficaz y satisfactoriamente obligado a actualizar los conocimientos necesarios para su actuación profesional y especialmente aquellos requeridos para el bien común y los imperativos de progreso social y económico. El Contador Público actuará con la intención, cuidado, diligencia de un profesional responsable consigo mismo y con la sociedad, asumiendo siempre una responsabilidad personal indelegable por los trabajos por él ejecutados o realizados bajo su dirección.

5. CONFIDENCIALIDAD O SECRETO PROFESIONAL El Contador Público tiene la obligación de guardar el secreto profesional, no revelando por ningún motivo los hechos o circunstancias de que tenga conocimiento durante el curso de la presentación de sus servicios profesionales, a menos que exista la obligación o el derecho legal o profesional para hacerlo.

6. OBSERVANCIA DE LAS DISPOSICIONES NORMATIVAS El Contador Público debe realizar su trabajo cumpliendo las normas técnicas y profesionales promulgadas por el Colegio de Contadores de Bolivia. En ausencia de estas para algún caso específico deberá actuar de conformidad con las normas técnicas y profesionales promulgadas por la Federación Internacional de Contadores (IFAC). Además, deberá observar las instrucciones recibida de su cliente o de los funcionarios competentes del ente que requiere sus servicios, siempre que estas sean compatibles con los principios de integridad, objetividad e independencia, así como los demás principios y normas de ética y reglas formales de conducta y actuación aplicables a las circunstancias.

7. DIFUSIÓN Y COLABORACIÓN El Contador Público tiene la obligación de contribuir, de acuerdo con sus posibilidades personales, al desarrollo, superación y dignificación de la profesión.

8. COMPORTAMIENTO PROFESIONAL a) El Contador Público deberá abstenerse de realizar actos que afecten negativamente la reputación de la profesión. Para ello el Contador Público debe tener siempre presente que la sinceridad, buena fe y lealtad para con sus colegas, son las condiciones básicas para el ejercicio libre y honesto de la profesión y para la convivencia pacífica, amistosa y cordial de sus miembros; así como también para con sus clientes, con terceros y público en general. b) Es deber de todo Contador Público el servicio a su patria en justa retribución al esfuerzo que hizo por su educación. Esta retribución será un servicio social que le obligará a tener presente

siempre los intereses de pueblo al cual se debe. En tal virtud le sea obligatorio luchar, en su medio, por la superación de su pueblo y deberá participar en las actividades prácticas y sociales organizadas que permitan la obtención de estos fines.

APLICABLE A TODOS LOS CONTADORES PÚBLICOS CAPITULO I

OBJETIVIDAD

1.1 Para los Contadores Públicos el principio de objetividad impone a todo miembro de la profesión contable la obligación de ser justo y honesto intelectualmente y libre de conflictos e intereses.

1.2 Los Contadores Públicos actúan en muy variadas asignaciones y deben demostrar su objetividad en circunstancias diversas. Los profesionales en el ejercicio independiente aceptan encargados de realizar informes y, además, prestan servicios de asesoramiento fiscal sobre otras materias gerenciales. Otros profesionales preparan estados financieros en la empresa que los contrata laboralmente, realizan servicios de auditoría interna o emplean su capacidad de dirección financiera a la industria, en el comercio, en el sector público o en la educación, también educan y adiestran a quienes aspiran a formar parte de la profesión. En atención a su cometido y a su capacidad, los Contadores Públicos deben proteger la integridad de sus servicios profesionales, manteniendo la objetividad y evitando cualquier subordinación de su criterio a terceros.

