



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE TARJETAS ARTESANALES EN
LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**

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

AUTORA: OLGA ELIZABETH ALMENDARIZ P.

DIRECTOR: ING. WALTER JÁCOME PHD.

Ibarra, Abril, 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo ha sido investigado para determinar la factibilidad de crear una microempresa productora y comercializadora de tarjetas artesanales en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura, de investigación efectuada, se obtuvo los siguientes resultados: Del capítulo diagnóstico situacional se determinó que en la ciudad de Otavalo cuenta con factores que favorecen el desarrollo del proyecto, entre los cuales se puede mencionar: el talento humano con experiencia en la elaboración de artesanías, el cambio de tendencia de gustos y preferencias hacia nuevas alternativas de productos. Con el estudio de mercado se identificó una demanda del producto de tarjetas artesanales muy significativa, la que puede aprovechar el proyecto, en lo referente a la oferta en el área de influencia del proyecto es mínima, se puede acotar que una parte las tarjetas artesanales que se comercializan en la ciudad son elaboradas en otras ciudades. Del estudio técnico se identificó la localización óptima del proyecto, siendo el lugar estratégico la ciudad de Otavalo para que la microempresa inicie sus operaciones, debido a que cuenta con varios factores positivos que favorecen la producción y comercialización de las tarjetas artesanales. Para dar inicio las actividades de la microempresa se necesita un inversión la misma se obtendrá a través de un préstamo bancario, realizado los presupuestos de ingresos, costos, gastos, se estructuró los respectivos estados financieros para posteriormente aplicar ratios financieros que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, determinando que el proyecto es factible. Se ha definido la estructura estratégica y orgánica de la microempresa según las nuevas directrices administrativas, donde el principal aspecto es el talento humano. Los resultados obtenidos de la evaluación de impactos son positivos lo que demuestra que la creación de la microempresa es favorable y no causa ningún daño al entorno de la ciudad.

THE SUMMARIZE EXECUTIVO

This work has been investigated to determine the feasibility of creating a micro-producer and seller of handmade cards in the city of Otavalo, Imbabura Province, conducted research, we obtained the following results: Chapters situational analysis found that in the city Otavalo has factors that favor the development of the project, among which may be mentioned: human talent with experience in the development of crafts, changing tastes and preferences trend towards new products. The study identified a market demand for the product of significant craft cards, which can take the project in terms of supply in the project area of influence is minimal, you can narrow that some craft cards sold in the city are made in other cities. Technical study identified the optimal location of a project, the strategic city of Otavalo for microenterprise start operations because it has several positive factors that promote the production and marketing of craft cards. To kick off the activities of micro investment is needed it will be obtained through a bank loan, made the budgets of revenues, costs, expenses, was structured the respective financial statements, to apply financial ratios taking into account the value of money over time, determining that the project is feasible. Defined strategic and organizational structure of the micro enterprise as the new administrative guidelines, where the main aspect is human talent. The results of impact assessment are positive showing that the creation of microenterprises is favorable and does not cause any harm to the environment of the city

AUTORÍA

Yo, **OLGA ELIZABETH ALMENDARIZ PAZMIÑO.**, portadora de la cédula de ciudadanía **No. 100319818-9**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información

.....

Olga Elizabeth Almendariz P.

100319818-9

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Olga Elizabeth Almendariz Pazmiño**, con cédula de identidad **No. 100154385-5** 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 TARJETAS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”** considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 22 días del mes de abril 2013.

Firma

.....

ING. WALTER JÁCOME PHD.
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Olga Elizabeth Almendariz Pazmiño**, con cédula de identidad **No.100319818-9**, 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 autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TARJETAS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....

Olga Elizabeth Almendariz Pazmiño

100319818-9

Ibarra a los 22 días del mes de abril de 2013



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

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100319818-9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Olga Elizabeth Almendariz Pazmiño		
DIRECCIÓN:	Otavalo		
EMAIL:	alyz_1117@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:	2921-408	TELÉFONO MÓVIL:	069294271
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TARJETAS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"		
AUTORA :	Olga Elizabeth Almendariz Pazmiño		
FECHA: AAAAMMDD	ABRIL -2013		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		

TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Walter Jácome PHD.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Olga Elizabeth Almendariz Pazmiño**, con cédula de identidad No. **100319818-9**, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la 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 22 días del mes de abril de 2013

EL AUTOR:

(Firma).....

(Firma).....

Nombre:

Vallejos

C.C.:

BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

ACEPTACIÓN:

Nombre: Lic. Ximena

Cargo: JEFE DE

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación es el fruto de un gran esfuerzo y dedicación, que en él dejo plasmado todos mis conocimientos, de amor y gratitud.

Dedico este gran esfuerzo con todo el amor a DIOS por ayudarme y guiarme en todo momento.

A mi Madre OLGA ALICIA ALMENDARIZ PAZMIÑO, quien me ha dado su apoyo incondicional para ser posible este sueño.

A mis Hermanos por su cariño infinito y su apoyo que me alentaron en seguir.

Son todos estos seres a quienes dedico este trabajo por ser un gran apoyo para lograr mis metas en la culminación de esta etapa en mi vida y en inicio de una nueva.

Olga Almendariz

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a DIOS TODO PODEROSO por ser mi fuente de confianza, fe y esperanza porque a pesar de las adversidades que se me han presentado, siempre ha estado como una luz que nunca se apaga, guiando mi camino, dándome la fortaleza y la oportunidad de vida para poder culminar esta tapa

A la Universidad Técnica del Norte de manera en especial a la facultad de Ciencias Administrativas y Económicas que por cinco años me permitió enriquecerme de sus conocimientos para la formación profesional y personal

Mi eterno agradecimiento al Ing. Walter Jácome PHD, por guiarme con sus valiosos conocimientos, experiencia y profesionalismo

Olga Almendariz

PRESENTACIÓN

El presente trabajo titulado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TARJETAS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**” se ha desarrollado con la finalidad de determinar su factibilidad. Para esto se analizó los siguientes capítulos.

Capítulo I Diagnóstico Situacional: Con el diagnóstico situacional aplicado a la ciudad de Otavalo se puede definir los aspectos negativos y positivos que intervendrán en el desarrollo del proyecto.

Capítulo II Marco Teórico: En este capítulo se contextualizó las bases teóricas que sirven como guías de información para fundamentar el desarrollo del trabajo.

Capítulo III Estudio de Mercado: Con el análisis del estudio de mercado permite conocer la oferta y la demanda del producto como también los precios adecuados que se aplica.

Capítulo IV Estudio Técnico: Con el análisis del estudio técnico se determina la localización óptima del proyecto, como también la distribución y diseño de la planta que necesita la microempresa de tarjetas artesanales.

Capítulo V Estudio Financiero: Con este estudio se determinó el nivel de factibilidad del proyecto.

Capítulo VI Organización de la Microempresa: Se estableció el modelo administrativo de funcionamiento de la microempresa, tomando

como base la visión, misión, el orgánico estructural y funcional de la organización.

Capítulo VII Impactos: Se analiza el nivel de impactos que ocasiona la microempresa de tarjetas artesanales como son: socioeconómico, empresarial, educativo cultural y ambiental.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
CESIÓN DE DERECHOS.....	vi
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE GENERAL.....	xiii
INDICE DE CUADROS.....	xx
INDICE DE GRÁFICOS.....	xxii
INDICE DE FOTOGRAFÍAS.....	xxiii
INTRODUCCIÓN.....	24
JUSTIFICACIÓN.....	25
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
METODOLOGÍA.....	27

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes.....	28
Objetivos.....	29
General	
Específicos	
Variables diagnósticas	
Indicadores de las variables.....	30
Producción	
Comercialización	
Talento humano	

Inversión y rentabilidad.	
Matriz relación diagnóstica	
Desarrollo operativo del diagnóstico.....	32
Identificación de la población	
Identificación de la muestra	
Instrumentos de recolección de información.....	33
Evaluación de la información	
Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.....	50
Aliados	
Oponentes.....	50
Oportunidades	
Riesgos.....	51
Formulación del problema	

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Microempresa.....	53
Importancia	
Características generales.....	54
Objetivos de la microempresa.....	55
Clasificación de la microempresa	
Visión.....	56
Misión.....	57
Estructura organizacional.....	58
Aspectos del mercado	
Estudio de mercado	
Demanda.....	59
Oferta	60
Producto	
Mercado.....	61
Precio	

Promoción.....	62
Publicidad	
Comercialización	
Aspectos técnicos.....	63
Localización optima del proyecto	
Factores de localización	
Macrolocalización del proyecto.....	65
Microlocalización del proyecto	
Aspectos contables.....	66
Contabilidad	
Importancia	
Objetivos de la contabilidad.....	67
Libros a utilizar en la contabilidad	
Estados financieros.....	68
Balance de pérdidas y ganancias	
Balance general.....	69
Estado de flujo de efectivo	
Técnicas de evaluación financiera.....	70
Valor presente neto (van)	
Tasa interna de retorno (TIR).....	71
Periodo de recuperación	
Beneficio costo.....	72
Punto de equilibrio.....	73
Tarjetas artesanales	
Tipos de tarjetas artesanales.....	74
Proceso de elaboración	
Control de calidad de tarjetas artesanales.....	78
Concejos para realizar las tarjetas artesanales.....	79
Artesanía.....	80
Objetivos de la artesanía	
La artesanía en el ecuador.....	81
El artesano.....	82

Beneficios de los artesanos

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Presentación.....	84
Identificación del producto.....	85
Características del producto.....	
Usos de las tarjetas artesanales.....	86
Mercado meta.....	87
Análisis de la demanda	
Demanda actual	
Proyección de la demanda.....	88
Análisis de la oferta.....	90
Oferta actual	
Proyección de la oferta	
Demanda potencial a satisfacer.....	92
Pronóstico de ventas.....	93
Análisis de precios.....	94
Estrategia comercial	
Producto	
Precio.....	95
Publicidad	
Distribución.....	97
Conclusión del estudio de mercado	

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Presentación.....	98
Localización óptima del proyecto.....	99
Macrolocalización	

Microlocalización.....	100
Tamaño del proyecto.....	101
Factores condicionantes del tamaño del proyecto.....	102
Distribución de la planta.....	103
Proceso de productivo.....	105
Diagrama de bloque	
Flujograma de productivo.....	106
Inversiones.....	108
Activos fijos.	
Activos diferidos.....	110
Capital de trabajo.....	111

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Estructura de la inversión.....	112
Coste de oportunidad y tasa de rendimiento medio.....	113
Ingresos	
Proyección de ingresos.....	114
Egresos	
Costos de producción	
Gastos administrativos.....	116
Gastos de ventas.....	118
Financiamiento	
Depreciación y amortización.....	120
Estados proforma.....	121
Balance de arranque	
Estado de resultados	
Flujo de caja con protección.....	122
Evaluación de la inversión.	
Valor actual neto.....	123
Tasa interna de retorno.....	124
Recuperación de la inversión con valores corrientes.....	125

Recuperación de la inversión con valores constantes	
Beneficio costo.....	126
Punto de equilibrio del proyecto	
El análisis financiero del proyecto muestra lo siguiente resultados.....	127

CAPÍTULO VI

ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Presentación.....	128
Estructura estratégica.	
Misión	
Visión.....	129
Nombre de la microempresa	
Objetivos microempresariales	
Políticas de la microempresa.....	130
Principios y valores	
Estructura organizativa.....	132
Organigrama estructural	
Niveles administrativos.....	133
Identificación de puestos y funciones.....	134
Requisitos legales.....	138
Razón social	
Figura jurídica	
Representante legal	
Permisos de funcionamiento.	

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

Impacto económico.....	141
Impacto social.....	142

Impacto comercial.....	143
Impacto ambiental.....	144
Impactos generales.....	145
Conclusiones.....	146
Recomendaciones.....	147
Glosario de términos.....	149
Bibliografía.....	158
Anexos.....	161

ÍNDICE DE CUADROS

No.	Pág.
1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	31
2. COSTUMBRE DE COMPRA.....	34
3. INFLUENCIA DE COMPRA.....	35
4. GUSTO POR TARJETAS.....	36
5. LUGAR DE COMPRA.....	37
6. FRECUENCIA DE COMPRA.....	38
7. OCASIONES DE COMPRA.....	39
8. COMPRA DE TARJETAS.....	40
9. FACTORES DE COMPRAS.....	41
10. PRECIO POR UNIDAD.....	42
11. PRECIO POR DOCENA.....	43
12. DISEÑO DE TARJETA.....	44
13. ASPECTOS DEL PRODUCTO.....	45
14. DISPONIBILIDAD DE COMPRA.....	46
15. PREDISPOCICIÓN DE COMPRA.....	47
16. FACTORES DE LOCALIZACIÓN.....	64
17. TIPOS DE TARJETAS ARTESANALES.....	74
18. USOS DE TARJETAS ARTESANALES.....	86
19. POBLACIÓN QUE ADQUIERE TARJETAS ARTESANALES.....	88
20. DEMANDA ACTUAL DE TARJETAS ARTESANALES.....	88
21. PROYECCIÓN DE DEMANDA DE TARJETAS ARTESANALES.....	89
22. OFERTA ACTUAL DE TARJETAS ARTESANALES.....	90
23. PROYECCIÓN DE LA TARJETA ARTESANAL.....	91
24. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE TARJETAS.....	92
25. PRONÓSTICO DE VENTAS DE TARJETAS ARTESANALES.....	93
26. MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS.....	100
27. DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES.....	103
28. SIMBOLOGÍA DEL FLUJOGRAMA.....	106
29. LISTADO DE ACTIVIDADES.....	108
30. EQUIPO DE COMPUTACIÓN.....	108

31. EQUIPO DE OFICINA.....	109
32. MUEBLES Y ENSERES.....	109
33. MAQUINARIA.....	109
34. HERRAMIENTAS DE TRABAJO.....	110
35. RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS.....	110
36. GASTO DE CONSTITUCIÓN.....	111
37. CAPITAL DE TRABAJO.....	111
38. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.....	112
39. COSTE DE OPORTUNIDAD.....	113
40. PROYECCIÓN DE INGRESOS.....	114
41. MATERIA PRIMA E INSUMOS.....	115
42. MANO DE OBRA DIRECTA.....	115
43. PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA	115
44. SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL.....	116
45. SUELDOS ADMINISTRATIVOS.....	116
46. ARRIENDO.....	116
47. SUMINISTROS DE OFICINA.....	117
48. SERVICIOS BÁSICOS.....	117
49. MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN.....	117
50. SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL.....	118
51. SUELDO EN VENTAS.....	118
52. PUBLICIDAD.....	118
53. GASTOS FINANCIEROS.....	119
54. AMORTIZACIÓN.....	119
55. DEPRECIACIÓN.....	120
56. AMORTIZACIÓN.....	120
57. GASTOS.....	121
58. BALANCE DE ARRANQUE.....	121
59. ESTADO DE RESULTADOS.....	122
60. FLUJO DE CAJA.....	122
61. VALOR ACTUAL.....	123
62. TASA INTERNA DE RETORNO.....	124

63. PRI CON VALORES CORRIENTES.....	124
64. FLUJOS ACTUALIZADOS.....	125
65. PRI CON VALORES CONSTANTES.....	125
66. BENEFICIOS COSTO.....	126
67. ANÁLISIS DEL PROYECTO.....	127
68. MATRIZ DE IMPACTOS.....	140
69. MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO.....	141
70. MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL.....	142
71. MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL.....	143
72. MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL.....	144
73. MATRIZ DE IMPACTOS GENERALES.....	145

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	Pág.
1. COSTUMBRE DE COMPRA.....	34
2. INFLUENCIA DE COMPRA.....	35
3. GUSTO POR TARJETAS.....	36
4. LUGAR DE COMPRA.....	37
5. FRECUENCIA DE COMPRA.....	38
6. OCASIONES DE COMPRA.....	39
7. COMPRA DE TARJETAS.....	40
8. FACTORES DE COMPRAS.....	41
9. PRECIO POR UNIDAD.....	42
10. PRECIO POR DOCENA.....	43
11. DISEÑO DE TARJETA.....	44
12. ASPECTOS DEL PRODUCTO.....	45
13. DISPONIBILIDAD DE COMPRA.....	46
14. PREDISPOCICIÓN DE COMPRA.....	47
15. DEMANDA FUTURA DE TARJETAS ARTESANALES	89
16. PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE TARJETAS	91
17. BALANCE DE DEMANDA OFERTA.....	92

18. PLAN DE VENTAS DE TARJETAS ARTESANALES.....	93
19. ORIGEN DE LA INVERSIÓN.....	112

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

No.	Pág.
1. TARJETAS ARTESANALES.....	73
2. MATERIALES PARA LA ELABORACIÓN DE TARJETAS.....	75
3. TARJETA TERMINADA.....	77
4. DISEÑO DE TARJETAS ARTESANALES.....	85
5. SPOT PUBLICITARIO PARA PRENSA.....	96
6. FINALIDAD DEL ESTUDIO TÉCNICO.....	98
7. MAPA DEL CANTÓN OTAVALO.....	99
8. CROQUIS DE LA MICROLOCALIZACIÓN.....	101
9. DISEÑO DE INSTALACIONES.....	104
10. DIAGRAMA DE BLOQUE.....	105
11. FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN.....	107

INTRODUCCIÓN

El Cantón Otavalo se encuentra ubicado en el corazón de la Provincia de Imbabura, es una región única tallada en los hermosos valles interandinos, rodeada por los volcanes: Imbabura, Cotacachi, Mojanda y refrescada por la legendaria laguna de San Pablo; es por ello que es un sitio privilegiado en todo aspecto, tanto para sus habitantes como para todos aquellos que lo visitan; ya que la magia de sus paisajes lo convierten en un lugar único, lleno de esplendor y de riqueza natural. Además posee tierra fértil y gente emprendedora que día a día ponen el nombre de esta bella Ciudad en lo más alto, dándose a conocer a nivel nacional e internacional, por sus artesanías y su cultura ancestral. Por todo esto Otavalo tiene mucho que ofrecer, entre sus principales actividades económicas se encuentran: el turismo, la exportación de artesanías, la agricultura y en un menor grado la ganadería.

Los indígenas de Otavalo se destacan por ser habilísimos tejedores y excelentes comerciantes, dado la habilidad y laboriosidad de éstos se exportan diversidad de artesanías. Las actividades textiles en el cantón Otavalo tuvieron su origen hace aproximadamente 50 años atrás. Cuando indígenas otavaleños habiendo trabajado en fábricas textiles en la ciudad de Quito, deciden independizarse y formar su propia empresa textilera basándose en los conocimientos adquiridos.

Es importante entonces el empezar a trabajar y producir artículos alternativos como son tarjetas artesanales de calidad, con el fin de satisfacer las expectativas de los consumidores, cuyos productos sean amigables con el medio ambiente, debido al cambio de preferencias y gustos de cada día en los consumidores.

JUSTIFICACIÓN

La creatividad y el emprendimiento son factores fundamentales para iniciar un negocio o una actividad productiva que libere de la preocupación o de la búsqueda de empleo, que cada vez es un problema por la falta de personal calificado para generar empleo, hoy más que nunca es necesario tener una visión de empresa tomando en cuenta el capital humano que sea capaz de tomar decisiones oportunas.

Razón importante para desarrollar este proyecto que se dedique a producir tarjetas artesanales y cubrir la demanda a nivel local y posteriormente regional, beneficiándose directa e indirectamente los inversionistas del proyecto y la comunidad, ya que se crea fuente de empleo y se mejora la economía local.

La implantación de la empresa de producción y comercialización de tarjetas artesanales en la ciudad de Otavalo pretende satisfacer la demanda local con productos de calidad y un diseño inigualable para quienes gustan de artesanías alternativas.

Siendo así, la investigación de campo, el diseño y concepción del proyecto son trabajos de inmensa utilidad para los nuevos egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte para crear sus propias microempresas.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de tarjetas artesanales en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Efectuar un diagnóstico externo en la Ciudad de Otavalo, que permita determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de una microempresa de producción y comercialización de tarjetas artesanales.
- Estructurar la teoría conceptual para el apoyo de la investigación bibliográfica.
- Desarrollar un estudio de mercado para identificar las tendencias de los clientes potenciales y poder construir el modelo de pronóstico empresarial.
- Elaborar estudio técnico, y operativo del proyecto basado en la eficiencia.
- Evaluar la bondad del proyecto en base a información económica financiera.
- Determinar la estructura organizativa en función de competencias laborales.
- Analizar los posibles impactos que se derivan de la implantación del proyecto.

METODOLOGÍA

El presente trabajo se enmarca dentro de un estudio descriptivo, pues trata de investigar la producción y comercialización, ya que se busca conocer el sector donde se implantara la microempresa tarjetas artesanales, como también determinar las características principales del mercado potencial, los requerimientos técnicos, necesidades de capital entre los más importantes. Esto se alcanzará a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como: encuestas, observación directa, a posibles demandantes y competidores. Además, se utilizará fuentes secundarias de información, como libros actuales, tesis y otro tipo de estudios, que buscan sustentar la investigación.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

El Ecuador es un país de oportunidades y sueños, donde la volatilidad de su economía obliga a que los futuros profesionales sean emprendedores, diferentes son las actividades productivas donde se puede aplicar los conocimientos adquiridos en instituciones de educación superior.

La ciudad de Otavalo matriz del turismo Imbabureño donde, artesanos turistas, comerciantes, empresarios, agricultores, ganaderos forman parte de la actividad productiva de esta ciudad. La actividad artesanal es una de las actividades que mayor demanda de empleo posee, estas empresas han generado nuevas plazas de trabajo directa e indirecta, razón por la cual hoy existe un comercio dinámico relacionado con la artesanía a nivel local y nacional.

Las microempresas que se dedican a la elaboración de trabajos plasmados en papel artesanal, en donde utilizan técnicas de teñido con materia prima de origen vegetales entre otros, se encuentran en auge ya que existe una demanda creciente a nivel local y regional.