1.3 Al seleccionar las situaciones y prácticas a ser tratadas por los requerimientos éticos referente a la objetividad, deben tenerse en cuenta los siguientes factores:

a) Los Contadores Públicos pueden estar expuestos a situaciones que incluyen la posibilidad de presiones ejercidas sobre ellos. Estas presiones pueden lesionar su objetividad.

b) Es imposible definir y regular todas las situaciones en las que pueden existir presiones externas. La razonabilidad debe regir el establecimiento de normas que identifiquen las relaciones que puedan o aparenten afectar la objetividad del profesional.

c) Deben evitar las relaciones que puedan implicar prejuicios o influencias de terceros que lesionen o afecten la objetividad.

d) Los Contadores Públicos tienen la obligación de asegurar que todo el personal involucrado en la presentación de servicios profesional

a) Encubre un hecho importante a sabiendas que es necesario revelarlo, para que su opinión no induzca a conclusiones erradas;

b) Deje de manifestar expresamente cualquier dato importante que daba mencionarse en los estados financieros o en sus informes y del cual tenga conocimiento;

c) Incurre en negligencia grave al emitir el informe correspondiente a su trabajo, sin haber cumplido las normas de auditoría exigidos por las circunstancias, para sustentar su opinión profesional sobre el asunto examinado;

d) Siendo de su conocimiento, no informe sobre cualquier desviación substancial de las normas de contabilidad generalmente aceptadas o de cualquier omisión importante aplicable en las circunstancias del caso que él ocupa; y

e) Aconseje falsear los estados financieros o cualquier otra información de su cliente o de las dependencias donde presta sus servicios. En suma, las opiniones, informes u documentos que presente el Contador Público deberán contener la expresión de un juicio bien fundado, sin ocultar o desviar los hechos de manera que pueda inducir a error.

CAPITULO III COMPETENCIA PROFESIONAL

3.1 En la presentación de servicios el Contador Público debe realizar su trabajo profesional en forma competente, teniendo siempre presente las disposiciones normativas aplicables al trabajo que ejecute.

3.2 Cualquier tipo de informe que emita el Contador Público con su firma, necesariamente deberá ser el resultado del trabajo por el practicado o por algún colaborador suyo bajo su supervisión también podrá suscribir aquellos informes que se deriven de trabajos en colaboración con otros profesionales colegiados.

3.3 Si el Contador Público no tiene competencia para ejecutar una parte concreta del servicio que se ha encomendado, debe buscar asesoramiento técnico de expertos como, por ejemplo, otros profesionales de la contabilidad, abogados, actuarios, ingenieros, geólogos, o peritos tasadores.

3.4 El Contador Público no deberá aceptar tareas para las cuales no está capacitado.

3.5 El Contador Público es responsable de los informes que suscriba.

3.6 La atención de la adecuada competencia profesional requiere inicialmente un alto nivel de formación general seguida de formación específica, adiestramiento y examen en materias relevantes desde un punto de vista profesional, y este regulado o no, de un periodo de trabajo practico. Estos deben ser los criterios normales para el desarrollo de un profesional.

3.7 El mantenimiento de la competencia profesional requiere el conocimiento continuo de los desarrollos en la profesión, incluidas las normas de contabilidad y auditoría y otros pronunciamientos significativos, así como regulaciones relevantes y requerimientos legales.

3.8 Todo Contador Público debe adoptar un programa diseñado para asegurar el control de calidad en el cumplimiento de servicios profesionales congruentes con los pronunciamientos nacionales e internacionales.

CAPITULO IV SECRETO PROFESIONAL

4.1 El Contador Público tiene la obligación de respetar la confidencialidad de la información sobre las actividades de sus clientes o de quienes le emplean laboralmente,

adquirida en la ejecución de sus servicios profesionales. El deber de guardar el secreto profesional continua incluso después de la finalización de sus relaciones con el cliente o con quien le haya empleado laboralmente

CAPITULO V PUBLICIDAD 5.1 El Contador Público deberá cimentar su reputación en la honradez, laboriosidad y capacidad profesional, observando en sus actos las reglas de ética más elevados y evitando toda publicidad con fines de lucro o auto elogio. No deberá anunciarse o solicitar trabajo utilizando medios masivos de comunicación u otros que menoscaben la dignidad del Contador Público o de la profesión en general. 5.2 Solamente el Colegio de Contadores Públicos de Bolivia y los colegiados Departamentales, desarrollaran la publicidad institucional que juzguen conveniente y publicaran el directorio de sus asociados.

CAPITULO VI RETRIBUCIÓN DE SERVICIOS

6.1 El Contador Público no podrá tener ventajas económicas directas o indirectas de su cliente, por los ingresos derivados de sus sugerencias en el ejercicio de su profesión excepto remuneraciones propias a su actividad.

6.2 El monto de la retribución a que tiene derecho el Contador Público, estará de acuerdo con la importancia de las labores a desarrollar, el tiempo que a esa labor designe y el grado de especialización requerido.

CAPITULO VII EJERCICIO PROFESIONAL

7.1 Cualquier profesional que preste servicios de carácter fiscal está en su derecho de procurar la mejor posición para su cliente o para quien le emplea laboralmente siempre y cuando haya de rendir su servicio con competencia profesional, no afecte su integridad y objetividad, y sea a la vez, congruente con la ley. Las posibles dudas pueden resolverse a favor de su cliente o de quien le emplea laboralmente, si existen argumentos razonables para apoyar su postura.

Anexo 3

ENTREVISTA APLICA A LOS PRODUCTORES DE INSTRUMENTOS DE VIENTO EN BAMBÚ EN EL CANTÓN OTAVALO.

Entrevistados:

Talleres artesanales de instrumentos de viento en bambú: KJARY Propietario Edwin Vinicio Maldonado Burga, Propietario Patricio Fernando Quishpe Patajalo, Ñanda Mañachi Propietario José Luis Pichamba y por último el taller Lampa Propietario Sr. Gonzalo

1.- ¿De dónde son los proveedores que entregan la materia prima para el producto?

Los propietarios entrevistados manifestaron que existen cuatro productores de materia prima que se dedican a abastecerlos, realizan sus entregas cada 6 meses de la cantidad requerida de bambú, estos vienen en atados y el pago lo realizan cuando llega el material al sitio de bodega, a veces el pago lo hacen el 75% en ese momento y con el 25% cuando llegue la nueva entrega.

8. Loja
9. Perú
10. Guayaquil
11. Buenos Aires (Ibarra)

2.- ¿De qué maquinaria dispone para la elaboración?

La mayoría de empresas que se dedican a esta actividad de instrumentos de viento en bambú en el cantón Otavalo lo hacen artesanalmente y algunos accesorios para su elaboración como:

- ✓ Cortadora
- ✓ Lijadora
- ✓ Taladora
- ✓ Afinador

3.- ¿Cómo fijan los precios de los productos?

Los productores de instrumentos de viento fijan sus precios en base al costo de la materia prima más el costo de los accesorios utilizados que se compran en el mercado y la mano de obra al que añade su margen de utilidad.

4.- ¿Quiénes son los principales compradores?

Los instrumentos los compran los turistas nacionales, locales e indígenas que llegan a la provincia, estos también son entregados al por mayor y menor a intermediarios en las ferias de Otavalo, los comerciantes minoristas los venden a un precio más elevado. KJary es una de las marcas de instrumentos donde se produce y comercializa este tipo de instrumentos a nivel nacional y a veces a Estados Unidos, pero la mayor cantidad lo entrega en la ciudad de Otavalo.

5.- ¿Cuál es el tipo de instrumento que se vende?

Existen diferentes tipos de instrumentos de viento en bambú, no todos cuestan lo mismo, varían según su uso, pues los decorativos no necesitan ser afinados. Los instrumentos más vendidos son: rondadores, flauta de pan, quena, decorativos, flauta con corchos, pallas, quenachos, quenillas entre otras.

6.- ¿El capital de trabajo es propio o financiado?

El capital de trabajo es propio de los cuatro productores, su proceso de producción es artesanal, requiere de poca inversión en maquinarias por lo que no ha sido necesario buscar financiamiento.

7.- ¿Cuál es la producción anual de los instrumentos de viento en bambú?