Las microempresas que comercializan tarjetas artesanales en la ciudad de Otavalo adquieren sus productos a proveedores de diferentes ciudades del país por no contar con un productor a nivel local que les pueda ofrecer este tipo de producto.

Siendo así la propuesta del proyecto tiende a llenar un vacío referente a proveer productos de esta categoría.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. GENERAL

Efectuar un diagnóstico externo en la Ciudad de Otavalo, que permita determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de una microempresa de producción y comercialización de tarjetas artesanales.

1.2.2. ESPECÍFICOS

- Analizar los sistemas de producción utilizados para elaborar tarjetas artesanales en la ciudad de Otavalo.
- Identificar las formas de comercialización que se utiliza para este tipo de producto.
- Determinar qué clase de talento humano trabaja en la elaboración de tarjetas artesanales.
- Conocer la inversión y rentabilidad de este tipo de negocio.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- Producción
- Comercialización
- Talento humano
- Inversión y rentabilidad

1.4. INDICADORES DE LAS VARIABLES

1.4.1. PRODUCCIÓN

- Formas de producción
- Volumen de producción
- Mano de obra
- Productividad

1.4.2. COMERCIALIZACIÓN

- Demanda
- Competencia
- Tipo de mercado
- Precio
- Estrategia de venta

1.4.3. TALENTO HUMANO

- Nivel educativo
- Experiencia de trabajo
- Capacitación
- Cualificación

1.4.4. Inversión y rentabilidad.

- Tipo de inversión.
- Nivel de rentabilidad.
- Fuentes de financiamiento.

1.5. MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO N° 1 MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Analizar los sistemas de producción utilizados para elaborar tarjetas artesanales en la ciudad de Otavalo	Producción	Formas de producción Volumen de producción Mano de obra Productividad	Primaria	Entrevista, observación Entrevista, observación Entrevista, observación Entrevista, observación	Productores
Identificar las formas de comercialización que se utiliza para este tipo de producto.	Comercialización	Demanda Competencia Proveedor Tipo de mercado Precio Estrategia de venta	Primaria	Encuesta, observación Encuesta, observación Encuesta, observación Encuesta, observación	Consumidor Potencial y final
Determinar que clase del talento humano trabaja en la elaboración del producto	Talento Humano	Nivel educativo Experiencia de trabajo Capacitación Cualificación	Primaria	Entrevista, observación Entrevista, observación Entrevista, observación Entrevista, observación	Productores
Conocer la inversión y rentabilidad de este tipo de negocio.	Inversión y rentabilidad	Tipo de inversión Nivel de rentabilidad Fuentes de financiamiento	Primaria Secundaria	Entrevista, observación Entrevista, observación Entrevista, observación Entrevista, observación	Productores

1.6. DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNÓSTICO

1.6.1. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población a estudiar son; 6 productores de tarjetas artesanales dato extraído de las patentes municipales del cantón Otavalo, como también a los consumidores finales comprendidos en edades de 15 a 60 años de la ciudad de Otavalo, siendo 44840 personas dato obtenido del INEC 2010

1.6.2. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Para los consumidores finales es necesario obtener una muestra representativa ya que esta población es significativa.

Aplicando la siguiente fórmula:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 44840

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(44840)}{(0,05)^2 (44840 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n= 381

Para recopilar la información se deberá investigar a 381 personas

1.6.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

INFORMACIÓN PRIMARIA

Encuesta: las encuestas se las realizara a las personas de edades comprendidas de 15 a 60 años de la misma ciudad.

Entrevista: se efectuara a los productores de tarjetas artesanales en la ciudad de Otavalo.

Observación directa: consiste en visitar a los productores y comercializadores en su lugar de trabajo.

INFORMACIÓN SECUNDARIA

Esta información será obtenida de libros, revistas, documentos oficiales, internet.

1.7. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

1.7.1. RESULTADO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 15 A 60 AÑOS

1. ¿Acostumbra usted a adquirir tarjetas?

**CUADRO No.2
COSTUMBRE DE COMPRA**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	339	89,00
No	42	11,00
TOTAL	381	100

GRÁFICO No.1



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

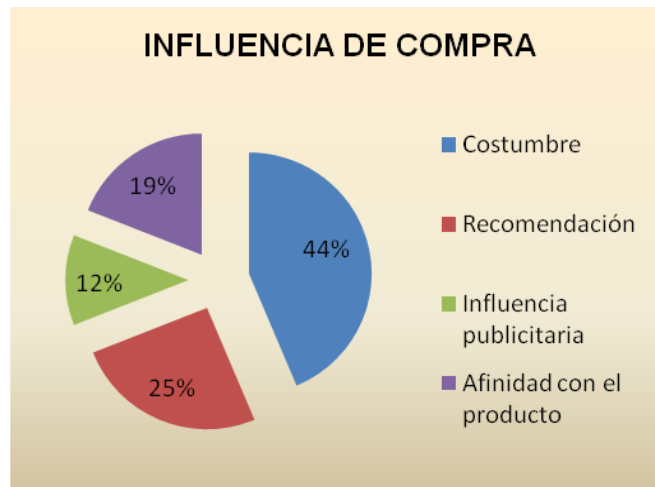
En las encuestas realizadas se ha llegado a determinar que la gran mayoría de personas adquieren tarjetas, porque consideran una buena forma de expresar los sentimientos, a aun más cuando los diseños son originales y su contenido este acorde a la ocasión o fechas importantes en donde se desee obsequiar y realizar cualquier tipo de invitación.

2. Usted adquiere tarjetas por:

**CUADRO No.3
INFLUENCIA DE COPRA**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Costumbre	168	44
Recomendación	95	25
Influencia publicitaria	46	12
Afinidad con el producto	72	19
TOTAL	381	100

GRÁFICO No.2



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

En su gran mayoría adquieren tarjetas por costumbre especialmente cuando llegan fechas importantes o aniversarios, en donde se puede obsequiar un presente como una (tarjeta) la cual contiene y va expresado los sentimientos y el deseo que se espera para la otra persona, este detalle hace feliz a quien le recibe porque siente que es muy especial e importante para quien se hizo presente con este detalle.

3. ¿Le gusta recibir tarjetas?

**CUADRO No.4
GUSTO POR TARJETAS**

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Si	198	52
No	84	22
Es Indiferente	99	26
TOTAL	381	100

GRÁFICO No. 3



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

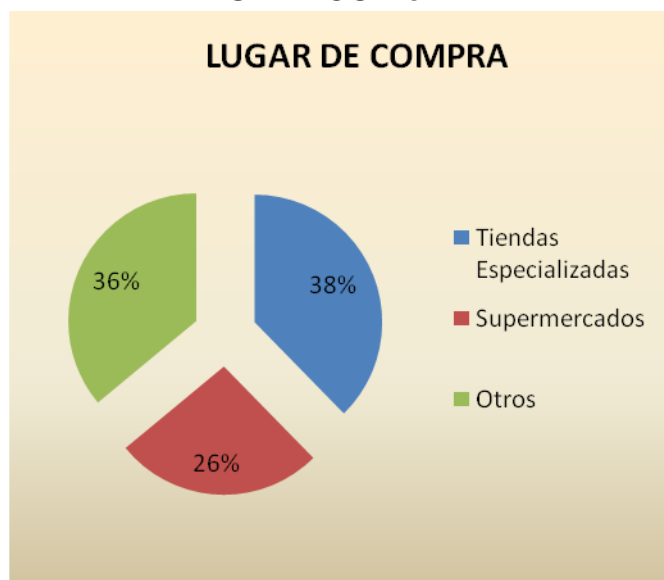
La gran mayoría dicen que les gusta recibir una tarjeta, porque es un obsequio tan especial en donde viene escrito los deseo y el amor que siente por la persona, es un detalle tan significativo que no importa su valor o su tamaño, lo que importa es su contenido, especialmente les gustaría recibir este detalle en los momentos más importante porque es un recuerdo que se lo puede conservar por mucho tiempo.

4. ¿Donde adquiere normalmente este producto?

**CUADRO No.5
LUGAR DE COMPRA**

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Tiendas Especializadas	146	37,67
Supermercados	100	26,33
Otros	135	36,00
TOTAL	381	100

GRÁFICO No. 4



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

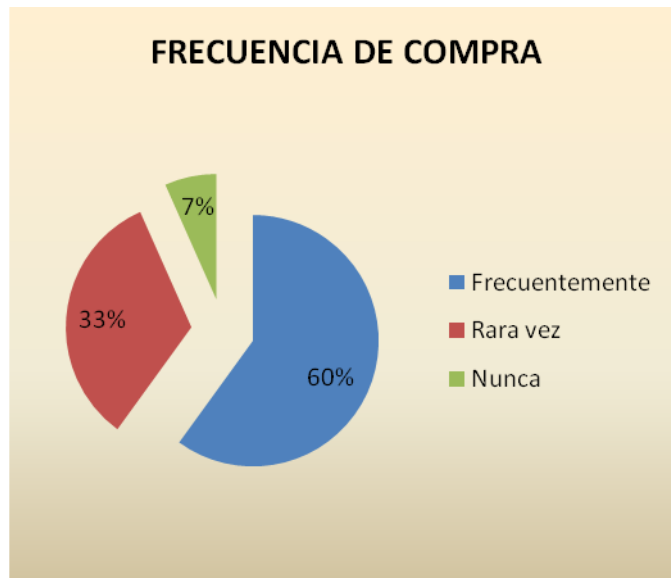
Normalmente el producto se lo adquiere en tiendas especializadas, porque muchas veces dan facilidad de pago, dan promociones que benefician al consumidor, permitiéndole que adquiera en las diferentes variedades que desea para su compromiso, evento, invitación, etc. Logrando así que el cliente tenga preferencia por las tiendas especializadas el momento de la necesidad por adquirir el producto.

5. ¿Con que frecuencia adquiere tarjetas?

**CUADRO No.6
FRECUENCIA DE COMPRA**

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Frecuentemente	228	60
Rara vez	126	33
Nunca	27	7
TOTAL	381	100

GRÁFICO No. 5



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

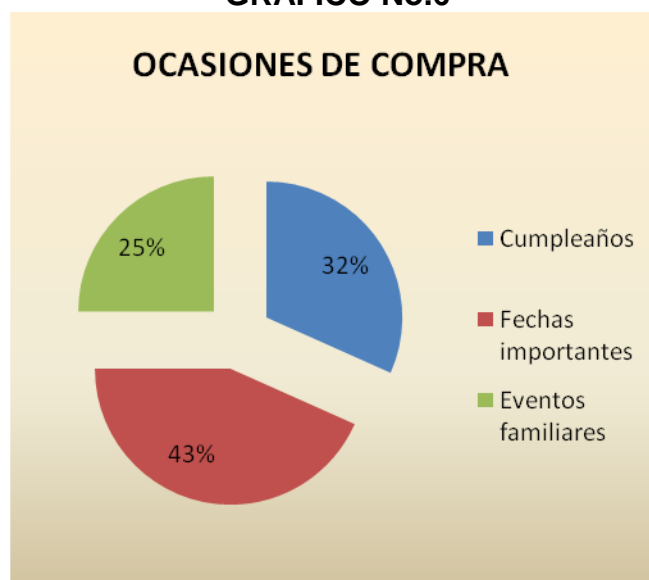
Las tarjetas se adquieren frecuentemente, ya que se las utiliza como un presente que se obsequia en fechas importantes como: cumpleaños, día de la madre, navidad, aniversario son presentes que llevan escritos los deseos y sentimientos para la otra persona. También muchas veces se solicita bajo pedido tarjetas para invitaciones a diferentes eventos con diseños exclusivos que el cliente desee y que estén relacionados con la ocasión.

6. ¿Para qué ocasiones busca usted adquirir tarjetas?

**CAUDRO No.7
OCOSIONES DE COMPRA**

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Cumpleaños	122	32
Fechas importantes	164	43
Eventos familiares	95	25
TOTAL	381	100,00

GRÁFICO No.6



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

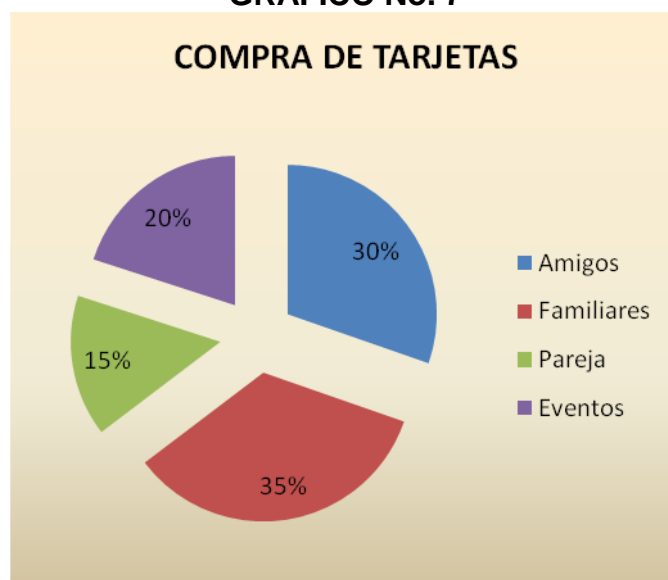
Con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas se conoce que la compra de tarjetas se realiza en fechas importantes, como aniversarios, navidad, día de la madre, porque son momentos tan especiales donde permite expresar los deseos y sentimientos, aunque también se compra para los eventos familiares en donde por medio de la tarjeta felicitan al homenajeado, por sus logros, también son adquiridas y utilizadas para invitación de cumpleaños.

7. ¿Usualmente para quien o para que compra usted una tarjeta?

**CUADRO No.8
COMPRA DE TARJETAS**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Amigos	115	30
Familiares	130	34
Pareja	57	15
Eventos	79	20
TOTAL	381	100

GRÁFICO No. 7



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

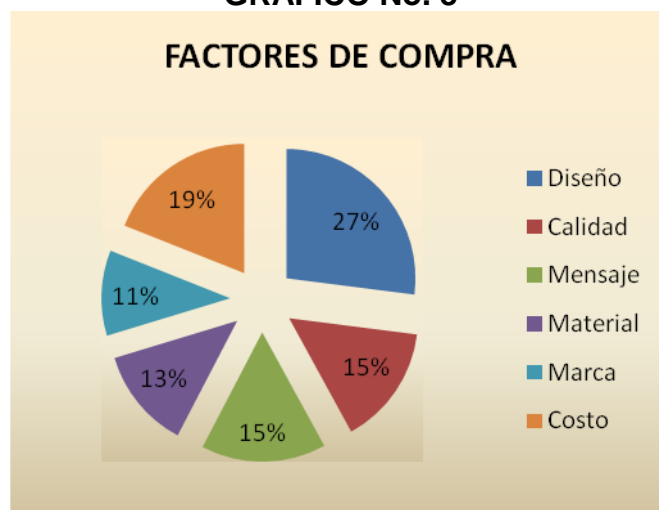
La gran mayoría de veces se compra para expresar los deseos y felicitar los logros de los familiares, expresarles por escrito palabras que le motiven a seguir alcanzando objetivos y metas que se haya propuesto logrando así que sienta que existe personas que lo aprecian y le desean éxito en su vida, también se compra para amigos en fechas como el día del amor y la amistad para agradecer por la amistad sincera que le a brindado y expresar lo mucho que le valora como ser humano.

8. ¿Qué es lo que más le llama la atención a la hora de escoger una tarjeta para obsequio?

**CUADRO No.9
FACTORES DE COMPRA**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Diseño	103	27
Calidad	57	15
Mensaje	61	16
Material	49	13
Marca	39	11
Costo	72	19
TOTAL	381	100,00

GRÁFICO No. 8



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

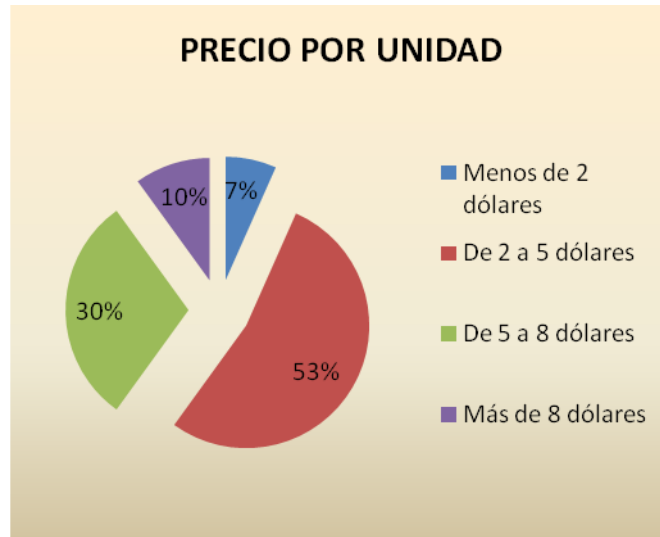
A los consumidores lo que más les llama la atención al momento de escoger una tarjeta para obsequio es el diseño porque es muy importante tomar en cuenta que el diseño esté relacionado con la ocasión para que el homenajeado interprete el contenido y el diseño de la tarjeta. Donde este expresado los sentimiento de la persona que le obsequio, también toman en cuenta el precio entre más cómodos sean mucho mejor para poder adquirir las veces que sean necesario.

9. ¿Cuánto gasta en promedio por una tarjeta para obsequio?

**CUADRO No.10
PRECIO POR UNIDAD**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Menos de 2 dólares	27	7
De 2 a 5 dólares	202	53
De 5 a 8 dólares	114	30
Más de 8 dólares	38	10
TOTAL	381	100

GRÁFICO No. 9



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

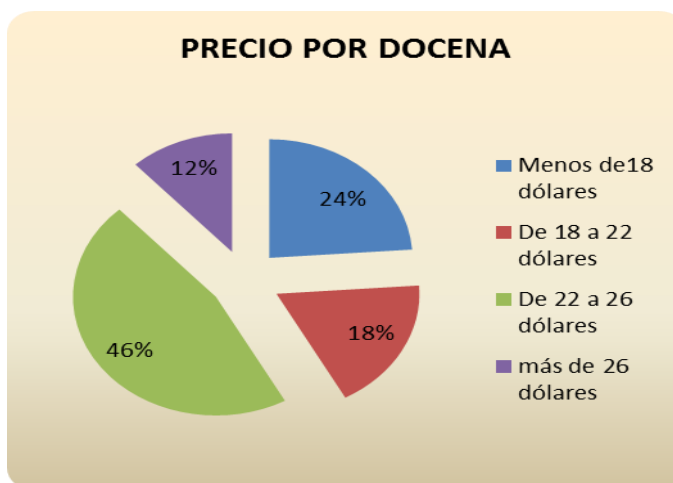
De acuerdo a los resultados analizados de las encuestas la cantidad que invierten en la compra de una tarjeta para obsequio es de 2 a 5 dólares ya que consideran que el precio no tiene tanta importancia para poder expresar los deseo y el amor que se siente, es por ello que no invierten más en tarjetas caras, se fijan más en su contenido que es lo que más importa al momento de obsequiar el detalle.

10.¿Cuánto está dispuesto a pagar por un paquete de 12 tarjetas para un evento?

**CUADRO No.11
PRECIO POR DOCENA**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Menos de18 dólares	91	24
De 18 a 22 dólares	69	18
De 22 a 26 dólares	176	46
más de 26 dólares	45	12
TOTAL	381	100

GRÁFICO No. 10



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

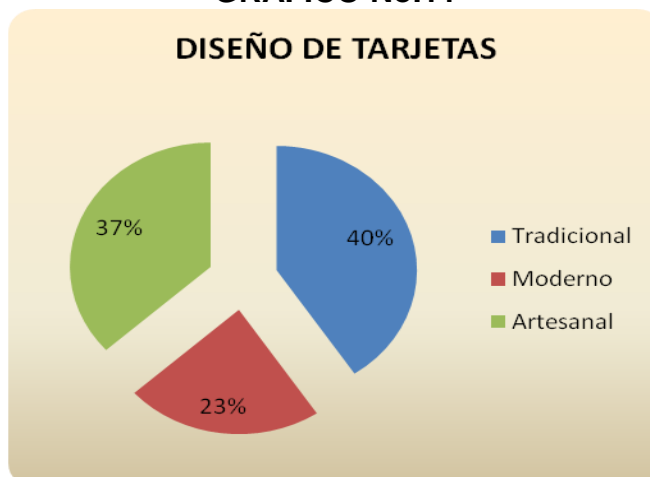
Consideran que el precio más adecuado para el paquete de 12 tarjetas es de 8 a 12 dólares, porque muchas veces no se cuenta con el dinero suficiente para comprar las tarjetas, ya que el cliente realiza un previo presupuesto en donde tiene distribuido la cantidad de dinero que puede invertir en cada detalle ya sea un evento o si va a obsequiar como un presente a sus amistades, entonces no es posible salirse del presupuesto con el que cuenta para realizar este tipo de gasto.

11.¿Cómo le gustaría que sea el diseño que usted elija para sus tarjetas?

**CUADRO No.12
DISEÑO DE TARJETAS**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Tradicional	155	41
Moderno	85	23
Artesanal	141	37
TOTAL	381	100

GRÁFICO No.11



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

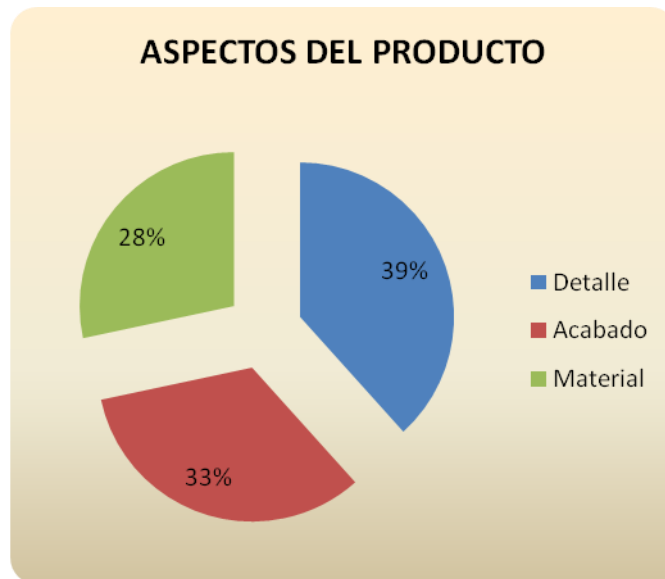
Lo que más atraería de una tarjeta es que se la diseñe de manera tradicional porque muchas veces es bonito conservar modelos conocidos, aunque también es novedoso que el diseño sea elaborado de forma artesanal porque lo realizan utilizando la creatividad y la habilidad para presentarlo en varios modelos que llame la atención del cliente al momento de realizar su compra, tomando en cuenta principalmente el material que fue utilizado para la realización de este tipo de tarjetas.

12.¿Qué aspectos considera usted más importantes para medir la calidad del producto?

**CUADRO No.13
ESPECTOS DEL PRODUCTO**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Detalle	145	38
Acabado	127	33
Material	109	28
TOTAL	381	100

GRÁFICO No. 12



Fuentes: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

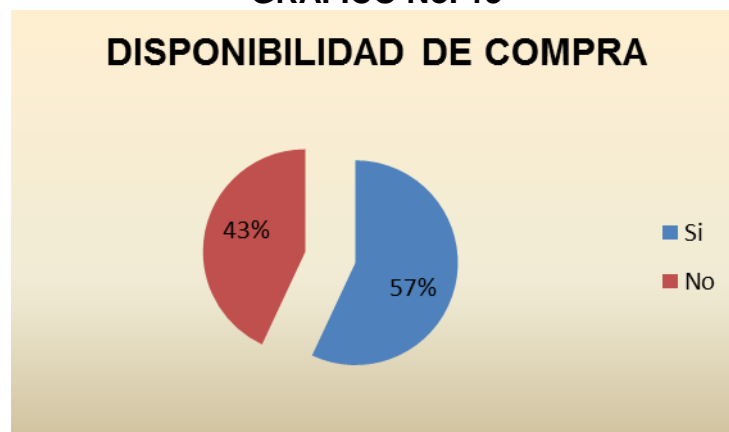
Lo que más importa para medir la calidad del producto es el detalle que lleva en su contenido el deseo que lleva escrito logrando transmitir la importancia que tiene el obsequiar una tarjeta, también se puede considerar importante el acabado porque debe ir diseñado de acuerdo a la ocasión que va a ser entregado este detalle, el materia con el que va hacer elaborado es significativo porque refleja la calidad de la tarjeta.

13.¿Si se crea un producto artesanal estaría dispuesto en adquirirlo?

**CUADRO No.14
DISPONIBILIDAD DE COMPRA**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	217	57
No	164	43
TOTAL	381	100

GRÁFICO No. 13



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

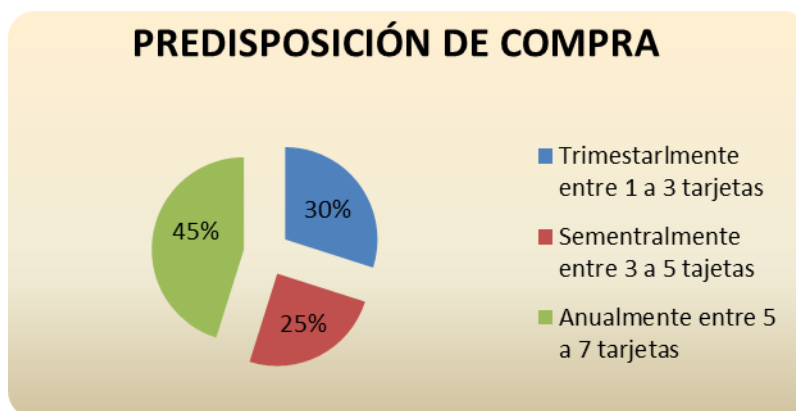
De acuerdo al análisis de las encuestas sobre la disponibilidad de un producto que esté de acuerdo a las necesidades que se tiene estaría dispuesto a recomendarlo en su mayoría dicen que si lo adquirieran y lo recomendarían si observan que tiene mejor calidad, acabado, el diseño sea original entonces sería una alternativa nueva para el consumidor que decidirá comprar algo que realmente cumpla con la expectativas que se desea y que mejor si algo novedoso.

14.¿Qué cantidad y con que frecuencia estaría dispuesto en adquirir tarjetas artesanales?

**CUADRO No.15
PREDISPOSICIÓN DE COMPRA**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Trimestralmente entre 1 a 3 tarjetas	114	30
Sementalmente entre 3 a 5 tarjetas	95	25
Anualmente entre 5 a 7 tarjetas	172	45
TOTAL	381	100,00

GRÁFICO No. 14



Fuente: Consumidores
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

La mayoría está de acuerdo en comprar las tarjetas si estas cubren todos los requerimientos que ellos necesitan, porque es muy importante encontrar en las tarjetas variedad para toda ocasión que facilite su brevedad para ser entregadas en caso de un evento especial, también debe brindar total satisfacción a las personas que vaya dirigido el presente considerando los gustos y preferencias de cada uno, con una cantidad y frecuencia de compra muy dinámica.

1.7.2. RESULTADO DE ENTREVISTA A PRODUCTORES DE TARJETAS ARETESANALES

A continuación se presenta un resumen de lo más relevante de las entrevistas

1. ¿La tecnología utiliza en la fabricación de tarjetas es?

Los productores de tarjetas manifiestan que utilizan la tecnología para ciertos tipos de diseños, en su mayor parte elaboran las tarjetas manualmente.

2. ¿Lugar de comercialización del producto?

La mayor parte de la producción se la comercializa en la provincia ya que existe mucha demanda.

3. ¿Satisface el mercado existente para este producto?

No se puede satisfacer en su totalidad el mercado, ya que existe épocas que se comercializa tarjetas en grandes cantidades.

4. ¿Hable acerca de los controles de calidad para la fabricación de tarjetas?

Son mínimos los controles de calidad que se realiza al producto ya que no se tiene conocimientos para ejecutar bien esta actividad.

5. ¿Donde adquiere la materia prima?

La materia prima que se utiliza para la elaboración de tarjetas se la adquiere fuera de la ciudad como Quito, Ibarra, Ipiales.

6. ¿El promedio de producción de tarjetas semanales es?

Los productores investigados manifiestan que el promedio de producción semanal se encuentra entre 200 a 300 tarjetas artesanales.

7. ¿El nivel de rentabilidad en la comercialización de tarjetas es?

Con respecto a la rentabilidad al comercializar tarjetas es muy buena ya que en épocas y fechas especiales las ventas se incrementan en grandes cantidades.

8. ¿La competencia en la comercialización de tarjetas es?

Existen épocas donde existe mucha oferta del producto como por ejemplo la navidad, san Valentín, día de difuntos, originando los bajos precios.

9. ¿Para promocionar su producto que medios utiliza?

La venta directa es la forma utilizada para hacer conocer el producto ya que los costos en publicidad son altos.

10. ¿Cómo fija Ud. los precios de venta del producto?

Los precios son fijados de acuerdo al mercado y a los costos de producción.

11. ¿La infraestructura física con que cuenta la empresa es?

Los talleres con que cuentan estos productores en su mayoría son propios.

12. ¿El talento humano con que cuenta para la elaboración de tarjetas es calificado?

La mayoría de productores cuenta con talento humano calificado.

1.8. DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades Y RIESGOS.

1.8.1. ALIADOS

- El talento humano se encuentra capacitado para la elaboración de tarjetas.
- La gestión del negocio a simple vista no necesita de fuertes inversiones. La experiencia artesanal de la comunidad, facilita poder contratar talento humano eficiente.
- Crear un trabajo estratégico con los demás artesanos.
- En la producción de tarjetas se utiliza materiales naturales siendo más llamativo el producto.

1.8.2. Oponentes

- La tecnología facilita la elaboración de este tipo de producto a gran escala lo que reduce el precio de venta.
- Los productores no satisfacen la demanda existente.
- Aparecimiento de más competidores similares al propuesto por el proyecto.
- Débil gestión empresarial.
- No existe una adecuada promoción del producto.

1.8.3. OPORTUNIDADES

- La distribución de las tarjetas artesanales se la puede hacer en otras latitudes geográficas.
- Aparecimiento de nueva tendencias en cuanto a la utilización de materiales para la elaboración del producto.
- Crecimiento del producto a nivel nacional.
- La existencia de un mercado cautivo para comercializar este producto.
- Cambios de conducta del consumidor favorece al proyecto.
- Capacitación en las distintas instituciones públicas acerca de procesos productivos y control de calidad.

1.8.4. RIESGOS

- La volatilidad de la inflación genera incertidumbre para iniciar el proyecto.
- El sistema financiero maneja altas tasas de interés para los créditos lo que dificulta poder sacar uno.
- Encarecimiento de la materia prima para la elaboración del producto
- Inestabilidad política y económica del país.

1.9. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Se ha diagnosticado a la ciudad de Otavalo para conocer algunas de las variables propuestas, las cuales den direccionamiento a los demás estudios posteriores.

Del estudio arroja que en la ciudad de Otavalo no existe una empresa dedicada a la producción y comercialización de tarjetas para la localidad, simplemente las pocas empresas que comercializan el producto lo hacen con el criterio de autosuficiencia producen lo que necesitan sus locales comerciales, por otro lado la mayoría comercializan productos de otras provincias.

Con esta preliminar la creación de una microempresa productora y comercializadora de tarjetas artesanales en la ciudad de Otavalo es necesario, lógicamente los estudios posteriores definirán los demás aspectos de factibilidad del proyecto propuesto en cuanto a mercado, técnico, organizacional, financiero.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Microempresa

Según, MONTEROS Edgar. (2005). Menciona: *“La microempresa es una asociación de personas que operando en forma organizada utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos, y tecnológicos para la elaboración de productos o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”*. Pág.15

VÁSQUEZ Lola 2006. Pág. Afirma: *“La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”*. Pág.76

La microempresa se la conoce como pequeña y mediana empresa que no ocupa una posición de dominio o monopolio en el mercado, muchas veces está dirigida por sus propios dueños, que asumen el riesgo del negocio y no están vinculadas a otras grandes empresas o grupos financieros

2.1.1. Importancia

Para abalzar lo anterior, Monteros habla acerca de la importancia manifestando. La microempresa es importante por su capacidad de adaptación a su entorno económico, donde puede superar con relativa facilidad los inconvenientes del proceso de dolarización, los productores y

vendedores eficientes puedan enfrentar el alza inflacionaria, reduciendo márgenes de ganancia, reduciendo stocks y finalmente equilibrando la producción y los costos. Pág. 19

2.1.2. Características Generales

La autora VÁSQUEZ Lola menciona las características de la microempresa:

- Las microempresas en su mayoría están dedicadas a la actividad comercial, esto es el hecho más notorio, ya que se dedican a la transformación de sus productos y los comercializan ellas mismas, dejan de lado a los intermediarios.
- La actividad de la microempresa tiene una importancia fundamental dentro de la vida empresarial, pues cerca del 80% se dedican al comercio o a la prestación de servicios, y el 20% restante a las actividades de transformación.
- Las microempresas son de tipo familiar, pero constituida como sociedades de personas, pues el dueño es el que aporta el capital necesario para sus operaciones.
- Como característica general podemos decir que carecen de una estructura formal en todas sus áreas. El trabajo que realiza el dueño se asemeja al de un hombre orquesta y eventualmente recurre a la asesoría externa.
- La microempresa, en función de orientación determina si cumple o no satisfactoriamente su responsabilidad social, entregando a la comunidad lo que realmente necesitan, para lo cual se concentran en

incrementar la participación de su producto en el mercado local que conoce y maneja de la mejor manera sus productos. Pág. 21.

2.1.3. Objetivos de la microempresa

El aporte del autor USAID permite mencionar los objetivos de la microempresa (Son operativos y deben ser capaces de convertirse en metas y tareas específicas de todas las áreas de las que depende la supervivencia de la empresa. Para ello se tomara en cuenta los siguientes objetivos:

- **Objetivo de Innovación:** Debe ser capaz de innovar, de lo contrario con el suministro, empleo y desarrollo de los recursos humanos.
- **Objetivo sobre Recursos Humanos:** Debe determinar objetivos relacionados con el suministro, empleo desarrollo de los recursos humanos.
- **Objetivo de Productividad:** Debe emplearse adecuadamente los recursos y la productividad debe crecer para que la microempresa sobreviva.

2.1.4. Clasificación de la microempresa

Según la Dirección de Microempresas y Artesanías del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración, Pesca y Competitividad, MICIP, las actividades que desarrollan las microempresas pueden ser de tipo:

- **Producción:** Son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados, dentro de esta actividad se encuentra la elaboración de artesanías cuya actividad del MICIP se regula en base

a la ley de Fomento Artesanal. Las microempresas de producción son las más importantes ya que son las que generan empleo productivo.

- **Comercio:** Son las que tienen como actividad la compra –venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.
- **Servicios:** La cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad
- **De sobrevivencia:** Tiene la urgencia de conseguir ingresos y su estrategia de competencia es ofrecer su mercadería a precios que apenas cubren sus costos. Como no llevan ningún tipo de contabilidad a menudo confunden sus ingresos con el capital. El dueño hace uso indistinto del dinero y hasta de la mercadería.
- **Subsistencia:** Son aquellas que logran recuperar la inversión y obtienen ingresos para remunerar el trabajo.
- **En crecimiento:** Tiene la capacidad de retener ingresos y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadoras de empleos. Aquí la microempresa se convierte en empresas.

2.1.5. Visión

Según FRANCES Antonio, (2006). Afirma: *“La visión necesita un gran objetivo hacia el cual dirigir sus esfuerzos, para definirlo deben preguntarse como desea llegar hacer en cinco a diez años, también se puede concebir como el logro más global e importante de la empresa u organización en el mediano o largo plazo, y debe servir de norte a las acciones de sus miembros y mantenerlos motivados. La visión se la puede definir en tres*

dimensiones: posicionamiento, ámbito geográfico y alcance sectorial".Pág.45

Para BATEMAN, Thomas S. (2005). manifiesta: *La Visión es la dirección e intención estratégica a largo plazo de una compañía.* Pág. 116

La visión de la empresa son objetivos claros que se pretende alcanzar en un determinado tiempo dando a conocer en diferentes sitios, ya sea un servicio o un producto el cual sea requerido en el mercado, logrando que sea el preferido por los consumidores.

La misión de la microempresa muestra claramente los objetivos que desea alcanzar a través de la prestación ya sea de un bien o producto, logrando satisfacer y conocer los gustos y preferencias que tienen los posibles consumidores permitiendo alcanzar y lograr un puesto reconocido en el mercado con los servicios o producto.

2.1.6. Misión

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary (2008). Manifiesta que: *"Es una declaración del propósito de la organización; lo que quiere conseguir en el entorno general".* Pág. 44.

Según FRANCES Antonio, (2006). Menciona: *La empresa se define por su producto, para ello busca identificar necesidades de atender del cliente que son más permanentes y más importantes.* Pág. 40

La misión de la microempresa muestra claramente los objetivos que desea alcanzar a través de la prestación ya sea de un bien o producto, logrando satisfacer y conocer los gustos y preferencias que tienen los posibles

consumidores permitiendo alcanzar y lograr un puesto reconocido en el mercado con los servicios o producto.

2.1.7. Estructura Organizacional.

GALAN Z. José (2006). Afirma: “Es el conjunto de relaciones explícitas por la dirección, en consecuencia son relaciones conscientemente deliberadas. Es decir la estructura real de la organización resulta de la combinación de los aspectos formales e informales siendo posible, en la práctica, la separación de los mismos salvo con los propósitos analíticos”. Pág. 18-19

La estructura organizacional es una herramienta muy importante para actuar directamente en la empresa, permitiendo ir progresivamente modificando lo informal a mediano y largo plazo por medio de actividades de adoctrinamiento, de gestión del comportamiento de las personas así como a través de la cultura de la empresa.

2.2. ASPECTOS DEL MERCADO

2.2.1. Estudio de Mercado

Según, CESPEDES S. Alberto, (2005). Afirma: “El estudio de mercado es el primer paso o fase del proceso de integración de mercadeo, también necesitamos evaluar el grado de aceptación o rechazo del público consumidor hacia nuestros productos o servicios. Es decir consisten en reunir, registros y análisis de todos los datos sobre problemas relacionados con la transferencia de venta de servicios y de productos del productor al consumidor”. Pág. 386

Según KOTLER, Philip. (2008). Manifiesta. “Es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de

mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico”. Pág. 127

En el estudio de mercado se asimila a los bienes y servicios que llegan de una nueva entidad ya sea de producción o servicios que los clientes están dispuestos adquirir, este estudio permitir fijar un precio que este al alcance del consumidor y ayudara a determinar estrategias de venta para dar a conocer el producto o servicio.

2.2.2. Demanda

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: “ *La demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado*”.Pág. 27.

Según BACA, Gabriel. (2006) manifiesta: *Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. Pág.17*

Dentro de un proyecto es muy importante que exista la demanda ya que de eso dependerá para que se ponga en marcha el proyecto, es decir que del consumidor depende para que un producto o servicio sea aceptado en el mercado cubriendo los gustos y preferencias del consumidor.

2.2.3. Oferta.

JACOME, Walter. (2005). Afirma: “*Es el conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y esté constituye competencia para el proyecto*”. Pág. 101.

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Menciona: *“La oferta es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado”*. Pág. 27.

El propósito de la oferta es buscar los mecanismos suficientes para poder llegar al consumidor potencial, tomando en cuenta las estrategias adecuadas donde le permitan dar a conocer su producto o servicio que se está ofreciendo, considerando las preferencias que se debe dar al cliente para que se decida comprar el producto.

2.2.4. Producto.

CHARLES W. Lamb, (2006). Dice: *“Al producto se lo define como aquello, sea favorable y desfavorable que una persona recibe en un intercambio, un producto puede ser un bien tangible, sin embargo los servicios y las ideas también son productos”*. Pág. 63.

KOMIYA S. Raúl (2004). Manifiesta: *“Bien manufacturado que posee características físicas y subjetivas, mismas que son manipuladas para aumentar el atractivo del producto ante el cliente, quien lo adquiere para satisfacer una necesidad”*. Pág. 127

El producto o servicio es el que se da a conocer al consumidor con sus cualidades como: empaque, diseño, contenido; e intangibles como: marca imagen, ciclo de vida y prestigio, que el cliente acepta para satisfacer sus necesidades y expectativas. El producto como cualquier cosa se puede ofrecer en un mercado para recibir atención, ser adquirido utilizado o consumido y que puede satisfacer una necesidad o deseo.

2.2.5. Mercado.

PHILIP K.Gary, (2007). Menciona: *“Es el conjunto de compradores reales y potenciales de u producto, tales compradores comparten una necesidad o un deseo en particular, el cual puede satisfacerse mediante relaciones de intercambio”*.Pág.7

FISCHER, Laura y ESPEJO, Jorge (2004). Manifiesta:” *El precio es la cantidad de dinero que se necesita para adquirir en intercambio la combinación de un producto y los servicios que lo acompañan*”.Pág.65

El mercado es conocido como el punto objetivo que desea llegar el producto o servicio en donde se encuentra el consumidor potencial que necesita adquirir y consumir de este producto o servicio. La empresa al momento de pensar en lanzar un producto lo primero que analiza es cual será mi mercado objetivo.

2.2.6. Precio

Según ARBOLEDA, Germán (2005). Afirma: *“El precios es el valor expresado en dinero de un bien o un servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues el que define en última instancia el nivel de ingresos”*. Pág. 55

Segun, KERIN, Roger A., HARTLEY, Steven W., RUDELIUS, William (2006).Afirman que: *“Es el dinero u otros elementos (incluyendo otros bienes y servicios) que se intercambian por la propiedad o el uso de un bien o de un servicio.”*Pág. 262.

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

2.2.7. Promoción

Según CANTOS, Aguirre (2006).Explica:“*El microempresario debe promocionar sus productos y para esto necesita mucha creatividad en pensar las formas como: publicidad, relaciones públicas, ventas personales, promoción de ventas. La promoción le ayudara a traer nuevos clientes y retiene a los actuales*”. Pág.45

Según MONTAÑO, S. Francisco (2005). Menciona: “*Son programas, actividades o eventos, que tienen por finalidad, ayudar a vender, estimulando una respuesta rápida de compra, en el lugar de la venta, mediante una diversidad de medios de comunicación e incentivos a corto plazo*”. Pág. 126.

La promoción es conocida como una estrategia importante dentro del departamento de ventas, ya que es una variable que permite dar a conocer al producto o servicios detallando su calidad, su contenido, sus beneficios, atrayendo de esa manera al consumidor principal el cual no dudara por comprar este producto.

2.2.8. Publicidad

Para MONTAÑO, S. Francisco (2005). Enuncia: “*Es el plan que contiene todos los elementos para enviar el mensaje al consumidor; es decir, trasmite a éste la imagen de la empresa, del producto, o la de ambos*”.Pág.39

KOMIYA S. Raúl (2004). Manifiesta: *“Es un anuncio pagado que aparece en un medio, es cual está diseñado para llegar a una gran parte de la población”*. Pág. 128.

La publicidad es otra estrategia en donde ayuda a dar a conocer al consumidor directo por los medios de comunicación, ya sea radio, televisión, prensa, con el propósito de motivar al público que se decida en realizar la compra del producto ya que conocen exactamente los beneficios que estos les brinda.