Nombre de los talleres artesanales	Producción mensual	Producción anual
Instrumentos de viento KJARY	600	7200
Instrumentos de viento QUISHPE	700	8400
Instrumentos de viento ÑANDA MAÑACHI	700	8400
Instrumentos de viento LAMPA	700	8400
Total	2160	32400

8.- ¿Cuál es el número de trabajadores que usted dispone en su taller?

Instrumentos KJARY	2 Trabajador
Instrumentos QUISHPE	2 Trabajador
Instrumentos andinos ÑANDA MAÑACHI	2 Trabajador
Instrumentos andinos LAMPA	2 Trabajador

Anexo 4

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LA COMUNIDAD DE PUCARÁ DE SAN ROQUE

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como finalidad conocer la factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Instrumentos de Viento en Bambú en la Comunidad de Pucará de San Roque.

Género: Masculino () Femenino ()

Edad:

10 a 15 ()

15 a 30 ()

30 a 40 ()

40 en adelante ()

1. Tiene conocimiento de lo que son instrumentos de viento en bambú.

Si ()

No ()

2. En que material desearía.

Bambú (caña de guadua) ()

Madera ()

Metal ()

3. Conoce que tipo de instrumento de viento no más existe.

Si ()

No ()

4. Esta dispuesto a comprar los instrumentos de viento.

Si ()

No ()

5. Que aspecto tomaría en cuenta para la compra.

Calidad ()

Diseño ()

Precio ()

Todas las anteriores ()

6. En qué tipo de presentación desea el instrumento.

Caja ()

Fundas ()

Estuches ()

7. En qué lugar le gustaría adquirir.

Mercado ()

Tiendas exclusivas ()

Ferias artesanales ()

8. Esta de acuerdo con la Creación de la Microempresa Productora y Comercializadora de Instrumentos de Viento en Bambú.

Si ()

No ()

9. Qué tipo de instrumentos usted quisiera adquirir.

Quena ()

Zampoña ()

Sikus ()

Rondadores ()

Flauta de pan ()

Decorativos ()

Pallas ()

Quenillas ()

Llaveros ()

Chulis ()

Quillas ()

Antaras ()

Antaritas ()

Maltas ()

Bajones bastos ()

Quenachos ()

Flauta de Pan con corcho ()

10. Que medios de comunicación prefiere que se informe del producto.

Volantes ()

Internet ()

Periódico ()

11. Con que frecuencia usted compraría los instrumentos de viento en bambú.

Cada mes ()

Cada 3 meses ()

Cada 6 meses ()

Cada año ()

12. Le gustaría adquirir cuando existan promociones.

Si ()

No ()

13. Qué precio está dispuesto a pagar por el instrumento de viento en bambú.

Si no compra no ubique ()

Quena en Bambú	10-15 dólares () 15-20 dólares () 20 dólares en adelante ()
Zampoñas en Bambú	15-20 dólares () 20-25 dólares () 30-35 dólares () 35 dólares en adelante ()
Sikus en Bambú	8-10 dólares () 10-12 dólares () 12-15 dólares () 15 dólares en adelante ()
Rondadores en Bambú	8-12 dólares () 12-16 dólares () 16-20 dólares () 20 dólares en adelante ()
Flauta de Pan en Bambú	15-20 dólares () 20-25 dólares () 30-35 dólares () 35 dólares en adelante ()
Decorativos en Bambú	1-1,5 dólares () 1,5-2 dólares ()
Pallas en Bambú	4-6 dólares () 6-8 dólares () 8 dólares en adelante ()
Flauta de Pan con corchos	150-170 dólares () 170-180 dólares () 180 dólares en adelante ()
Llaveros	0,50- 1 dólar () 1 dólar en adelante ()
Quillas en Bambú	5-8 dólares () 8-10 dólares () 10 dólares en adelante ()
Antaras en Bambú	5-8 dólares () 8-10 dólares () 10 dólares en adelante ()
Antaritas en Bambú	5-8 dólares () 8-10 dólares () 10 dólares en adelante ()
Maltas en Bambú	10-15 dólares () 15-20 dólares () 20 dólares en adelante ()

Bajones o bastos en Bambú	15-20 dólares () 20-25 dólares () 30-35 dólares () 35 dólares en adelante ()
Chulis en Bambú	5-8 dólares () 8-10 dólares () 10 dólares en adelante ()
Quenillas	5-10 dólares () 10-15 dólares () 15 dólares en adelante ()
Quenachos	10-20 dólares () 20-30 dólares () 30-40 dólares () 40 dólares en adelante ()

Anexo 5



Preparado para: Blanca Montalvo

Datos del cálculo de crédito

Tipo de Crédito: Empeñamiento

Destino: Capital / Producción

Forma de Pago: Semestral

Tasa: 11.26 %

Tasa Efectiva: 0 %

Monto Deseado: \$ 3,000.00

Plazo: 3 años

Sistema de Amortización: Cota fija

Fecha de emisión: 22/07/2018

NOTA: "Recuerda, esta información es una simulación de crédito, para que te familiarices con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito"

Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	\$ 3,000.00	\$ 435.76	\$ 164.40	\$ 0.82	\$ 600.98
2	\$ 2,564.24	\$ 459.64	\$ 140.52	\$ 0.70	\$ 600.86
3	\$ 2,104.61	\$ 484.82	\$ 115.33	\$ 0.58	\$ 600.73
4	\$ 1,619.78	\$ 511.39	\$ 88.76	\$ 0.44	\$ 600.60
5	\$ 1,108.39	\$ 539.42	\$ 60.74	\$ 0.30	\$ 600.46
6	\$ 568.97	\$ 568.97	\$ 31.18	\$ 0.16	\$ 600.31

Anexos 7

Promocionar publicación

5,00 USD

Alcance estimado de personas **1600 - 9500 personas al día** de 150 000

Acota la audiencia o amplía el presupuesto para llegar a más personas relevantes.

Duración **1 día** 7 días 14 días

Publicar este anuncio hasta el **31/7/2018**

PAGO

Método de pago

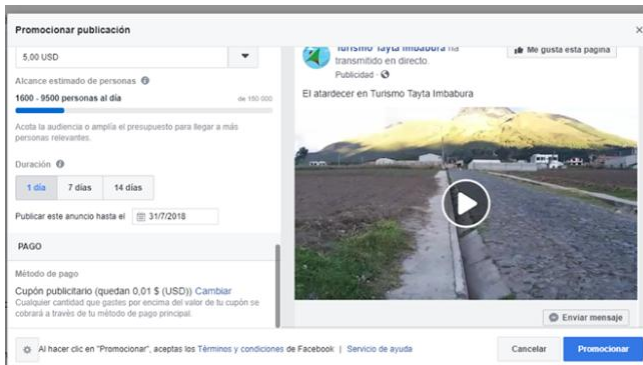
Cupón publicitario (quedan 0,01 \$ (USD)) **Cambiar**

Cualquier cantidad que gastes por encima del valor de tu cupón se cobrará a través de tu método de pago principal.

Enviar mensaje

Al hacer clic en "Promocionar", aceptas los Términos y condiciones de Facebook | Servicio de ayuda

Cancelar Promocionar



Promocionar publicación

AUDIENCIA

Personas que eliges por medio de la segmentación **Editar**

Lugar de residencia: Ecuador: Imbabura Province
Edad: 18-65+

Personas a las que les gusta tu página

Personas a las que les gusta tu página y sus amigos

Audencias personalizadas

Jorge Luis Montalvo

Ver todas (6) Crear audiencia nueva

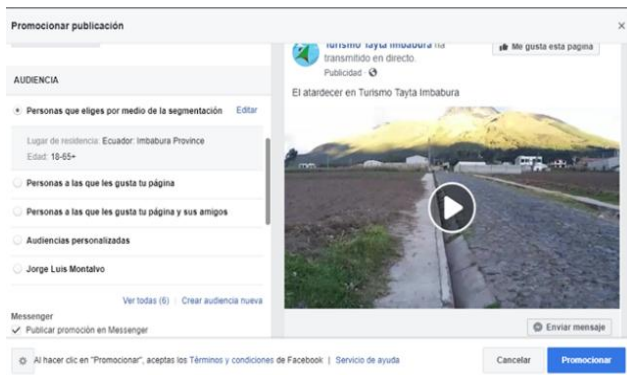
Messenger

Publicar promoción en Messenger

Enviar mensaje

Al hacer clic en "Promocionar", aceptas los Términos y condiciones de Facebook | Servicio de ayuda