2.2.9. Comercialización

Según, CHARLES W. Lamb (2006). Menciona: *“Es la decisión de llevar un producto al mercado, ya que esto incide varias tareas como el embarque del producto o los puntos de distribución, capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos a los negocios y a los consumidores potenciales”*. Pág. 342

La Comercialización se la debe realizar adecuadamente y debe comprender y analizar aspectos que son muy importantes, en donde permite conducir directamente el producto al consumidor dirigiendo por un canal directo o en algunos casos se da la existencia de agentes que se interponen entre el productor y el consumidor, como son los canales indirectos conocidos como los intermediarios.

2.3. ASPECTOS TÉCNICOS

En su obra SAPAG N; SAPAG R (2006) comenta: *“El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a ésta área.”* Pág. 82, 83

La aplicación del estudio técnico es fundamental para el desarrollo del proyecto el mismo permitirá conocer exactamente el costo de la inversión que se debe tener para dar inicio con las actividades del proyecto, otro punto importante analiza la ubicación donde conviene ubicar su desarrollo.

2.3.1. Localización Óptima del Proyecto.

Según CORDOBA P. Marcial, (2006). Afirma: *“Es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes”*.Pág.38

BACA, Gabriel. (2006). Menciona: *“La localización Óptima del Proyecto consiste en identificar y analizar las características del entorno que favorezcan en forma positiva a la implantación del proyecto, para lograr la máxima utilidad al mínimo costo”*. Pág. 107

2.3.2. Factores de localización

Los factores mas importante que intervienen en la localización del proyecto para mejor conocimiento son:

CUADRO No.16 FACTORES DE LOCALIZACIÓN

• Transporte	• Condiciones de vías
• Mano de obra	• Leyes y reglamentos
• Materias prima	• Clima
• Energía eléctrica	• Evitar la contaminación
• Combustible	• Disponibilidad y confiabilidad
• Agua	• Actitud de la comunidad
• Mercado	• Zonas franca
• Terrenos	• Condiciones sociales
• La distribución	• Condiciones culturales
• Comunicaciones	• Seguridad

Fuente: Bibliográfica

Elaborado por: La autora

2.3.3. Macrolocalización del Proyecto

Según JACOME, Walter. (2005). Manifiesta: *“La Macrolocalización se refiere a determinar el lugar geográfico más adecuado para la implantación del proyecto. Determina en forma clara la región, provincia, cantón; es importante establecer las coordenadas geográficas con el fin de mejorar la precisión del proyecto con lo cual se tiene una localización muy confiable”*. Pág. 133

De la Macrolocalización dependerá mucho para tener éxito o no en el proyecto. Para evitar esto debe tomar una decisión responsable desde un inicio en donde funcionara un negocio, se debe considerar varios aspectos que beneficie el lugar para la implementación del proyecto, es muy importante tener claro las consecuencias en caso de equivocación.

2.3.4. Microlocalización del Proyecto

Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: *“Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes”*. Pág. 50

Cuando se realiza la microlocalización, el propósito de hacerlo más rentable, generalmente se ubica en el lugar de residencia del emprendedor, evitando con ello, asumir una serie de costos fijos, tales como el cubrimiento de servicios públicos, arriendos etc. Conociendo las ventajas y desventajas de las diferentes alternativas a evaluar se procede a determinar la ubicación definitiva del proyecto.

2.4. ASPECTOS CONTABLES

2.4.1. Contabilidad

Según ZAPATA Pedro (2008). Afirma: *“Es un elemento del sistema de información de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y su evolución, destinados a facilitar las decisiones de sus administradores y de los terceros que interactúan con el en cuanto se refiere a su relación actual o potencial con el mismo”*.Pág.7

Según GARCIA Daniel (2006). Manifiesta: *“Es la ciencia y/o técnica que enseña a clasificar y registrar todas las transacciones financieras de una empresa para proporcionar informes que sirven de base para la toma de decisiones sobre la actividad.”*Pág. 10

La contabilidad es una técnica de información cuantitativa, expresada en unidades monetarias acerca de las transacciones que efectúan las entidades económicas y de ciertos eventos económicos identificables cuantificables que le afectan, con la finalidad de facilitar a los diversos interesados en la toma de decisiones en relación con dichas entidades.

2.4.2. Importancia

DIAZ, Hernando, (2002). Expresa: *“Permite conocer con exactitud la real situación económica-financiera de una empresa; en cambio cuando no llevamos contabilidad, no se conoce con exactitud todo el movimiento que está llevando a cabo la empresa es decir: cuanto se tiene, cuanto nos deben, o debemos, cual es el volumen de compras, gastos, en definitiva solo se tiene una idea aproximada de la situación económica de la empresa”*.Pág.25

La contabilidad es de gran importancia porque todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras. Así tendrá mayor productividad y mejores beneficios de sus utilidades.

2.4.3. Objetivos de la contabilidad

El autor DIAZ, Hernando menciona los objetivos importantes de la contabilidad

- Proporciona información a los dueños accionista bancos y gerentes con relación a la naturaleza del valor de las cosas el procedimiento que está obteniendo para verificar los movimientos financieros de la empresa para ello debe realizar:
- Registros con bases en los sistemas y procedimientos técnicos adaptados a las diversas operaciones que se pueda realizar en un determinado ente.
- Clasificar respectivamente todas las operaciones realizadas como medio para obtener objetivos propuestos.
- Debe interpretar los resultados que se obtenido con el fin de dar una información clara, detallada y razonable

2.4.4. Libros a utilizar en la contabilidad

- **Diario general:** El diario general es un libro contable donde se recogen, día a día los hechos económicos de una empresa. La anotación de un hecho económico n el libro diario se llama asiento, es decir en el se registra todas las transacciones realizadas por una empresa.

- **Mayor general:** Es el libro de contabilidad en donde se organizan y clasifican las diferentes cuentas que movilizan la organización de sus activos, pasivos y patrimonio, para que estos registros sean validos deben asentarse en el libro debidamente autorizado.
- **Balance de comprobación:** Es un documento contable elaborado por el empresario que le permite hacerse una idea sobre la situación de su empresa, y las operaciones realizadas en el periodo, su objetivo es comprobar que no existe asientos descuadrados en la contabilidad.

2.5. ESTADOS FINANCIEROS

2.5.1. Balance de Pérdidas y Ganancias

Según ZAPATA, Pedro (2002). Expresa: *“El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea de ganancia o de pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante un periodo determinado”*. Pág.71

ORTIZ, Alberto G. (2005). Afirma: *“Representa un componente del sistema de información financiera que refleja el dinamismo de la actividad empresarial durante un periodo, al contener la expresión monetaria de las realizaciones asociadas con el ejercicio comercial”*. Págs. 29 y 30.

El estado de resultados consiste en analizar todos los elementos que entran en la compra y venta de mercadería hasta determinar la utilidad o pérdida del ejercicio, también integra todas las cuentas ingresos y gastos son el fin de determinar lo anteriormente dicho.

2.5.2. Balance General

SARMIENTO, Rubén (2005). Afirma: *“Es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio a o al final del ejercicio económico contable”*. Pág. 77

Según BLOCK, Stanley B., HIRT, Geoffrey A. (2005). Afirman: *“Indica lo que la empresa posee y la manera en la que estos activos han sido financiados bajo la forma de pasivos o de participaciones en el capital”*.Pág. 27.

El balance general realiza el análisis económico financiero en donde intervienen los acreedores y los accionistas, dueños, los resultados serán expresados en términos monetarios.

El balance general contiene los rubros que constituirán los activos de la empresa, es decir los bienes adquiridos para materializar el proyecto. Por otro lado se presentan los activos esperados de la empresa, es decir las obligaciones financieras que adquirirán los socios del proyecto, y el patrimonio o capital social.

2.5.3. Estado de Flujo de Efectivo

Según BRAVO, Mercedes (2007). Expresa: *“Este estado financiero se elabora al termino de un ejercicio económico o periodo contable para evaluar con mayor efectividad la liquidez o solvencia de la empresa”*.Pág. 189

ORTIZ, Alberto G. (2005). Manifiesta: *“Representa un componente del sistema de información financiera que refleja el dinamismo de la actividad empresarial durante un periodo, al contener la expresión monetaria de las realizaciones asociadas con el ejercicio comercial”*.Págs. 29 y 30.

Este estado tiene la finalidad de dar a conocer una información clara y concisa de los recaudos y desembolsos que se realizan en la entidad durante el periodo previsto, para poder examinar la capacidad de la empresa para que genere flujos futuros de efectivo, para poder evaluar la efectividad de cumplimiento con sus obligaciones y poder establecer las diferencias entre la utilidad neta y los recaudos y desembolsos.

2.6. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

2.6.1. Valor Presente Neto (VAN)

BLOCK, Stanley B. y HIRT, Geoffrey A. (2005) Menciona: *“Vuelve a descontar los flujos de entrada a lo largo de la vida de la inversión para determinar si son iguales o si exceden a la inversión requerida”*.Pág. 345.

Según JACOME Walter, (2005). Expresa: *“Es la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite analizar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma”*.Pág.82

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un proyecto es el valor de flujos de caja netos, es decir consiste en descontar al momento actual todo los flujos de caja futuros del proyectos, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual del proyecto.

A continuación su formula:

$$VAN = II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \cdots + \frac{FNE + VS}{(1+r)^n}$$

2.6.2. Tasa interna de retorno (TIR)

BARRAGAN JOSE, (2002). Manifiesta: *“La tasa interna de retorno, es la tasa de descuento que causa que el valor presente neto de los flujos de caja del proyecto, sea igual a cero, también se define como tasa interna porque es la rentabilidad generada por el dinero que permanece invertido en el proyecto durante se proceso”*. Pág. 83

Según FONTAINE R. Ernesto, (2008). Afirma: *“Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero”*. Pág.100

Es utilizado para decidir su aceptación o rechazo de un proyecto de inversión, para esto se compara una tasa mínima, la tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión, también se define como la tasa (TIR) , para el cálculo del valor presente de los flujos de caja esperados(ingresos menos egresos) se iguala con la inversión inicial.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

2.6.3. Periodo de recuperación

Según, FLORES U. Juan A. (2007). Expresa: *“Que la recuperación se da cuando dentro de un año el resultado obtenido del Flujo de Fondos totalmente netos se recupera la inversión.”* Pág. 119

Los autores SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo. (2008). Manifiestan: *“Ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa”*. Pág. 329.

El periodo de recuperación permite conocer el tiempo en el cual se realizara la recuperar la inversión del proyecto, es decir para que el proyecto sea factible la recuperación de su capital se debe dar durante la vida útil del mismo en donde se conocer el movimiento de sus inversiones.

2.6.4. Beneficio costo

FLORES U. Juan A. (2007). Expresa: *“Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocios, comparándola con los costos en que su ejecución se esperan incurrir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa”*. Pág. 119

La relación beneficio-costo, ayuda a determinar las cantidades que constituyen los ingresos que son conocidos como beneficios y las cantidades que constituyen los egresos son conocidos como costos. El mismo permite relacionar los ingresos y los gastos que tendrá el proyecto pero en forma actualizada. Para que exista una inversión atractiva para el inversionista la relación beneficio costo debe ser mayor que en caso de no ser el proyecto no es viable.

Es la relación que se obtiene de la división de los ingresos actualizados para los gastos actualizados de lo cual es importante aplicar la siguiente formula.

Se aplica la siguiente Fórmula:

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{\text{FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN INICIAL}}$$

2.6.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

Según CHILQUINGA Manuel (2004). Expresa: "El punto de equilibrio es aquel volumen de ventas donde los ingresos demuestran que la empresa no gana ni pierde". Pág. 60

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: "el punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total y de ingreso total". Pág. 85.

El punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas para determinar las posibles rentabilidades de vender determinado producto en donde le permita obtener un resultado igual en donde no existe ni ganancias ni pérdidas durante su realización.

2.7. Tarjetas artesanales

ILUSTRACIÓN No.1 TARJETAS ARTESANALES



Fuente: Internet
Elaborado por: La autora

<http://www.tarjetasarteco.com.ar/>. Manifiesta: “Las tarjetas artesanales son realizadas manualmente se utiliza materiales como papel, cartón, y demás accesorios dependiendo el tipo de tarjeta que desee realizar ya sea para cumpleaños, matrimonio, bautizo, grado, etc”.

Las tarjetas artesanales son a expresiones realizadas de manera manual de tan buen gusto y es la forma de comunicarla asistencia a un evento, ya sea para cumpleaños, a una boda o felicitar a alguien por un logro, las tarjetas aparecen como un elemento muy importante en la vida cotidiana. Se trata de objetos que nos permiten expresarnos y reflejar el afecto que tenemos por una persona. Para que dicha expresión sea única, nada mejor que las tarjetas artesanales hechas por uno mismo.

2.7.1. Tipos de tarjetas artesanales

CUADRO No.17 TIPOS DE TARJETAS ARTESANALES

- Tarjetas artesanales San Valentín
- Tarjetas artesanales cumpleaños
- Tarjetas artesanales Para el día de la madre
- Tarjetas artesanales de navidad
- Tarjetas artesanales de año nuevo
- Tarjetas artesanales para halloween

Fuente: Internet
Elaborado por: La autora

2.7.2. Proceso de elaboración

Las tarjetas pueden perder la gracia cuando no les ponemos el cariño necesario. Muchas veces terminan siendo aburridas y poco creativas,

porque es difícil encontrar diseños de tarjetas originales. Por eso, que a continuación se demuestra la elaboración de una tarjeta muy original de cumpleaños, este original modelo de tarjetas artesanales cumplirá la tarea de una forma muy simpática.

Materiales:

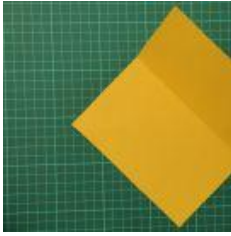
- Dos rectángulos medianos de cartulina
- Pequeños trozos de cartulina de varios colores
- Regla
- Bolígrafo
- Tijera
- Pegamento en barra
- Cúter

ILUSTRACIÓN No.2
MATERIALES PARA LA ELABORACIÓN DE TARJETAS



Elaborado por: La autora

Proceso para su Elaboración paso a paso:



Para hacer esta manualidad de tarjetas creativas, el primer paso será doblar por la mitad uno de los rectángulos medianos de cartulina.



Ahora, con el cúter haz unos cortes en la zona que has doblado. Debes cortar la cartulina por el borde doblado para conseguir tres líneas.



Desdobra la cartulina y despega las líneas que acabas de cortar para comprobar que estén prolijas. Abre la cartulina y con cuidado levanta suavemente las líneas recortadas.



Con la cartulina de colores recorta globos. Si tienes dudas sobre cómo hacerlo, primero dibuja un globo en la cartulina y luego recorta por la línea del dibujo, así tendrás más confianza al recortarlo con la tijera.



Cuando ya tengas muchos globos de distintos colores recortados, recorta un trozo de cartulina del rectángulo mediano que aún no has utilizado y pega los globos sobre éste. Pega los globos con el pegamento en barra sobre un trozo de cartulina. Haz dos ramos de globos y pégalos sobre dos trozos de cartulina diferentes.



Corta con la tijera un poco de cartulina de color claro con forma de banderín. Si prefieres, puedes dibujarlo antes de cortarlo, igual que has hecho con los globos.



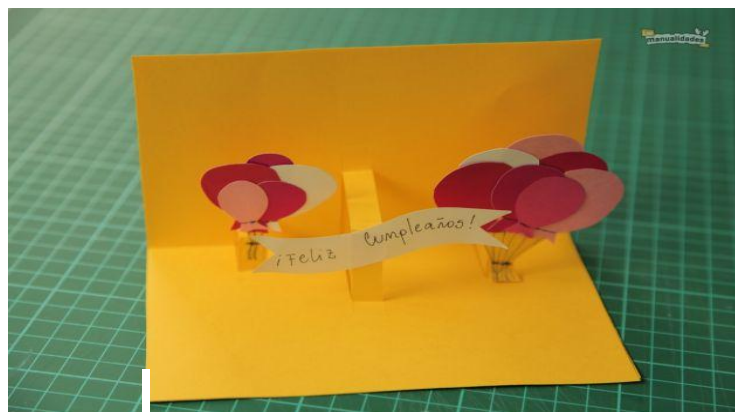
Escribe el mensaje que quieras sobre el banderín con el bolígrafo. Sobre el banderín, escribe lo que quieras que tu tarjeta comunique.



Pega los dos ramos de globos que habías hecho sobre las líneas que habías hecho en la cartulina. Pon cada ramillete de globos sobre las líneas más externas de la cartulina. Por último, pega el banderín con el mensaje en la línea central de la cartulina.

Ya tenemos una muy original tarjeta.

ILUSTRACIÓN No. 3 TARJETA TEMINADA



Elaborado por: La autora

2.7.3. Control de calidad de tarjetas artesanales

<http://www.controlcalidadterjetaselaboracion/>Todos los modelos de tarjetas artesanales hechos por Acuarela Color se confeccionan con papeles reciclados de alto gramaje y extra blancos para dar mayor realce a las invitaciones, tanto sean participaciones de enlace, invitaciones para bautismos, fiestas de 15 Años o libro de recuerdo. El cuidado y la terminación es una prioridad en AcuarelaColor, esto es así porque cuando alguien recibe invitaciones, ya sean clásicas o modernas, de casamiento, de quince años o para todo tipo de eventos, lo primero que percibe es el cuidado o la pulcritud de dicha invitación. Cualquier deterioro, arruga o imperfección es fácilmente perceptible. De allí nuestro excesivo cuidado.

- Todas nuestras tarjetas, invitaciones, postales, estampas, calendarios, tarjetas de bautismos, primera comunión o quince años son enviadas en cajas perfectamente acondicionadas para una perfecta conservación.
- En el mercado local existen muy pocas opciones de participaciones personalizadas de casamiento o también llamadas participaciones exclusivas de casamiento. Y mucho menos si hablamos de participaciones o invitaciones pintadas a mano. Casi se podría decir que son contados con los dedos de una mano los artistas que realizan esta tarea.
- Toda nuestra tarjetería para eventos son motivos exclusivos y que no pertenecen a la cartilla de opciones de las imprentas del ramo. Por eso cuando hablamos de exclusividad en invitaciones estamos hablando de una realidad y no de un slogan publicitario. Son tarjetas de invitación de diseños únicos que también brindan la posibilidad de

hacerlas totalmente a gusto del cliente y con la participación activa del mismo.

- Así mismo, todas las participaciones, invitaciones, estampas, souvenirs para los 15 años, el casamiento, el bautismo o la comunión llevan una pequeña etiqueta donde se aclara quién es el artista que las ha pintado (sólo para este caso).

2.7.4. Concejos para realizar las tarjetas artesanales

<http://definicion.de/artesania/Artesanía>. Manifiesta algunos concejos para la realización de las tarjetas artesanales

- En general las participaciones de enlace o tarjetas artesanales de invitación deben ser pedidas con la suficiente anticipación para evitar entregas sobre la fecha.
- También recomendamos muy especialmente que cuando se encarguen participaciones artesanales de casamiento, invitaciones de cumpleaños de 15, invitaciones de bautismo, invitaciones de primera comunión u otros pintados a mano, el tiempo de realización sea mayor que si fuera sólo un mismo motivo impreso. De allí la necesidad de hacer el pedido de las tarjetas de invitación con bastante anticipación.

2.8. Artesanía

<http://definicion.de/artesania/Artesanía>. Manifiesta: *“Es el arte y las obras de los artesanos. Un artesano, por otra parte, es la persona que realiza trabajos manuales, sin la ayuda de máquinas o de procesos automatizados. No existen, por lo tanto, dos artesanías exactamente iguales”*.

Una artesanía es un producto obtenido de manera manual. Puede afirmarse que las piezas artesanales son todas distintas entre sí, lo que diferencia a la artesanía de la producción industrial o del trabajo en serie. El artesano, por lo tanto, es quien realiza labores de artesanía. Lo habitual es que no se dedique a la reventa de productos, sino que él mismo se encargue de fabricar piezas de manera artesanal para comercializarlas.

2.8.1. Objetivos de la artesanía

<http://www.objetivosartesanias.htm> . Menciona los objetivos de las artesanías

- La finalidad de nuestros objetivos es desarrollar una forma de sistema de información y comercialización estratégica que nos permita incursionar en el mercado nacional e internacional, mediante un programa de comercialización en el cual el artesano peruano, especialmente el artesano cusqueño pueda ofrecer sus productos sin mediar ningún tipo de pérdida y mucho menos de valorización de sus productos.
- Recuperar los conocimientos tradicionales relacionados al campo artesanal. En cuanto a nuestro personal, dar seguimientos, para así poder controlar y evaluar los esfuerzos realizados por los mismos. Eliminando así todas aquellas debilidades existentes y cambiarlas por fortalezas para obtener una mejor demanda financiera.
- Lograr la mayor satisfacción posible de los clientes tanto nacionales como internacionales.

2.8.2. La artesanía en el Ecuador

http://www.ecuaworld.com.ec/artesantias_ecuador.htm En un país como el Ecuador, que está abriéndose a la mediana y gran industrias, el artesanado reviste aún notable importancia y da trabajo a unas 200.000 familias.

La mayor parte de la elaboración de los sombreros "montecristi", inadecuadamente llamados "panamá", es de tipo artesanal, utilizando la fibra de la palmera toquilla; sin embargo, la competencia de las libras sintéticas japonesas ha puesto a este sector en crisis, sobre todo en el sur de la Sierra y en ciertos lugares de Manabí.

En la artesanía textil, se distinguen por su habilidad los indios de Otavalo, en la parte septentrional de la región interandina; son muy bellas sus producciones hechas a mano, con imaginativas combinaciones de colores. Otavalo es también la sede de un antiquísimo mercado, que se remonta a tiempos anteriores a la invasión de los incas, cuando el valle estaba habitado por agricultores, cuya evolución cultural fue tan significativa que los conquistadores respetaron la estructura básica, limitándose a mejorar el sistema de labranza de la tierra y hacer que prevaleciera el idioma quechua. Los españoles, que llegaron más tarde, se comportaron de manera diversa, llevando parte de los nativos hacia las minas de la cordillera y las plantaciones de la Costa; pero los que permanecieron dentro del ámbito tradicional se aferraron a la zona, mantuvieron sus costumbres y fueron revelando condiciones poco usuales para la artesanía y el comercio.