Cancelar Promocionar



Promocionar publicación

Jorge Luis Montalvo

Ver todas (6) Crear audiencia nueva

Messenger

Publicar promoción en Messenger

Instagram

Publicar promoción en Instagram

PRESUPUESTO Y DURACIÓN

Presupuesto total **5,00 USD**

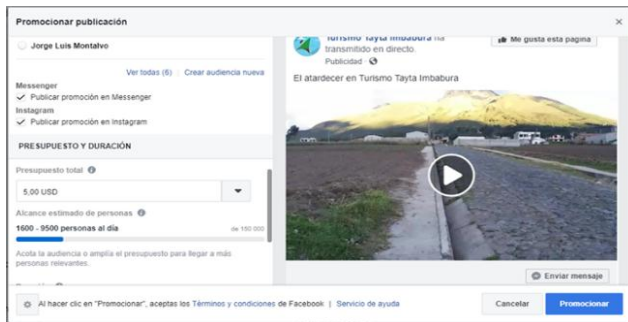
Alcance estimado de personas **1600 - 9500 personas al día** de 150 000

Acota la audiencia o amplía el presupuesto para llegar a más personas relevantes.

Enviar mensaje

Al hacer clic en "Promocionar", aceptas los Términos y condiciones de Facebook | Servicio de ayuda

Cancelar Promocionar



Promocionar publicación

Jorge, te damos la bienvenida de nuevo

Promociona rápidamente esta publicación con la configuración que tienes guardada o edita las selecciones.

OBJETIVO

¿Cuál resultado te gustaría conseguir con esta publicación?

Mensajes: interacción y chats con clientes potenciales **Cambiar**

¿Qué es esto??

BOTÓN DE LA PUBLICACIÓN (opcional)

El objetivo que has seleccionado para este anuncio requiere usar el botón Enviar mensaje. Si quieres cambiar el texto de este botón, selecciona un objetivo diferente.

Añade un botón a tu publicación

Al hacer clic en "Promocionar", aceptas los Términos y condiciones de Facebook | Servicio de ayuda

Cancelar Promocionar



Anexos 8



crea publicidad
AGENCIA PUBLICITARIA



Rótulos 3D - Vallas publicitarias - Señalética - Banners - Roll up's - T banners - Branding vehicular - Etc.

Ibarra, 30 de Julio del 2018

PROFORMA

Señora
Blanca Esthela Montalvo

Presente.-

Para Crea Publicidad es un gusto extenderles la siguiente cotización.

1.- Los precios para las tarjetas de presentación dependen siempre del diseño, tamaño.

Tarjetas de presentación	1000 unidades	34,00 dólares
--------------------------	---------------	---------------

2.- Los adhesivos es según el tipo de medida solicitado por el cliente, muchos de los locales comerciales lo colocan en escritorios, en las puertas y ventanas de los almacenes, como en este caso es el adhesivo de 1x0,25.

Adhesivos de 1x0,25	4 unidades	30,00 dólares
---------------------	------------	---------------

Jonathan Armijos Rayo,
Gerente Propietario

*Nota: Estos Precios no incluyen el 12% de IVA
Todo trabajo será realizado con el 50% del monto
establecido, el resto a contra entrega.*

Dirección: **El Oro y Av.13 de Abril** Telf: 0939 846 781 / 0997174096
Email: crea_publicidad-ec@hotmail.com


Anexo 9

Nombre: Montalvo Cordova Blanca Esthela
 Sector donde vive: Asiara de San Roque Telf. 1: 0968455740
 Telf. 2: _____ Cel. 1: _____ Cel. 2: _____
 Observaciones: _____