El corazón del sector es el mercado, donde se puede encontrar una variedad casi increíble de productos, desde los ponchos hasta utensilios domésticos; desde las características cuerdas de cáñamo a la sal, tan apreciadas en los Andes.

También son de considerable valor los objetos de oro y plata, de una factura secular, ya que deriva del arte precolombino, sorprendentes por su finísimo estilo, trabajados en la propia zona de Otavalo y en otros parajes de la Sierra. Lo mismo se puede decir de las alfombras y los artículos de cerámica.

2.9. El artesano

<http://definicion.de/artesano/>. Afirma: "Un artesano es un obrero calificado en un comercio o artesanía. Es considerado entre un trabajador y un profesional, con un alto grado de conocimientos teóricos y prácticos de su oficio. En las culturas en que las carreras profesionales son muy apreciadas, no puede haber una escasez de trabajadores manuales cualificados, lo que llevó a la apertura de mercados lucrativos en los comercios."

El artesano, por lo tanto, es quien realiza labores de artesanía. Lo habitual es que no se dedique a la reventa de productos, sino que él mismo se encargue de fabricar piezas de manera artesanal para comercializarlas. Los artesanos suelen utilizar los materiales típicos de su zona de origen en la producción de sus artesanías. Quienes viven en una zona costera, por ejemplo, utilizan conchas marinas, mientras que en las zonas boscosas predominan las artesanías hechas con maderas

2.9.1. Beneficios de los artesanos

<http://www.beneficiosartesanosecuador.com>. Manifiestan los beneficios. La Ley de Defensa del Artesano concede a los Artesanos Calificados los siguientes beneficios:

a) Laborales

- Exoneración de pago de decimotercero, decimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices
- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas

b) Sociales

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices
- Acceso a las prestaciones del seguro social
- Extensión del seguro social al grupo familiar
- No pago de fondos de reserva

c) Tributarios

- Facturación con tarifa 0% (I.V.A.)
- Declaración semestral del I.V.A
- Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías
- Exoneración del pago del impuesto a la renta
- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

El estudio de mercado tiene la finalidad de analizar la demanda y oferta de tarjetas artesanales, producto que estará dirigido al mercado competitivo.

Por tal razón es importante realizar el análisis a las variables más importantes que actúan en el mercado:

- Mercado meta
- Demanda
- Oferta
- Precios
- Comercialización

Estas variables permiten tener una visión más clara sobre el comportamiento del mercado, de igual manera que estrategias se deben aplicar para tener éxito en el desarrollo del proyecto.

El presente estudio de mercado se centró principalmente en cuantificar y cualificar la demanda, oferta y precios de las tarjetas artesanales en la ciudad de Otavalo.

3.2. Identificación del producto

ILUSTRACIÓN No.4 DISEÑO DE TARJETAS ARTESANALES



Fuente: Internet
Elaborado por: La autora

Las tarjetas artesanales son realizadas de manera manual antiguamente utilizaban esta técnica, en este tipo de tarjeta se emplea accesorios. Ya sea para hacer una invitación, de felicitaciones o realizar un bonito regalo, las tarjetas artesanales son una clásica opción para los amantes de las manualidades, para ello se utiliza Papel, cartulina, marcadores, tijeras y pegamento son los materiales básicos para llevar a cabo todos los diseños imaginables, a lo cual se le pueden agregar otros elementos (telas, cintas, cartón, flores) para otorgar un toque de originalidad.

3.2.1. Características del producto.

- El texto de las tarjetas son las frases dependiendo la ocasión y son escritas manualmente
- Contienen un diseño original que no se parece a las que comúnmente se encuentran en el mercado

- Las tarjetas contienen materiales que no afecta al medio ambiente , es más se utiliza material reciclado
- Para diseñar las tarjetas artesanales no necesita de mucha inversión en el material
- Las tarjetas se encuentran para todas las ocasiones especiales que se presente en tu vida.
- La presentación de las tarjetas artesanales es realizada en distinto colores, diseños, modelos, tamaño, etc.
- Las tarjetas también pueden ser elaboradas en los tiempo libres puede ser tomada como una actividad de entretenimiento
- Las tarjetas artesanales han llegado a significar detalles que contienen un valor más significativo.

3.2.2. Usos de las tarjetas artesanales

CUADRO No.18 USOS DE TARJETAS ARTESANALES

ANIVERSARIOS
BAUTISMOS
CARÁTULAS
CARÁTULAS ZODIACALES
CASAMIENTOS
COMUNIÓN
CUMPLEAÑOS
CUMPLEAÑOS DE 15 AÑOS
INDIVIDUALES
NACIMIENTOS
POSA VASOS
SEÑALADORES

Fuente: Internet
Elaborado por: La autora

Las tarjetas artesanales son utilizadas para cualquier tipo de evento que se presenten en la sociedad, tienen diseños y acabados que garantizan la satisfacción de las personas que lo adquieren, cumplen con los requerimientos necesarios de presentación.

3.3. Mercado Meta

El mercado meta al cual va dirigido las tarjetas artesanales es toda la población de la ciudad de Otavalo, especialmente entre las edades de 15 a 60 años, grupo de personas que acostumbran a obsequiar este tipo de producto en fechas especiales, cabe mencionar que cuando la microempresa adquiera prestigio la cobertura será regional.

3.4. Análisis de la Demanda

La demanda tiene como finalidad cuantificar y cualificar el grupo de consumidores que están dispuestos adquirir el producto.

Para la presente investigación se ha tomado como demandantes potenciales a las personas entre las edades de 15 a 60 años, a los cuales se les aplicó una encuesta para conocer su comportamiento.

3.4.1. Demanda actual

Mediante la encuesta efectuada en el diagnóstico Pregunta. 1,13 y 14, se pudo determinar la población que adquiere tarjetas artesanales, dato que sirvió como base para cuantificar la cantidad de compra.

CUADRO No.19
POBLACIÓN QUE ADQUIERE TARJETAS ARTESANALES

POBLACIÓN TOTAL ENTRE 15 Y 60 AÑOS	POBLACIÓN QUE ADQUIERE TARJETAS 89%	POBLACIÓN QUE ARQUIRE TARJETAS ARTESANALES 57%
44840	39908	22747

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Partiendo de la población que adquiere tarjetas artesanales y tomando como referencia los resultados de la información recopilada mediante encuestas, donde se indaga acerca de la cantidad y frecuencia de consumo, se obtiene los siguientes resultados.

CUADRO No.20
DEMANDA ACTUAL DE TARJETAS ARTESANALES EN UNIDADES

POBLACIÓN DISPUESTA A ADQUIRIR TARJETAS ARTESANALES	DISPONIBILIDAD DE COMPRA EN %	DISPONIBILIDAD DE COMPRA POR PERSONAS	CANTIDAD DE COMPRA PROMEDIO	FRECUENCIA DE COMPRA	DEMANDA DE TARJETAS ARTESANALES EN UNIDADES
22747	30%	6824	2	4	54594
	25%	5687	4	2	45495
	45%	10236	6	1	61418
TOTAL	100%	22747			161506

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Como se puede observar en el cuadro anterior existe una demanda significativa de tarjetas artesanales, lo que garantiza altas posibilidades para el proyecto.

3.5. Proyección de la Demanda

Para proyección de la demanda se utilizó el índice del crecimiento población de la ciudad de Otavalo que se ubica en el 1,98% anual, utilizando la siguiente fórmula:

$$D_f = D_p (1+i)^n$$

Donde:

D_f: Demanda futura

D_p: demanda de las encuestas

i: tasa de crecimiento

n: año proyectado.

**CUADRO No.21
PROYECCIÓN DE DEMANDA
DE TARJETAS ARTESANLES**

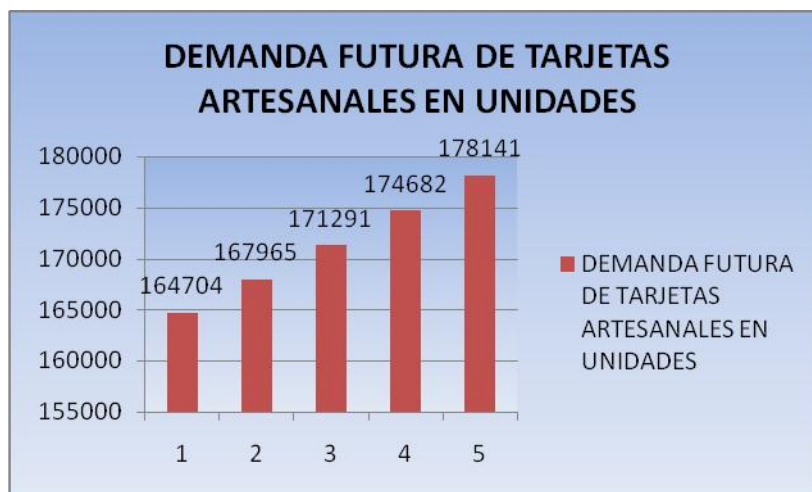
AÑO	DEMANDA FUTURA DE TARJETAS ARTESANALES EN UNIDADES
2013	164704
2014	167965
2015	171291
2016	174682
2017	178141

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Como se puede apreciar en el gráfico siguiente la tendencia de crecimiento del consumo de tarjetas artesanales es ascendente.

GRÁFICO No.15



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

3.6. Análisis de la Oferta

El estudio de oferta corresponde analizar los productores de tarjetas artesanales en el área de influencia del proyecto.

3.6.1. Oferta actual

Mediante la entrevista efectuada a los productores de tarjetas artesanales de la ciudad de Otavalo se pudo cuantificar el número de tarjetas que se ofertan al año en la ciudad. pregunta No. 6.

CUADRO No.22
OFERTA ACTUAL DE TARJETAS ARTESANALES

No. DE PRODUCTORES DE TARJETAS ARTESANALES	VENTAS SEMANALES PROMEDIO DE TARJETAS ARTESANALES	FRECUENCIA DE VENTA	OFERTA ANUAL DE TARJETAS ARTESANALES EN UNIDADES
6	250	52	78000

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

3.7. Proyección de la Oferta

Para la proyección se utilizó un crecimiento paralelo a la demanda con el índice del 1,98% anual.

Se utilizó la siguiente fórmula:

$$Of = Op (1+i)^n$$

Donde:

Of: Oferta futura

Op: Oferta presente.

i: tasa de crecimiento

n: año proyectado.

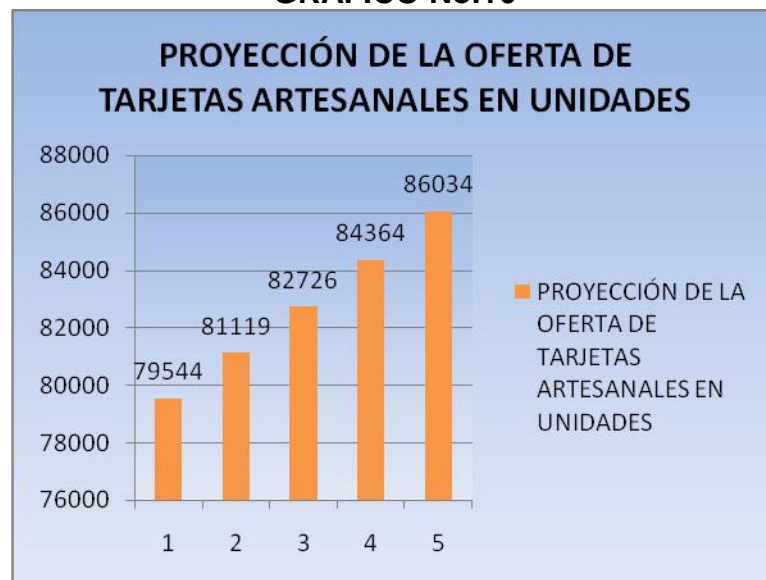
**CUADRO No.23
PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

AÑO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE TARJETAS ARTESANALES EN UNIDADES
2013	79544
2014	81119
2015	82726
2016	84364
2017	86034

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

GRÁFICO No.16



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

3.8. Demanda Potencial a Satisfacer

En esta parte se hace una comparación entre demanda y oferta para determinar si existe o no oportunidad del producto en el mercado.

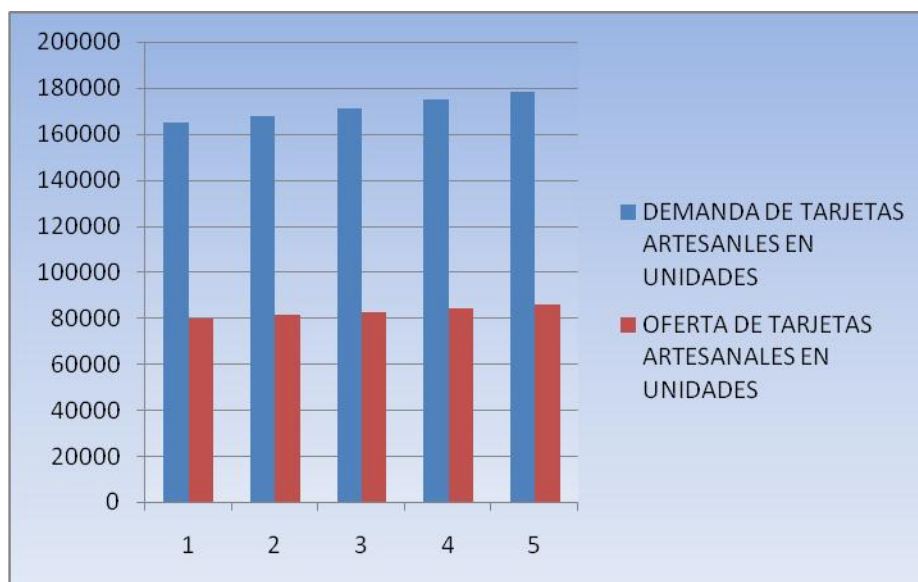
CUADRO No.24
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE TARJETAS ARTESANALES

AÑO	DEMANDA DE TARJETAS ARTESANALES EN UNIDADES	OFERTA DE TARJETAS ARTESANALES EN UNIDADES	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE TARJETAS ARTESANALES EN UNIDADES
2013	164704	79544	85159
2014	167965	81119	86846
2015	171291	82726	88565
2016	174682	84364	90319
2017	178141	86034	92107

Elaborado por: La autora

Como se puede observar en el cuadro anterior la demanda supera a la oferta, por lo que existe mercado para el producto lo que significa que la propuesta es atractiva.

GRÁFICO No.17
BALANCE DEMANDA OFERTA



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

3.9. Pronóstico de Ventas

Para plantear el pronóstico de ventas se tomo en cuenta la capacidad del proyecto y la existencia del mercado para el producto, quedando de la siguiente manera: se captara el 15% de la demanda potencial a satisfacer con un crecimiento del 5% cada año.

CUADRO No.25
PRONÓSTICO DE VENTAS DE TARJETAS ARTESANALES

AÑO	PLAN DE VENTAS DE TARJETAS ARTESANALES EN UNIDADES
2013	12774
2014	13413
2015	14083
2016	14787
2017	15527

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

GRÁFICO No.18



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

3.10. Análisis de Precios

Mediante observación directa a lugares donde se comercializan tarjetas artesanales se pudo determinar que los precios no son estandarizados, ya que depende de los diseños, materia prima utilizada, origen del producto, los precios se sitúan entre 3 a 6 dólares.

3.11. Estrategia Comercial

Las estrategias comerciales que se aplicará para la comercialización de las tarjetas artesanales estarán basadas en conquistar un mercado fijo para el producto.

3.11.1. Producto

El producto esta representado por la tarjeta artesanal realizada de manera manual utilizando accesorios.

- En cada producto se colocara el nombre de la microempresa en donde el cliente tenga una referencia para dar a conocer el producto.
- Se brindara al mercado un producto de calidad se mantendrá un control constante en su proceso de elaboración.
- La microempresa producirá tarjetas de varios diseños, colores, para satisfacción del mercado.
- Se creara un slogan que vaya impreso al interior de cada tarjeta.

3.11.2. Precio

El precio de las tarjetas se establece de acuerdo a los siguientes puntos para su comercialización:

- El precio de la tarjeta estará de acuerdo a la competencia que suelen vender productos similares.
- Dependiendo de la cantidad de tarjetas que el cliente lleve se realizará un descuento especial, que permita que el cliente se sienta satisfecho.
- Por un tiempo establecido se mantendrá los mismos precios con los que se inicien.

3.11.3. Publicidad

La publicidad que la microempresa aplicara para dar a conocer su producto como es tarjetas artesanales son:

- Se contratara el servicio de publicidad en prensa donde la información del producto tendrá un espacio en el que el consumidor logrará captar la información. La publicidad quedará de la siguiente manera:

ILUSTRACIÓN No.5

SPOT PUBLICITARIO DE PRENSA



TARJETAS ARTESANALES OTAVALO

Pone a su disposición toda una variedad de tarjetas para toda ocasión elaboradas con un alto grado de creatividad y talento artesanal ofreciendo un producto de calidad a precios accesibles.

Estamos ubicados en Otavalo en la Calle Simón Bolívar y Juan de Dios Morales



Todo lo que buscas en tarjetas con los mejores diseños innovadores.

Grandes descuentos en tarjetas al por mayor, se aceptan todas las tarjetas de crédito

Elaborado por: La autora

- También se diseñara trípticos que contendrán toda la información de la microempresa y del producto.
- Por temporadas especiales se entregara obsequios para incentivar la compra el consumidor.
- Al igual en fechas especiales se obsequiara tarjetas calendarios como insignia de los productos

3.11.4. Distribución

La microempresa esta dirigida a la captación de todas las personas que requieran del producto.

- Para su distribución se aplicara el canal directo que consiste en realizar la venta por teléfono, correo, catálogos al igual que las formas de ventas electrónicas, que se las realizan del productor al cliente.
- También la microempresa trabajara con la aplicación del canal de distribución indirecto que consiste en contar con un intermediario que realice la venta final con el comprador del producto, como también directo desde el punto de producción.

3.1. Conclusión del estudio de mercado

Efectuado el análisis a las variables del estudio de mercado se determina que existe la factibilidad de mercado para el producto, debido a que la demanda supera a oferta, por tanto la propuesta tiene alto grado de éxito.

CAPÍTULO IV

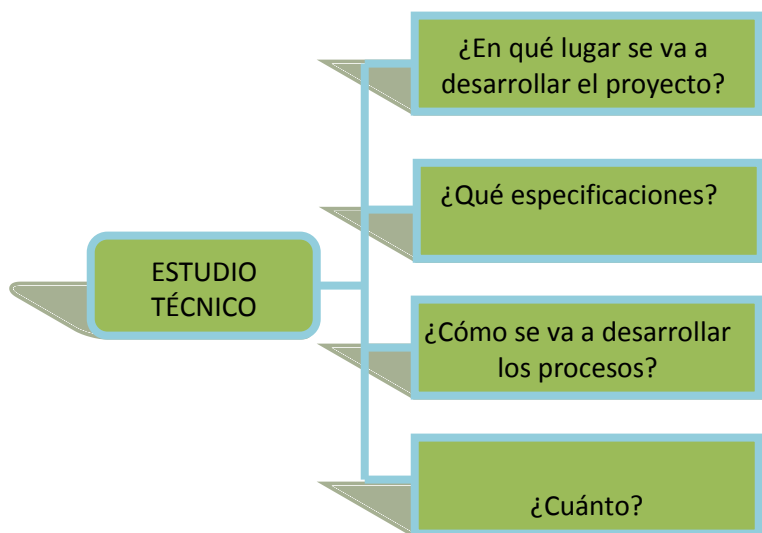
4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Presentación

Este capítulo tiene como finalidad determinar los aspectos importantes como: la localización óptima del proyecto, el tamaño, la distribución de la planta, el proceso de producción y las inversiones necesarias para ejecutar las operaciones de la microempresa.

Estos aspectos necesitan un análisis profundo, donde se determina el grado de influencia en el proyecto y su forma más adecuada de aprovecharlo o mitigarlo, ya que de eso depende el éxito de la microempresa.

ILUSTRACIÓN No.6 FINALIDADES DEL ESTUDIO TÉCNICO



Elaborado por: La autora.

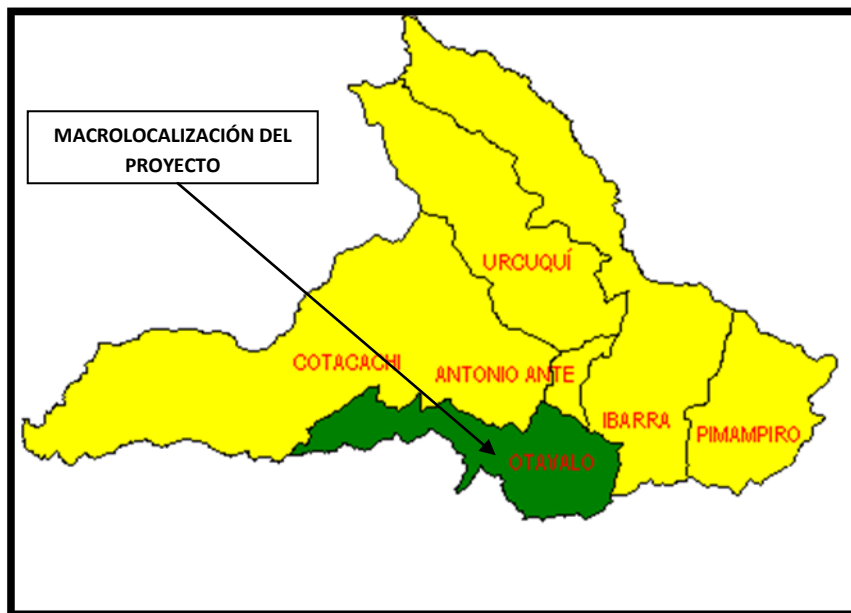
4.2. Localización óptima del proyecto

Para la localización óptima se analiza tanto su macro como la micro.

4.2.1. Macrolocalización

La macrolocalización de la microempresa será en el cantón Otavalo.

ILUSTRACIÓN No.7
MAPA DEL CANTÓN DE OTAVALO



Fuente: INEC
Elaborado por: La autora

Continente: Americano

País: Ecuador

Provincia: Imbabura.

Cantón: Otavalo

Ciudad: Otavalo

4.2.2. Microlocalización

Para definir la microlocalización se aplicó el método cualitativo por puntos donde se analiza factores que influyen en el desarrollo de las actividades de la microempresas, entre ellos tenemos:

CUADRO: No.26
MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

FACTORES	PESO	Sector Norte		Sector Centro		Sector Sur	
		Punt	Pond.	Punt.	Pond.	Punt.	Pond.
Disponibilidad de materia prima	0,15	8	1,2	9	1,35	8	1,2
Disponibilidad de mano de obra	0,15	8	1,2	8	1,2	8	1,2
Cercanía al mercado	0,2	8	1,6	9	1,8	7	1,4
Infraestructura	0,1	7	0,7	9	0,9	7	0,7
Precio de insumos	0,1	8	0,8	8	0,8	8	0,8
Ubicación estratégica	0,3	7	2,1	10	3	7	2,1
TOTAL	1		7,6		9,05		7,4

Fuente: Bibliográfica

Elaboración: La autora

De acuerdo al análisis de microlocalización, el proyecto estará ubicado en:

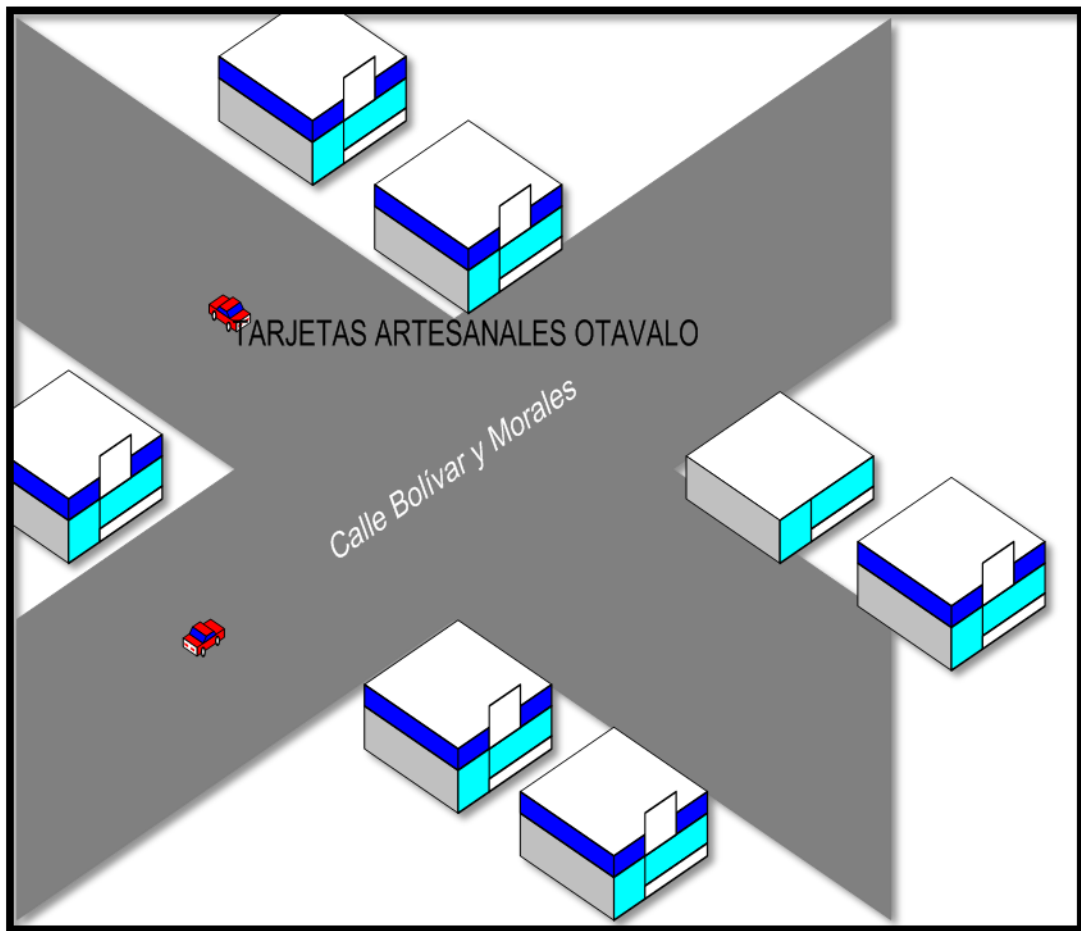
Provincia: Imbabura

Cantón: Otavalo

Dirección: Calle principal Simón Bolívar

Calle transversal Juan de Dios Morales

ILUSTRACIÓN No. 8 CROQUIS DE LA MICROLOCALIZACIÓN



Elaborado por: La autora

4.3. Tamaño del Proyecto

Para determinar el tamaño óptimo del proyecto hay que tomar en cuenta algunos factores como: tamaño del mercado, disponibilidad de insumos, aspecto financiero, talento humano.

4.3.1. Factores condicionantes del tamaño del proyecto.

- **Tamaño del mercado.**

En el capítulo anterior del análisis del mercado se determinó una demanda potencial a satisfacer muy atractiva, lo que significa que la microempresa podrá captar un porcentaje en funciones de sus capacidades tanto administrativas como operativas esto significa el mercado es un aspecto muy importante que define el tamaño del proyecto.

- **Disponibilidad de insumos.**

Se necesita analizar la suficiente disponibilidad de insumos para que entre en ejecución el proyecto ya de eso depende que el producto esté listo para la comercialización, ya que si no existe los insumos se tendrán problemas en abastecimiento y en las entregas respectivas, por tanto se determina que en la ciudad de Otavalo si existe la mayor parte de insumos, lo que haga falta se contratara a un proveedor fuera de la ciudad.

- **Aspecto financiero.**

Para dar inicio a las operaciones de la microempresa se necesita de recursos financieros, los cuales se establecerán después de hacer los correspondientes presupuestos, el faltante para cubrir la inversión del proyecto se solicitará un crédito en alguna de las instituciones financieras de la localidad.

- **Talento humano.**

El talento humano es quien está relacionado directamente con las operaciones de la microempresa en este caso con la elaboración de tarjetas artesanales, se tendrá cuidado al momento de contratar el personal, se debe

diseñar un reglamento para el contrato e inducción al trabajo. A nivel local si existe suficiente talento humano preparado con habilidades propias de la comunidad Otavaleña.

4.4. Distribución de la Planta

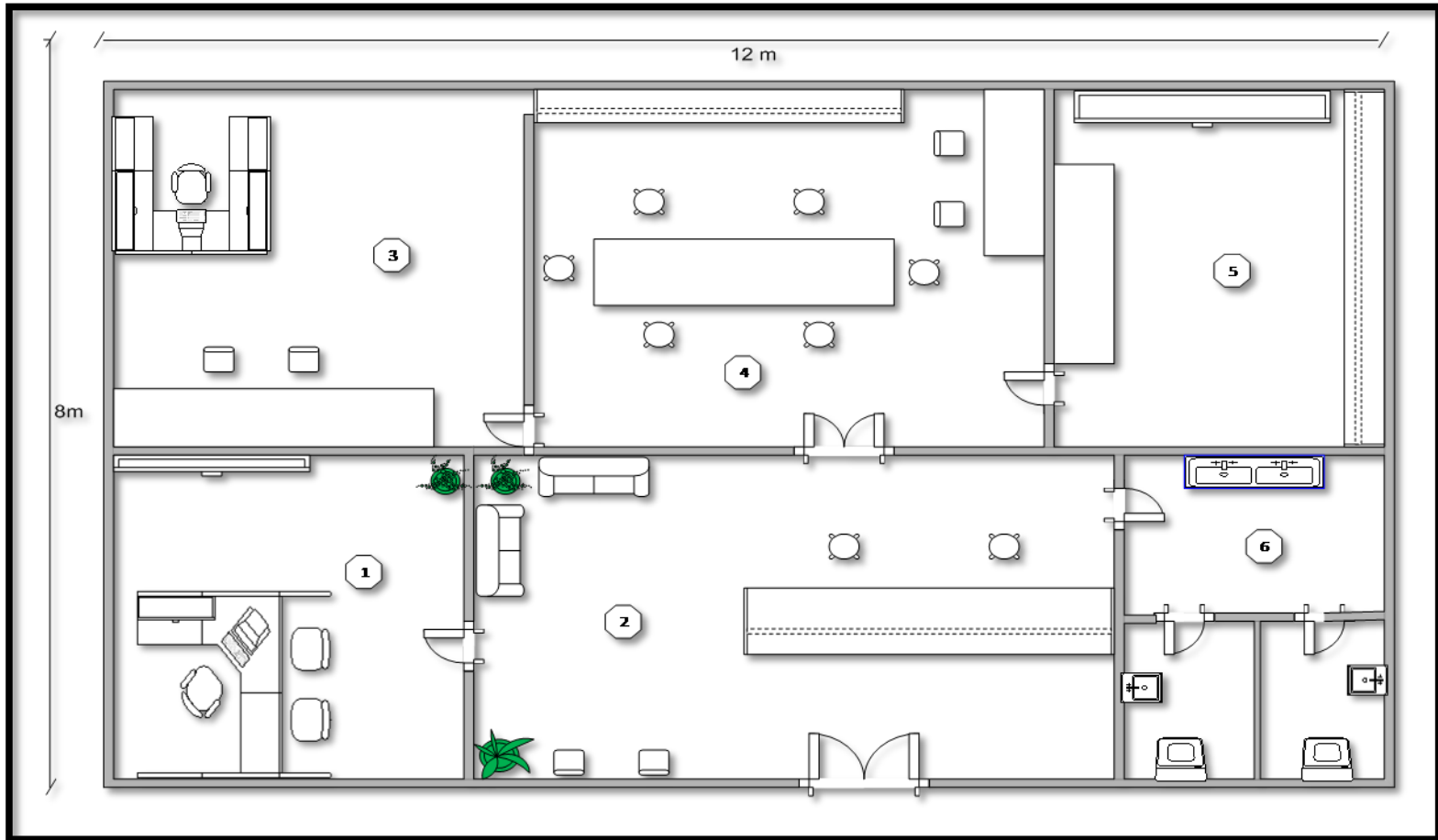
**CUADRO No.27
DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES**

N°	DEPENDENCIAS	m2
1	ADMINISTRACIÓN	11
2	RECEPCIÓN	26
3	DISEÑO	16
4	TALLER	20
5	BOBEGA	14
6	BAÑO	9
TOTAL		96

Elaborado por: La autora

4.4.1. Diseño de instalaciones

ILUSTRACIÓN No.9 DISEÑO DE INSTALACIONES



Elaborado por: La autora

4.5. Proceso de productivo

4.5.1. Diagrama de bloque

Es la representación general de las actividades más importantes del proceso productivo de las tarjetas artesanales.

**ILUSTRACIÓN No.10
DIAGRAMA DE BLOQUE**

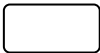
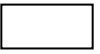
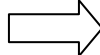

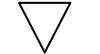




Elaborado por: La autora

4.6. Flujograma de productivo

La simbología utilizada es la siguiente:

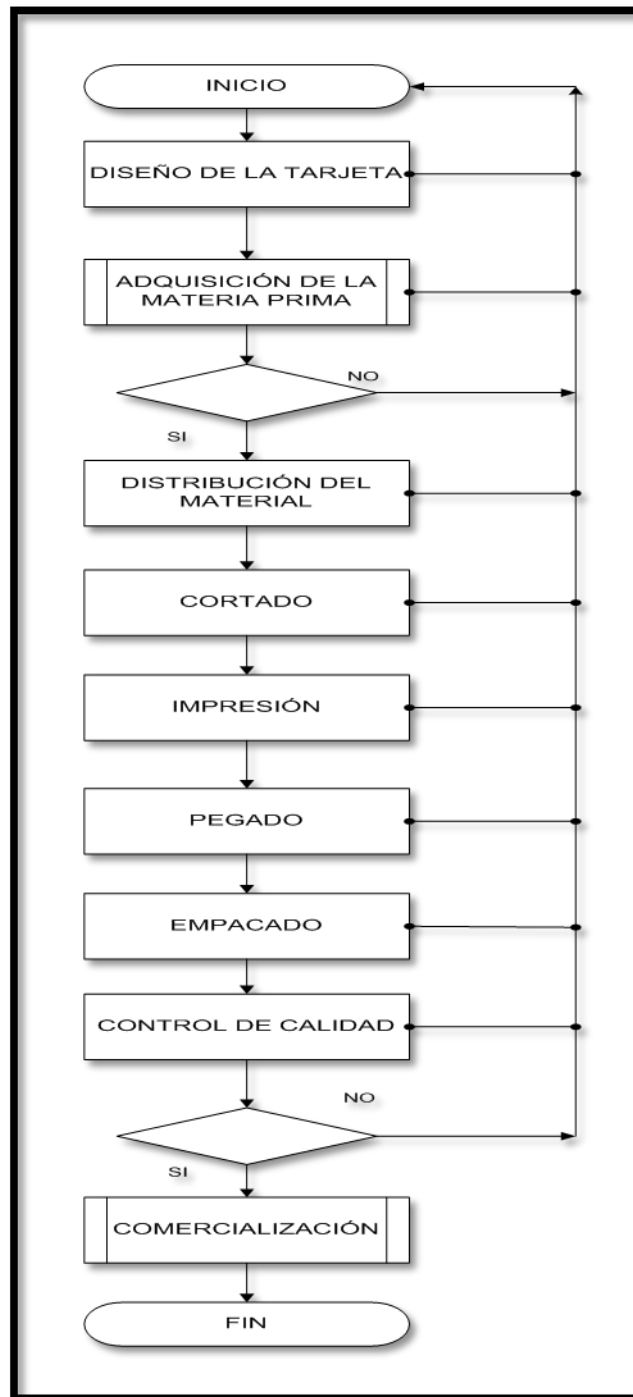
CUADRO No.28
SIMBOLOGÍA DEL FLUJOGRAMA

Símbolo	Tarea	Significado
	Inicio o fin	Se utiliza para dar inicio y finalización de las actividades del proceso productivo.
	Operación	Se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres.
	Transporte	Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.
	Demora	Se presentan generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones el propio proceso exige una demora.
	Almacenamiento	Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
	Inspección	Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.
	Decisión	Es tomar la decisión de continuar con el proceso o regresar a una etapa anterior.

Fuente: BACA, Urbina "Evaluación de Proyectos" pág.103

Elaborado por: La autora

ILUSTRACIÓN No.11
FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN



Elaborado por: La autora

**CUADRO No. 29
LISTADO DE ACTIVIDADES**

N°	ACTIVIDADES	TIEMPO
1	DISEÑO DE LA TARJETA	40
2	ADQUISICIÓN DE LA MATERIA PRIMA	10
3	DISTRIBUCIÓN DEL MATERIAL	20
4	CORTADO	20
5	IMPRESIÓN	1
6	PEGADO	15
7	EMPACADO	5
8	CONTROL DE CALIDAD	20
9	COMERCIALIZACIÓN	20
TOTAL EN MINUTOS		151
TOTAL EN HORAS POR TARJETA		2,5

Elaborado por: La autora

4.7. Inversiones

4.7.1. Activos Fijos.

Equipos de computación

**CUADRO No.30
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computador	2	650	1300
Impresora multifunción	1	160	160
TOTAL			1.460,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Equipo de oficina

**CUADRO No.31
EQUIPO DE OFICINA**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Teléfono	1	60	60
Sumadora	1	30	30
TOTAL			90

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

Muebles y Enseres

**CUADRO No.32
MUEBLES Y ENSERES**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorios	2	150	300
Sillas	2	40	80
Archivadores	3	70	210
Estanterías	2	200	400
Taburetes	6	15	90
TOTAL			1.080,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

Maquinaria

**CUADRO No.33
MAQUINARIA**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Guillotina	1	850	850
Licadoras	2	180	360
TOTAL			1.210,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

Herramientas de trabajo

**CUADOR No.34
HERRAMIENTAS DE TRABAJO**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Tijeras de decoración	4	5	20
Estiletes	6	2,5	15
Reglas metálicas	5	1,5	7,5
Pinzas	4	1,5	6
Troqueladores	2	5	10
Tijeras normales	5	1,5	7,5
Perforadoras	2	2,5	5
Picadores	2	5	10

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

Resumen de activos fijos

**CUADRO No.35
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activo productivo	1.210,00
Muebles y Enseres	1.080,00
Equipo de Cómputo	1.460,00
Equipo de Oficina	90
Herramientas de Trabajo	81,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	3.921,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

4.7.2. Activos Diferidos.

Estos gastos son al inicio del proyecto en donde se obtiene el permiso de funcionamiento implican.

**CUADRO No. 36
GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

DETALLE	TOTAL
Diseño de instalaciones	350
Trámites de constitución	180
TOTAL	530

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

4.7.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo es el dinero que está destinado para la iniciación del proyecto con el que se cuenta para seguir desarrollando las actividades necesarias para su ejecución. Se presupuesto para 1 mes

**CUADRO No. 37
CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTO DE PRODUCCIÓN		
Materia Prima Directa	2.405,76	
Mano de Obra Directa	752,29	
SUBTOTAL		3.158,04
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos	446,03	
Arriendo	300,00	
Suministros de oficina	10,42	
Servicios básicos	115,00	
Mantenimiento equipo de cómputo	15,00	
SUBTOTAL		886,44
GASTOS DE VENTAS		
Sueldo en ventas	376,14	
Publicidad	26,67	
SUBTOTAL		402,81
TOTAL		4.447,30
Imprevistos 2%		88,95
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		4.536,24

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

En esta parte se determinara la factibilidad del proyecto en términos monetarios que servirá para la toma de decisiones del inversionista.

5.1. Estructura de la Inversión.

La inversión del proyecto esta estructura de la siguiente forma:

CUADRO No. 38

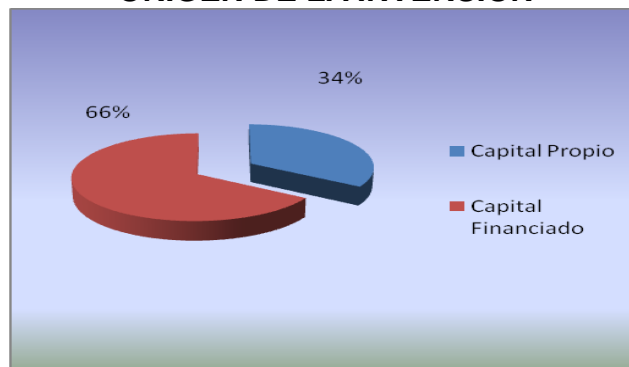
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos Fijos	3.921
Activos Diferidos	530
Capital de Trabajo	4.536,24
TOTAL	8.987,24

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

GRÁFICO No.19

ORIGEN DE LA INVERSIÓN



Elaborado por: La autora

5.2. Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio

El costo de oportunidad consiste en dar a conocer el rendimiento que va obteniendo la inversión que está representada por el 33,88% que en la actualidad genera un rendimiento financiero del 7% y el crédito corresponde al 66,12% que genera el 15% de interés anual.

CUADRO No.39

COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	2.987,24	33,24	7,00	232,67
Capital Financiado	6.000,00	66,76	15,00	1001,42
TOTAL	8.987,24	100,00	22,00	1234,09

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

• **TASA DE RENDIMIENTO MEDIO**

Datos:

$C_k(\text{valor ponderado}) = 12,34\%$

$I_f(\text{inflación}) = 5,40\%$

$TRM = ((1+C_k)(1+I_f)-1)$

$TRM = 0,1841$

TRM = 18,41%

5.3. Ingresos.

Para determinar los ingresos que tendrá la microempresa se tomó como base el estudio de mercado

5.3.1. Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos se determinó de la siguiente manera; la microempresa en el primer año de operaciones captara el 15% de la demanda potencial a satisfacer con un crecimiento del 5% cada año, con lo que respecta al precio por tarjeta se efectuó un estudio a la competencia y a los costos y gastos de producción sumado un porcentaje de utilidad, para los siguientes años crecerá en base a la tendencia de la inflación del 5,4%.