TIPO CLIENTE: Solo pregunta Compre posterior Compre inmediata
 Cuando comprará _____ Evaluación crédito _____
 Producto: _____

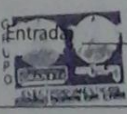
INTERES PRINCIPAL: Crédito inmediato Precio Regalos
 Servicio Garantía Referidos

A traves de que medio conoció nuestra cadena: Ubicación del local Volantes TV
 Radio: Publicidad buses Activaciones Referidos
 Que radio prefiere: _____ Que canal de TV prefiere: _____




COTIZACIÓN

Fecha: _____ Local: La Gran Via Vendedor: Wlberto Maldonado
 Teléfono Vendedor: 0981745710

Producto: Escritorio, 8 150" + Archivador + silla giratoria \$ 125.00 + Mueble de caja \$ 150.
 Cuotitas: _____ Entrada:  R.U. 1792216397001 Precio oferta: \$ 425
 Obsequios: _____ FIRMA AUTORIZADA

Producto: Laptop HP core i3 + Impresora \$ 150. HP core i3 \$ 725 x 2
 Cuotitas: _____ Entrada: _____ Precio oferta: \$ 1.600
 Obsequios: _____



Anexo 10

Nombre: Montalvo Cordova Blanca Esthela

Sector donde vive: Pucara de San Roque Telf. 1: 0968455740

Telf. 2: _____ Cel. 1: _____ Cel. 2: _____

Observaciones: _____

TIPO CLIENTE: Solo pregunta Compre posterior Compre inmediata

Cuando comprará _____ Evaluación crédito _____

Producto: _____


INTERES PRINCIPAL: Crédito inmediato Precio Regalos

Servicio Garantía Referidos

A traves de que medio conoció nuestra cadena: Ubicación del local Volantes TV

Radio: Publicidad buses Activaciones Referidos

Que radio prefiere: _____ Que canal de TV prefiere: _____

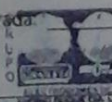



COTIZACIÓN

Fecha: _____ Local: La Gran Vía Vendedor: Washo Maldonado

Teléfono Vendedor: 0981745710

Producto: Cocineto UMCO Ferrara \$. 120.00


Cuotitas: _____ Entrada:  R.U.C. 1792216397 Precio oferta: \$ 120.00

Obsequios: _____  FIRMA AUTORIZADA

Producto: _____

Cuotitas: _____ Entrada: _____ Precio oferta: _____

Obsequios: _____



Anexo 11



AJKI
Imbabura Kichwa Wamrakunapa Tantanakuy
Asociación de Jóvenes Kichwas de Imbabura

Ilumán, 15 de mayo del 2018
Oficio N° 050 AJKI2018

CERTIFICACIÓN:

Con un atento saludo a nombre de la Asociación de Jóvenes Quichuas de Imbabura, concesionaria de Radio Ilumán 96.7 FM. Certificamos a quien corresponda.

Nuestra Organización AJKI, creada en el Ministerio de Inclusión Económica y Social, el 08 de Junio de 1994, con su acuerdo Ministerial N° 001305; somos una asociación sin fines de lucro y venimos fortaleciendo la Identidad cultural en todos sus ámbitos, a través de nuestro medio de comunicación.

Nuestra pauta mensual es de 8,33 dólares, donde se transmitirán doce cuñas en total, dando un costo total de 100 dólares anualmente.

Esto en cuanto podemos certificar, pudiendo la interesada hacer uso del presente.

Atentamente



Ing. Jaime Díaz Cajas
PRESIDENTE DE LA AJKI
DIRECTO RADIO ILUMÁN.



RADIO ILUMÁN
96.7
FM
la voz intercultural
OTAVALO - ECUADOR

Comunidad de Barón Pijo, Calles Arcahuaza e Imbabura, junto a la casa comunal.
TEL: 005 2 946 379 - 2 946 416
e-mail: radio_ilumán@hotmail.com
www.radioiluman.ec



Anexo 12