CUADRO No.40

PROYECCIÓN DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tarjetas en unidades	12774	13413	14083	14787	15527
Precio Unitario	4,5	4,7	5,0	5,3	5,6
TOTAL	57482,65	63616,05	70403,88	77915,97	86229,61

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

5.4. Egresos.

Son todos los costos y gastos que la microempresa que se debe realizar para efectuar sus operaciones. La proyección de los egresos está basado en el 5,4% de la inflación, excepto el talento humano que se proyectó al 9,9% según la tendencia de crecimiento del sueldo básico de los últimos 5 años. A continuación se detalla:

5.4.1. Costos de producción

- **Materia prima e insumos**

CUADRO No.41

MATERIA PRIMA E INSUMOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad de tarjetas	12.774	13.413	14.083	14.787	15.527
Costo Unitario de materia prima e insumos	2,26	2,38	2,51	2,65	2,79
TOTAL	28.869,06	31.949,39	35.358,39	39.131,13	43.306,42

Elaborado por: La autora

Mano de obra directa

CUADRO No.42

MANO DE OBRA DIRECTA

SUELDO BASICO UNIFICADO MENSUAL						
No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
2	Operarios	584,00	641,82	705,36	775,19	851,93
	MENSUAL	584,00	641,82	705,36	775,19	851,93
	ANUAL	7008,00	7701,79	8464,27	9302,23	10223,15

Elaborado por: La autora

PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA

CUADRO No.43

PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	7.008,00	7.701,79	8.464,27	9.302,23	10.223,15
Aporte Patronal	851,47	935,77	1.028,41	1.130,22	1.242,11
Fondos de Reserva		641,82	705,36	775,19	851,93
Decimo Tercero	584,00	641,82	705,36	775,19	851,93
Decimo Cuarto	584,00	641,82	705,36	775,19	851,93
Total costo de mano de obra	9.027,47	10.563,01	11.608,75	12.758,01	14.021,05

Elaborado por: La autora

5.4.2. Gastos Administrativos.

Para su proyección de utilizó la inflación del 5,4%

- **Sueldos administrativos**

CUADRO No.44

SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL

SUELDO BASICO UNIFICADO MENSUAL						
No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
	MENSUAL	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
	ANUAL	4200,00	4615,80	5072,76	5574,97	6126,89

Elaborado por: La autora

CUADRO No.45

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	4.200,00	4.615,80	5.072,76	5.574,97	6.126,89
Aporte Patronal	510,30	560,82	616,34	677,36	744,42
Fondos de Reserva		384,65	422,73	464,58	510,57
Decimo Tercero	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
Decimo Cuarto	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Total costo de mano de obra	5.352,30	6.266,83	6.887,24	7.569,08	8.318,42

Elaborado por: La autora

- **Arriendo**

CUADRO No.46

ARRIENDO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	3600,00	3794,40	3999,30	4215,26	4442,88
TOTAL	3600,00	3794,40	3999,30	4215,26	4442,88

Elaborado por: La autora

- **Suministros de oficina**

CUADRO No.47

SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Perforadora	5	5,17	5,34	5,52	5,70
Grapadora	7,4	7,65	7,90	8,16	8,44
Papel resma	35	36,17	37,37	38,61	39,90
Carpetas	4,5	4,65	4,80	4,96	5,13
Esferográfico	3,6	3,72	3,84	3,97	4,10
Tinta impresora	39	40,30	41,64	43,03	44,46
Cuaderno	10,5	10,85	11,21	11,58	11,97
Lápiz	12,5	12,92	13,35	13,79	14,25
Borrador	3	3,10	3,20	3,31	3,42
Libretines (facturas)	4,5	4,65	4,80	4,96	5,13
TOTAL	125,00	129,16	133,46	137,91	142,50

Elaborado por: La autora

- **Servicios básicos**

CUADRO No.48
SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14
Luz	360,00	379,44	399,93	421,53	444,29
Teléfono	840,00	885,36	933,17	983,56	1036,67
TOTAL	1380,00	1454,52	1533,06	1615,85	1703,11

Elaborado por: La autora

- **Mantenimiento computación**

CUADRO No.49

MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14

Elaborado por: La autora

5.4.3. Gastos de Ventas.

- **Sueldo en ventas**

CUADRO No.50

SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL

SUELDO BASICO UNIFICADO MENSUAL						
No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Vendedor	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
	MENSUAL	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
	ANUAL	3504,00	3850,90	4232,13	4651,12	5111,58

Elaborado por: La autora

CUADRO No.51

SUELDOS EN VENTAS

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	3.504,00	3.850,90	4.232,13	4.651,12	5.111,58
Aporte Patronal	425,74	467,88	514,20	565,11	621,06
Fondos de Reserva		320,91	352,68	387,59	425,96
Decimo Tercero	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Decimo Cuarto	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Total costo de mano de obra	4.513,74	5.281,50	5.804,37	6.379,01	7.010,53

Elaborado por: La autora

- **Publicidad**

CUADRO No.52

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Radio	240,00	252,96	266,62	281,02	296,19
Hojas volantes	80,00	84,32	88,87	93,67	98,73
TOTAL	320,00	337,28	355,49	374,69	394,92

Elaborado por: La autora

5.4.4. Gastos Financieros.

En el gasto de financiero se encuentra el rubro de los intereses generado por el préstamo.

**CUADRO No.53
GASTOS FINANCIEROS.**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	852,30	713,52	552,71	366,40	150,52

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Préstamo: 6000

Tiempo: 5

Tasa: 15%

Forma de pago: trimestral

**CUADRO No.54
AMORTIZACIÓN**

trimestre	cuota	Intereses	Amortización	amortizado	pendiente
0					6.000,00
1	431,77	225,00	206,77	206,77	5.793,23
2	431,77	217,25	214,53	421,30	5.578,70
3	431,77	209,20	222,57	643,87	5.356,13
4	431,77	200,85	230,92	874,79	5.125,21
5	431,77	192,20	239,58	1.114,37	4.885,63
6	431,77	183,21	248,56	1.362,93	4.637,07
7	431,77	173,89	257,88	1.620,81	4.379,19
8	431,77	164,22	267,55	1.888,36	4.111,64
9	431,77	154,19	277,59	2.165,95	3.834,05
10	431,77	143,78	288,00	2.453,94	3.546,06
11	431,77	132,98	298,80	2.752,74	3.247,26
12	431,77	121,77	310,00	3.062,74	2.937,26
13	431,77	110,15	321,63	3.384,36	2.615,64
14	431,77	98,09	333,69	3.718,05	2.281,95
15	431,77	85,57	346,20	4.064,25	1.935,75
16	431,77	72,59	359,18	4.423,43	1.576,57
17	431,77	59,12	372,65	4.796,08	1.203,92
18	431,77	45,15	386,63	5.182,71	817,29
19	431,77	30,65	401,12	5.583,83	416,17
20	431,77	15,61	416,17	6.000,00	0,00

Elaborado por: La autora

5.4.5. Depreciación y Amortización

Los activos fijos pierden su valor por el uso o por la absorción, para compensar esta pérdida se utiliza la depreciación.

CUADRO No.55

DEPRECIACIÓN

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% POR LEY	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles y Enseres	1.080,00	10,00%	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00
Equipo de Cómputo	1.460,00	33,33%	486,67	486,67	486,67		
Renovación Equipo de Cómputo	1538,84	33,33%				512,95	512,95
Equipo de Oficina	90,00	10,00%	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Maquinaria y Equipo	1.210,00	10,00%	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00
Herramientas de Trabajo	81,00	10,00%	8,10	8,10	8,10	8,10	8,10
TOTAL	5.459,84		732,77	732,77	732,77	759,05	759,05

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Los activos diferidos se amortizarán el 20% cada año según la ley.

CUADRO No.56

AMORTIZACIÓN

DETALLA	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Diferidos	530,00	20%	106	106	106	106	106

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CUADRO No.57

EGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	37896,53	42512,40	46967,14	51889,14	57327,48
Gastos administrativos	10637,30	11834,63	12753,03	13748,86	14829,05
Gastos de Ventas	4833,74	5618,78	6159,87	6753,70	7405,45
Gastos financieros	852,30	713,52	552,71	366,40	150,52
Gasto depreciación	732,77	732,77	732,77	759,05	759,05
Gastos de amortización	106	106	106	106	106
TOTAL	55058,64	61518,10	67271,52	73623,14	80577,55

Elaborado por: La autora

5.5. Estados Proforma.

5.5.1. Balance de Arranque

CUADRO No.58

BALANCE DE ARRANQUE

ACTIVO		PASIVO		
ACTIVOS CORRIENTE		4.536,24	PASIVOS LARGO PLAZO	
Capital de trabajo	4.536,24		Préstamo por pagar	6.000,00
ACTIVOS FIJOS		3.921,00	CAPITAL	
Equipo de Computación	1.460,00			
Equipo de oficina	90,00			
Muebles y enseres	1.080,00			
Maquinaria	1.210,00			
Herramientas	81,00			
ACTIVO DIFERIDO	530,00			
Gastos de constitución	530,00			
TOTAL ACTIVOS	8.987,24	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		8.987,24

Elaborado por: La autora

5.5.2. Estado de Resultados

**CUADRO No.59
ESTADO DE RESULTADOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	57.482,65	63.616,05	70.403,88	77.915,97	86.229,61
(-)Costos Producción	37.896,53	42.512,40	46.967,14	51.889,14	57.327,48
Utilidad Bruta	19.586,11	21.103,65	23.436,74	26.026,83	28.902,13
(-) GASTOS:					
Gastos Administrativos	10.637,30	11.834,63	12.753,03	13.748,86	14.829,05
Gastos de Ventas	4.833,74	5.618,78	6.159,87	6.753,70	7.405,45
Depreciación	732,77	732,77	732,77	759,05	759,05
Utilidad Operativa	3.382,31	2.917,47	3.791,07	4.765,22	5.908,58
(-) Gastos Financieros					
Intereses	852,30	713,52	552,71	366,40	150,52
Utilidad proyectada	3.382,31	2.917,47	3.791,07	4.765,22	5.908,58

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.6. Flujo de Caja con Protección

Son los movimientos de efectivo de la microempresa, este estado proforma sirve de base para la evaluación financiera.

CUADRO No.60 FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión Inicial	-8.987,24					
(=) Utilidad Neta		3.382,31	2.917,47	3.791,07	4.765,22	5.908,58
Depreciación		732,77	732,77	732,77	759,05	759,05
Valor de Rescate						1.743,45
(=) Total Ingresos		4.115,08	3.650,23	4.523,84	5.524,27	8.411,07
EGRESOS						
Pago al principal		874,79	1.013,57	1.174,38	1.360,69	1.576,57
Reinversión					1.538,84	
(=) Total Egresos		874,79	1.013,57	1174,37756	2.899,53	1.576,57
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	-8.987,24	3.240,29	2.636,66	3.349,46	2.624,74	6.834,50

Elaborado por: La autora

5.7. Evaluación de la Inversión.

5.7.1. Valor Actual Neto.

El valor presente neto es el valor medio en dinero de hoy; en este caso es de 1.919,21

CUADRO No.61

VALOR ACTUAL NETO

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 18,40%	ENTRADAS ACTUALES
0	-8.987,24			-8.987,24
1		3.240,29	0,84	2.736,56
2		2.636,66	0,71	1.880,60
3		3.349,46	0,60	2.017,62
4		2.624,74	0,51	1.335,28
5		6.834,50	0,43	2.936,39
VAN				1.919,21

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots + \frac{FNE + VS}{(1+r)^n}$$

$$VAN = 1.919,21$$

5.7.2. Tasa Interna de Retorno

**CUADRO No. 62
TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 18,41%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 27%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-8.987,24		-8.987,24		-8.987,24
1	3.240,29	0,84	2736,56	0,79	2.551,41
2	2.636,66	0,71	1880,60	0,62	1.634,73
3	3.349,46	0,60	2017,62	0,49	1.635,17
4	2.624,74	0,51	1335,28	0,38	1.008,95
5	6.834,50	0,43	2936,39	0,30	2.068,66
VAN			1.919,21		-88,32

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

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

TIR= 26,56%

La Tasa Interna de Retorno que se obtuvo determina que existe rentabilidad en el proyecto a una tasa del 26,56% positiva en los años de vigencia del proyecto.

5.7.3. Recuperación de la Inversión con Valores Corrientes

La inversión del proyecto en valores corrientes se recupera en 2 años, 11 meses.

CUADRO No.63

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON VALORES CORRIENTES

AÑOS	CAPITAL	UTILIDAD	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN
1	8.987,24	3.240,29	3.240,29	1 Año
2		2.636,66	2.636,66	2 Año
3		3.349,46	3.349,46	11 Año

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.7.4. Recuperación de la Inversión con Valores Constantes

CUADRO No.64

FLUJOS ACTUALIZADOS

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	3.240	0,845	2.736,6
2	2.637	0,713	1.880,6
3	3.349	0,602	2.017,6
4	2.625	0,509	1.335,3
5	6.835	0,430	2.936,4

Elaborado por: La autora

CUADRO No.65

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON VALORES CONSTANTES

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	8.987,24	2.736,56	2.736,56	1	Año
2		1.880,60	1.880,60	2	Años
3		2.017,62	2.017,62	3	Años
4		1.335,28	1.335,28	4	Años
5		2.936,4	1.017,18	4	Meses

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

La inversión se recupera en 4 años, 4 meses

5.7.5. Beneficio Costo.

CUADRO No.66

BENEFICIO COSTO.

AÑO	FNE	FACTOR 17,39	FNEA
1	3.240,29	0,84	2.736,56
2	2.636,66	0,71	1.880,60
3	3.349,46	0,60	2.017,62
4	2.624,74	0,51	1.335,28
5	6.834,50	0,43	2.936,39
			10.906,46

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

$$B / C = \frac{10.906,46}{8.987,24}$$

$$B / C = 1,21$$

Significa que por cada dólar invertido se genera 0,21 dólares.

5.7.6. Punto de Equilibrio del Proyecto

$$PEQ = \frac{Inversión.Fija + Costos.Fijos}{M arg en.de.Contribución}$$

Inversión fijos = 3.921,00

Costos Fijos = 17.162,10

Precio =4,50

Costo Variable = 2,97

PE 13750 tarjetas en unidades

El punto de Equilibrio indica que la microempresa necesita vender a 13750 tarjetas, para comenzar a recuperar los activos fijos y costos fijos.

➤ **EL ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO MUESTRA LO SIGUIENTE RESULTADOS**

CUADRO No.67 ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

EVALUADOR	RESULTADO	ANÁLISIS
VAN	1.919,21	ACEPTABLE
TIR	26,56%	ADECUADO
C/B	1,21	ACEPTABLE
PRI	4,4	ADECUADO
EVALUACIÓN FINAL	0k	FACTIBLE POTENCIALMENTE

Elaborado por: La autora

CAPÍTULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

6.1. Presentación

La organización de la microempresa tiene que ver con el análisis de la parte administrativa y legal que se necesita para iniciar con las actividades, para esto se realizará un análisis tanto interno como externo como es su misión, visión, estructura orgánica, los requisitos de funcionamiento que se necesita para este tipo de microempresa.

Partiendo del diagnóstico se tiene como referencia que las microempresas que se dedican a la elaboración de tarjetas artesanales poseen una administración tradicional ya que la mayoría son de origen familiar, es por tal motivo que se debe plantear una estructura estratégica dinámica para que sus operaciones se ejecuten con éxito.

6.2. ESTRUCTURA ESTRATÉGICA.

6.2.1. Misión

La misión de la microempresa es:

Somos una microempresa de la ciudad Otavalo, ofrecemos tarjetas artesanales de calidad, para satisfacer las expectativas de nuestros clientes del norte del país.

6.2.2. Visión

La microempresa tiene como visión:

Ser en un periodo de 5 años una microempresa líder en el mercado de tarjetas artesanales de la región norte del país.

6.2.3. Nombre de la Microempresa

La denominación social de la microempresa será tarjetas artesanales Otavalo, se le ha dado este nombre ya que este nombre hace referencia a los productos que ofrece y al lugar de ubicación.

TARJETAS ARTESANALES OTAVALO

6.2.4. Objetivos microempresariales

- Ofrecer productos de calidad que satisfagan las expectativas del mercado.
- Utilizar materiales ecológicos para elaboración de las tarjetas artesanales.
- Captar cada año un número significativo de clientes, a través del prestigio que adquiera la microempresa.

6.2.5. Políticas de la Microempresa

- Tener un trato personalizado con los clientes y que sus reclamos y solicitudes sean atendidos inmediatamente.
- Capacitar constantemente al personal que labora en la microempresa.
- Tener reuniones cada mes en donde se pueda coordinar y evaluar planes y programas fijados por el personal.
- Conservar un buen ambiente de trabajo.
- Trabajar constantemente en equipo para el alcance de los objetivos.
- Evaluar siempre el desarrollo de la microempresa y como se va consiguiendo los objetivos planteados.
- Preocuparse por los problemas de los empleados y dar solución.

6.2.6. Principios y Valores

✓ Principios

- La microempresa considera a sus colaboradores como principal capital humano, y como tal se le ofrecerá un ambiente organizacional en el cual tendrá remuneraciones justas y acorde con su desempeño, seguridad, comunicación amplia y oportunidad, estabilidad laboral, confianza y solidaridad.

- Respetara las creencias religiosas y políticas, así como la opinión personal de sus colaboradores como de sus clientes externos.
- La gestión organizacional contara con una estructura que promueva el trabajo en equipo, los empleados deben estar dispuestos a colaborar con sus compañeros en el caso de ser necesario aunque sean actividades no asignadas a ellos mismos.
- Proporcionara a sus colaboradores las herramientas y materiales de trabajo adecuado y necesario para el cumplimiento de sus funciones.
- La microempresa buscara un mejoramiento continuo, basándose en la calidad del servicio y de los resultados finales que busque el cliente.

✓ **Valores**

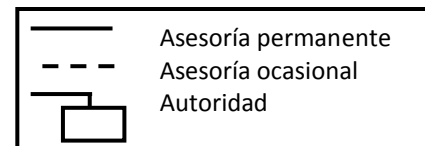
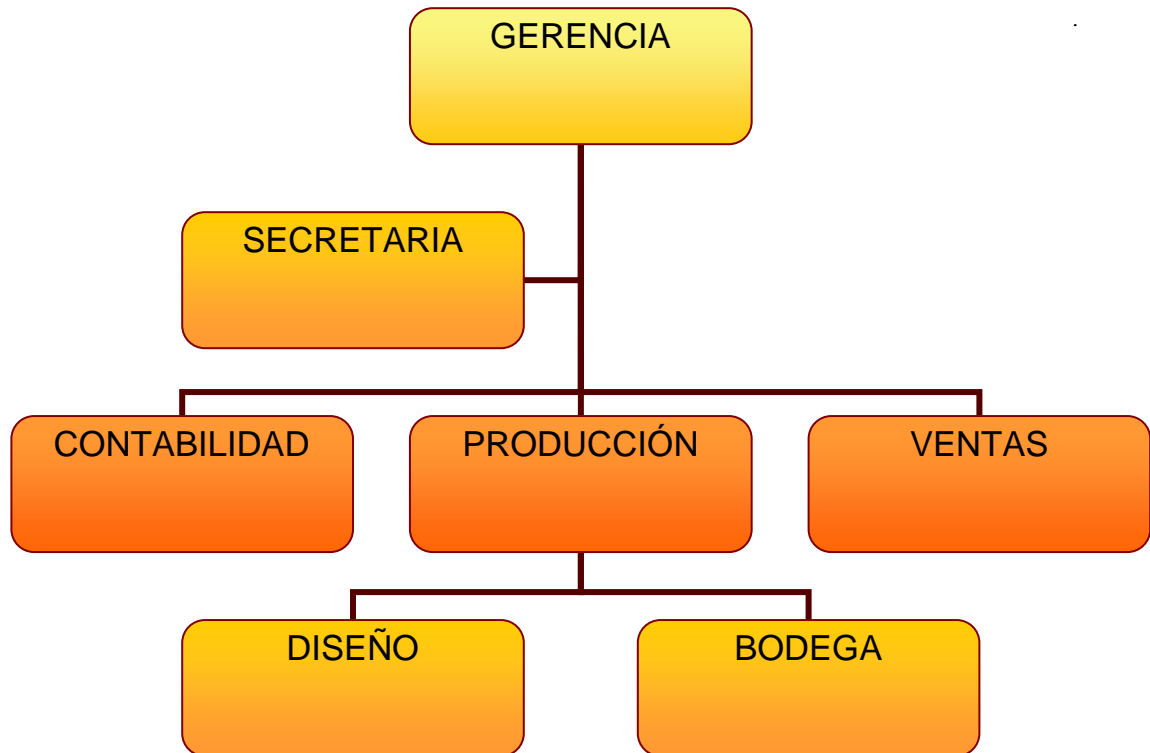
- **Honestidad.-** Con los compañeros de trabajo.
- **Servicio de excelencia.-** Cumpliendo con las demandas de nuestros clientes y satisfaciendo a lo máximo.
- **Calidad.-** Demostrar la calidad en el servicio y la atención.
- **Compromiso con el cliente.-** El cliente es muy importante para nuestra organización.
- **Calidad humana.-** Compromiso personal por ser mejores cada día
- **Sinceridad.-** Sinceridad con el cliente tanto externo como interno.
- **Compañerismo.-** Apoyar a los compañeros en los momentos difíciles.

- **Ética.-** Actuamos en base a normas morales que rigen a la conducta humana.
- **Responsabilidad.-** Saber reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.

6.3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.3.1. Organigrama Estructural

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA MICROEMPRESA



6.3.2. Niveles Administrativos

Toda empresa está constituida por niveles administrativos que cumplen funciones y responsabilidades para el logro de sus metas y objetivos.

Estos niveles responden a un tipo estructural, funcional y jurídico que facilitan el estudio de la gestión de servicio a la comunidad, su principal diferencia radica en la amplitud de la responsabilidad, en el tamaño de cada unidad y en su respectiva jurisdicción; y son:

- **Nivel ejecutivo**

Está constituido por el gerente, siendo sus funciones de dirigir, controlar y evaluar las actividades de la organización, interpreta planes, programas y más directrices de alto nivel y los trasmite a los órganos de inferior jerarquía para su ejecución.

Este nivel está orientado a obtener un desempeño eficiente de la organización dirigiéndose con eficiencia y eficacia para cubrir las necesidades de las personas.

- **Nivel asesor**

Cumple con la tarea de sugerir y recomendar a las autoridades, director y demás funcionarios, con el objeto de contribuir al adecuado funcionamiento de todos los niveles y unidades administrativas de la organización.

- **Nivel de apoyo**

Es el responsable de la eficiente administración de los recursos humanos y materiales, financieros, tecnológicos y logísticos, este nivel constituye la unidad que tiene a su cargo las actividades complementarias, para ofrecer

ayuda material, de procedimiento y servicios internos a todos los niveles y unidades administrativas a fin de que cumplan sus funciones y la realización de los objetivos empresariales.

- **Nivel operativo.**

Este nivel está compuesto por el talento humano que está a cargo de ejecutar directamente las actividades de la microempresa.

6.3.3. Identificación de puestos y funciones

CARGO: GERENTE

Funciones

- Es el encargado de comunicar la visión misión objetivos estratégicos de la microempresa.
- Establecer lineamientos a los empleados para el correcto funcionamiento de las operaciones.
- Dar solución a los problemas originados por la microempresa
- Verificar el óptimo funcionamiento de las operaciones
- Manejar efectivamente los recursos de la empresa.
- Organiza toda la administración de la empresa.
- Control total del funcionamiento de todos los departamentos
- Realiza proyectos de crecimiento tanto productivo como de productividad de toda la microempresa
- Acuerdo reuniones con los jefes departamentales
- Busca nuevas alternativas para mejorar los procesos.

Perfil

Tener cualidades de liderazgo, capacidad para negociar, hábil comunicación, creatividad, estabilidad emocional, flexibilidad al trabajar en equipo, valores éticos y morales.

Requisitos

Instrucción superior en Diseño, Administración de empresas, carreras a fines.

Experiencia tres años en labores afines.

Especialización: control de costos, marketing.

CARGO CONTADORA

Funciones

- Se encarga de planificar las actividades de gerencia general, mantener actualizado los registros operacionales de la microempresa, elaborar las declaraciones mensuales de impuestos, se encarga de recaudar el dinero obtenido por el vendedor y efectuar depósitos intactos de efectivo.
- Recibe toda la información
- Coordina información con los diferentes departamentos.
- Esta bajo órdenes directas de la gerencia general.
- Recibe organiza y tramita la información interna como externa.

Perfil

Responsabilidad, capacidad de análisis, criterios y ética profesional, discreción, capacidad de trabajar a presión, creatividad.

Requisitos

Instrucción título profesional de CPA

Experiencia dos años en labores afines.

JEFE DE TALLER

Funciones

- Organiza y distribuye el trabajo de acuerdo a la orden de producción existente.
- Controla el uso de las hojas de costos de mano de obras en cada orden de producción
- Reporta informe de artículos terminados al concluir cada orden de producción al jefe de producción.
- Distribuye ejemplares contabilidad y archivo.
- Recibe artículos terminados
- Si son artículos vendidos para entregar, constata si el producto es el solicitado por el cliente y especificaciones de venta.
- Procede a almacenar el producto.
- Recibe y legaliza mediante firma el comprobante de entrega – recepción.

Perfil

Responsabilidad, habilidades para trabajos manuales y manipulación de materiales.

CARGO OPERARIO

Funciones

- Coordinar con el diseñador los requerimientos del material, preparar los materiales a utilizar.
- Recibe orden de producción y analiza el jefe de taller.
- Coordina ayudantes, espacios y maquinaria.
- Se dispone a la recepción de materiales
- Recibe materiales, constatando la cantidad y el buen estado de los materiales que recibe.
- Inicia ejecución de trabajo
- Diariamente elabora hoja de mano de obra
- Devuelve materiales no utilizados.
- Deberá constatar el estado físico tanto de las herramientas como de las maquinarias
- Es importante que toda la planta se encuentre limpia y en orden para evitar acumulación de desperdicios y posibles accidentes

DISEÑADOR

Funciones

- Elabora presupuestos a precio de costo.
- Hace diseños y los relaciona con el programa de costos.
- Imprime cotización
- Imprime diseño del producto.
- Elabora orden de producción
- Entrega de orden de producción
- Controla y coordina con cada jefe de obra
- Realiza el control de calidad de todos los productos elaborados
- Emitir orden de producción terminada a contabilidad.

CARGO VENDEDOR

Funciones

- Se encuentra bajo las órdenes de la persona encargada de distribuir los productos de la empresa, visita a los clientes.
- Elabora contrato u orden de compras y legaliza con la firma de aceptación de las partes.
- Elabora factura legalizada con las firmas y correspondientes sellos
- Entrega de copias a producción para elaboración de productos
- Efectúa tareas de cobranzas.

Requisitos

Instrucción superior en marketing o carrera afines.

Experiencia dos años en labores afines.

6.4. REQUISITOS LEGALES

6.4.1. Razón social

TARJETAS ARTESANALES OTAVALO

6.4.2. Figura Jurídica

Es una empresa unipersonal

6.4.3. Representante Legal

Olga Armendáriz

6.4.4. Permisos de funcionamiento.

Según las investigaciones realizadas en el Ilustre Municipio de Otavalo, en los departamentos correspondientes, se pudo establecer, que no existiría ningún impedimento para su funcionamiento en esta zona, los requisitos son los siguientes: El Registro único de contribuyentes (RUC), Patente Municipal, y el respectivo permiso de funcionamiento de las entidades de control.

✓ Requisitos para obtener el registro único de contribuyentes

- a)** Cédula del representante legal
- b)** Copia del certificado de votación
- c)** Recibo del pago de agua, luz o teléfono

✓ Requisitos para obtener la patente municipal por primera vez

- a)** Copia de la cédula y certificado de votación
- b)** Nombre (Apellidos y nombres) del dueño del predio donde funciona la actividad económica
- c)** Copia del RUC
- d)** Declaración juramentada de inicio de actividades
- e)** Escritura de compra-venta
- f)** Copia de cédula de identidad del representante legal
- g)** Inspección

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Es importante realizar un análisis de los posibles impactos que se presentan en el desarrollo del proyecto como: económicos, social, comercial, ambiental, los mismos permitirán conocer cuales son las reacciones tanto positivas como negativas.

Para mejor entendimiento se aplica la matriz que permite evaluar el nivel de impacto que genera, los mismos permite que la microempresa tome medidas de seguridad preventivas para evitar cualquier efecto negativo que perjudique el entorno del sector.

CUADRO No.68

MATRIZ DE IMPACTOS

(-3)	(-2)	(-1)	0	1	2	3
IMPACTO	IMPACTO	IMPACTO		IMPACTO	IMPACTO	IMPACTO
ALTO	MEDIO	BAJO	NO HAY IMPACTO	BAJO	MEDIO	ALTO
+	NEGATIVO			+	POSITIVO	+

Fuente: investigación directa
Elaborado por: La autora

7.1. IMPACTO ECONÓMICO

CUADRO No.69

MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Dinamismo en la Economía							X
Fuentes de Empleo						X	
Creación de Microempresas							X
TOTAL	-	-	-	-	-	2	6

Fuente: investigación directa
Elaborado por: La autora

$$NI(\text{ECONÓMICO}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{8}{3}$$

$$NI = 2,6 = 3$$

ANÁLISIS:

De acuerdo al análisis realizado en la matriz el nivel de impacto económico que genera con la creación de la microempresa de tarjetas artesanales es fortalecer el dinamismo en la económica, como también brindando fuentes de empleo para las personas del sector, además brinda una iniciativa para las demás personas que se decidan por crear una microempresa que les permite mejorar sus ingresos.

7.2. IMPACTO SOCIAL

**CUADRO No.70
MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL**

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Satisfacción de Necesidades							X
Mejora calidad de vida							X
Estabilidad económica						X	
TOTAL	-	-	-	-		2	6

Fuente: investigación directa
Elaborado por: La autora

$$NI(\text{SOCIAL}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{8}{3}$$

$$NI = 2,6$$

ANÁLISIS:

El impacto social que genera alcanza un nivel alto positivo porque la microempresa estará dedicada a satisfacer las necesidades de los consumidores cubriendo cierta parte del mercado que prefieren adquirir el producto, como también mejora la calidad de vida de las personas que prestaran sus servicios como trabajadores, brindándoles una calidad mejor de vida donde tendrán mejores condiciones económicas.

7.3. IMPACTO COMERCIAL

CUADRO No.71

MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	-2	3
Servicio y Atención al Cliente							X
Atención Personalizada							X
Calidad en el Servicio						X	X
TOTAL	-	-	-	-	-	2	6

Fuente: investigación directa
Elaborado por: La autora

$$NI(\text{COMERCIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{8}{3}$$

$$NI = 2,6 = 3$$

ANÁLISIS:

Con el desarrollo de la microempresa de tarjetas artesanales se genera un impacto alto positivo en lo comercial, porque se brinda un servicio y atención de calidad a los clientes, lo que permite cuidar la imagen de la organización además se ofrece una atención personalizada donde permita al cliente conocer las ventajas de adquirir el producto que la microempresa ofrece.

7.4. IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO No.72

MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Contaminación del Medio Ambiente							X
Producción natural							X
Tratamiento de desechos						X	
TOTAL	-	-	-	-	-	2	6

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{AMBIENTAL}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{8}{3} = 2,6 = 3$$

$$NI = 3$$

ANÁLISIS:

El puntaje de la matriz se encuentra en el nivel alto positivo, porque toma en cuenta todos los medios de prevención para no causar contaminación en el medio ambiente, evitando así efectos secundarios dentro y fuera de la microempresa sus actividades serán desarrolladas de manera artesanal con productos naturales, se aplica el debido proceso para el tratamiento de desechos.

7.5. IMPACTOS GENERALES

CUADRO No. 73

MATRIZ DE IMPACTOS GENERALES

IMPACTO	-3	-2	- 1	0	1	2	3
Económico							X
Social							X
Comercial							X
Ambiental							X
TOTAL	-	-	-	-	-	-	12

Fuente: investigación directa
Elaborado por: La autora

$$NI(\text{GENERAL}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{12}{4}$$

$$NI = 3$$

ANÁLISIS:

De acuerdo al análisis general realizado, a los diferentes impactos que genera el proyecto se determina que su creación genera impactos positivos mejorando la economía para el sector y brindando servicios de calidad a sus clientes, como también aplicando procesos adecuados para la realización de los productos que destinan al mercado.

CONCLUSIONES

De la investigación efectuada sobre la creación de la microempresa productora y comercializadora de tarjetas artesanales en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura, se concluye lo siguiente:

- En el análisis del diagnóstico se determinó la situación actual de la ciudad de Otavalo, evidenciando que en este sector existe los factores que favorecen la producción de tarjetas artesanales.
- Del el estudio de mercado, se puede decir que la investigación de campo arroja datos que confirman la gran aceptación del consumo de las tarjetas artesanales, porque este producto es utilizado para distintos compromisos sociales.
- Del estudio técnico se determinó que la ciudad de Otavalo es un lugar estratégico para la implantación del proyecto, lo cual garantiza una rápida distribución del producto, debido a que es un sector turístico que atrae a muchas personas, al igual que a comerciantes.
- De acuerdo al análisis financiero se establece que la inversión justifica la puesta en marcha del proyecto, ya que al aplicar los evaluadores clásicos financieros se determina la factibilidad de la producción y comercialización de tarjetas artesanales.
- La organización de la microempresa estará representada por un gerente quien será el representante y el responsable directo de velar por los intereses de la microempresa.

- Por último se concluye que los posibles impactos que genera el desarrollo del proyecto son positivos, en el ámbito social, económico, comercial, ambiental, proporcionan cambios importantes en el sector.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se deben aplicar son:

- Gestionar ante organismos gubernamentales para socializar el apoyo al artesano sobre la creación de nuevos proyectos.
- Captar el mercado identificado en el área de influencia del proyecto con unos productos de artesanía de calidad, como también buscar nuevos mercados a nivel nacional.
- Aprovechar los factores y la localización estratégicas del proyecto, para incrementando la área de producción y poder conseguir mayor cobertura de mercado.
- Llevar un control permanente de la situación financiera de la microempresa para la toma de decisiones adecuadas y poder evitar pérdidas mayores en caso de existir.
- Impulsar un ambiente organizacional donde talento humano sea el más importante, brindando capacitaciones constantes.
- Realizar controles ante posibles efectos del proyecto en el entorno implementando planes de contingencias.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Activo: Está formado por todos los valores propiedad de la empresa o institución, cuya fuente de financiamiento originó aumentos en las cuentas pasivas. Conjunto de bienes y derechos reales y personales sobre los que se tiene propiedad.

Activos circulantes: Conjunto de cuentas dentro de los activos de una empresa que se anticipan su conversión en efectivo en un plazo menor a un año. Están constituidos generalmente por caja y bancos, cuentas por cobrar, inventarios, etc.

Activos fijos: Activos permanentes que típicamente son necesarios para llevar a cabo el giro habitual de una empresa. Están constituidos generalmente por maquinaria, equipo, edificios, terrenos, etc.

Activos intangibles: Activos de tipo inmaterial, tales como patentes.

Agricultura: La agricultura es la labranza o cultivo de la tierra e incluye todos los trabajos relacionados al tratamiento del suelo y a la plantación de vegetales. Las actividades agrícolas suelen estar destinadas a la producción de alimentos y a la obtención de verduras, frutas, hortalizas y cereales.

Agricultura orgánica: se refiere a un procedimiento que utiliza métodos que respetan el medio ambiente desde las diversas fases de la producción, a través de la manipulación y transformación de los productos. La producción orgánica no sólo se interesa por el producto final que llega al consumidor.

Amortización: Pago parcial o total del principal de un préstamo.

Balances financieros: son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Esta información resulta útil para la Administración, gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

Balance de resultados: Muestra la Utilidad de la empresa durante un período, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa tuvo o espera tener.

Balance de situación inicial: El Balance inicial refleja la situación patrimonial de la empresa en el momento preciso en que están a punto de iniciarse las operaciones de la empresa, es decir justo antes de comenzar a registrarse éstas.

Capital de Trabajo: Diferencia del activo circulante respecto al pasivo circulante, cuyo margen positivo permite a las empresas cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

Capital Social: Es el conjunto de aportaciones suscritas por los socios o accionistas de una empresa, las cuales forman su patrimonio, independientemente de que estén pagadas o no.

Capitalización: Inversión de recursos en una empresa por parte de sus propietarios.

Costo de oportunidad: El costo de oportunidad se entiende como aquel costo en que se incurre al tomar una decisión y no otra. Es aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir una alternativa A y despreñar una

alternativa B. Tomar un camino significa que se renuncia al beneficio que ofrece el camino descartado.

Costos de producción: Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso. Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios.

Costo directo: Cualquier costo de producción que es directamente identificable en el producto final.

Costo fijo: Costo que no varía ante cambios en el nivel de producción.

Costo marginal: Adición al costo total como resultado de incrementar la producción en una unidad.

Cuello de botella: Cualquier factor que impide o reduce el flujo normal de un proceso, ya sea este productivo o económico.

Demanda: se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

Depreciación: Reducción del valor contable o de mercado de un activo.

Desembolso: Representa una salida de fondos.

Diagrama de bloque: Es la representación gráfica del funcionamiento interno de un sistema, que se hace mediante bloques y sus relaciones, y

que, además, definen la organización de todo el proceso interno, sus entradas y sus salidas.

Diagnóstico: Es el resultado de un proceso de investigación relacionado con la organización y el funcionamiento de las empresas, que permite determinar y evaluar las relaciones de causas-efectos de los problemas detectados y dar solución integral a los mismos.

Dividendo: Pago de una empresa a sus propietarios por concepto de distribución de utilidades generadas.

Egresos: Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias.

Estado de flujo de caja: El estado de flujos de efectivo es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Un Estado de Flujos de Efectivo es de tipo financiero y muestra entradas, salidas y cambioneto en el efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante un período contable, en una forma que concilie los saldos de efectivo inicial y final

Estudio de factibilidad: es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran.

Estudio de mercado: es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

Estudio técnico: es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial.

Estudio financiero: es una técnica o herramienta que, mediante el empleo de métodos de estudio, permite entender y comprender el comportamiento del pasado financiero de una entidad y conocer su capacidad de financiamiento e inversión propia.

Flujograma: consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

Gastos: administrativos: Son las erogaciones que corresponden a las oficinas generales, el departamento de contabilidad, la oficina de personal, el departamento de crédito y cobranza y demás actividades distintas de la venta de mercancías. Es una subdivisión de los gastos de operación.

Gastos de ventas: Son las erogaciones que están directamente relacionadas con la operación de ventas.

Gastos financieros: Gastos incurridos por la empresa en la obtención de recursos financieros y que están representados por los intereses y comisiones tanto de préstamos como de créditos recibidos por la empresa.

Impuesto: Tributo que se exige en función de la capacidad económica de los obligados a su pago.

Indicador: Magnitud utilizada para medir o comparar los resultados efectivamente obtenidos, en la ejecución de un proyecto, programa o actividad.

Índice de precios: Medida que refleja el nivel de precios de una economía en un momento dado.

Inflación: Aumento sostenido y generalizado de los índices de precios.

Ingresos: el concepto ingreso puede hacer referencia a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicio.

Interés: Es el precio pagado por el uso de un dinero prestado.

Inversión fija: es la asignación de recursos reales y financieros para obras físicas.

Inversión diferida: que es un desembolso de la etapa Pre-Operativa

Inversión variable (capital de trabajo): El capital de trabajo es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos. Entre los activos circulantes y los pasivos circulantes.

Inversionista: Persona física o jurídica que aporta sus recursos financieros con el fin de obtener algún beneficio futuro.

Impactos: El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general.

Jerarquía: Forma de organización dentro de una institución de acuerdo a la importancia o autoridad de los cargos designados.

Liquidación: Conclusión de un negocio o proyecto mediante la venta de todos sus activos y la cancelación de todas sus deudas.

Liquidez: Estado de la posición de efectivo de una empresa y capacidad de cumplir con sus obligaciones de corto plazo.

Mercado: Conjunto de compradores y vendedores.

Mercado meta: Consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir.

Obligación: Cualquier tipo de deuda.

Pasivos: Obligaciones que tiene una empresa ante terceros.

Pasivos circulantes: Conjunto de cuentas dentro de los pasivos de una empresa que deben cancelarse en un período menor a un año.

Patrimonio: Propiedad real de una empresa o individuo, definida como la suma de todos los activos, menos, la suma de todos los pasivos.

Período de recuperación: Período que se requiere para que los ingresos netos de una inversión sean iguales al costo de la inversión.

Período fiscal: Período contable de 12 meses respecto al cual se da la información económica de las actividades de la empresa para los efectos del pago del impuesto sobre la renta.

Población económicamente activa: Comprende al conjunto de personas posibilitadas de trabajar y que cumplen los requisitos de edad para ello.

Presupuesto: Estimación financiera anticipada, generalmente anual, de los egresos e ingresos, necesarios para cumplir con las metas de los programas establecidos.

Producto: El producto no es más que un objeto físico que hace representación de una serie de satisfacciones o necesidades para el consumidor o comprador.

Producto Interno Bruto: Valor de los bienes y servicios producidos dentro de una economía durante un período específico.

Publicidad: La colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas

Sensibilidad del proyecto: En todo proyecto se trabaja con algunos factores sobre los que se tiene poder de decisión (variables controlables), y otros sobre los que sólo se pueden realizar estimaciones (variables no controlables). De acuerdo a lo anterior podemos definir al análisis de

sensibilidad como el proceso de medición de variables que afectan el desarrollo del proyecto de inversión.

Solvencia: Capacidad de pago de las obligaciones.

Tasa interna de retorno (TIR): Tasa de rendimiento sobre una inversión de activos.

Utilidades: Son la medida de un excedente entre los ingresos y los costos expresados en alguna unidad monetaria.

Utilidades retenidas: Porción de las utilidades no pagadas como dividendos.

Valor actual neto (VAN): Es el valor presente (a hoy) de los flujos de efectivo de un proyecto descontados a una tasa de interés dada.

Variable: una variable es un **símbolo** que permite identificar a un elemento no especificado dentro de un determinado grupo.

BIBLIOGRAFÍA

ARBOLEDA, Germán, (2005) *Proyectos Formulación Evaluación y Control*, Editorial Ac, cuarta Edición; Colombia.

BACA, Urbina Gabriel, Año 2006, *Evaluación de PROYECTOS*, Quinta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.

CORDOBA, Marcial. (2006) *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Primera Edición, Ecoe Ediciones, Colombia.

CÉSPEDES, S. Alberto, (2005) *Principios de Mercadeo* Cuarta Edición, Ecoe Ediciones. Colombia.

CHILQUINGA, Manuel, (2004) *Costos por Órdenes de Producción*, Ecuador

CHARLES W. Lamb, (2006) *Marketing* Octava Edición Thompson - México.

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007) *Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia* Primera Edición, McGraw-Hill Interamericana. México

FLORES U. Juan, (2007) *Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas*, Primera Edición, Editorial Ecoe Ediciones Ltda. Colombia.

FRACÉS, Antonio. (2006) *Estrategias y Planes para la Empresa*, Primera Edición, Pearson Educación, México.

JÁCOME Walter (2005) Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión – CUDIC Editorial Universitaria –Ibarra Ecuador

KOMIYA S. Raúl (2004) Marketing para PYMES Primera Edición, Editora Palomino. Perú.

KOTLER, Philip. (2008) Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

KERIN, Roger A., HARTLEY, Steven W., RUDELIUS William, Año 2006, Marketing “CORE”, Segunda edición en español, Editorial McGRAW-HILL

MONTEROS Edgar (2005) Manual de Gestión Microempresarial Editorial Universitaria. Ecuador

MONTAÑO, S. Francisco. A., Año 2005, Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el éxito, Primera edición, Editorial TRILLAS, S.A. de C.V., México, D.F.

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007) Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas. México.

ORTIZ, Alberto G., Año 2005, Gerencia Financiera y Diagnóstico Estratégico, Segunda edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A., Bogotá-Colombia.

ROMERO Javier, (2006) Principios de Contabilidad, Tercera Edición Editorial McGraw-Hill Interamericana México.

SAPAG, CH. Nassir, Año 2007, Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

SARMIENTO, R. Rubén. (2005) Contabilidad General Décima Edición Editorial Voluntad. Ecuador

ZAPATA, Sánchez Pedro, Año 2008, Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

LINCOGRAFÍA

<http://www.tarjetasarteco.com.ar/>

<http://www.manualidadesfaciles.org/papel-reciclado-pasos-sencillos-para-su-elaboracion/>

<http://www.controlcalidadterjetaselaboracion>

<http://definicion.de/artesania/Artesanía>

[http://definicion.de/artesania/Artesanía.](http://definicion.de/artesania/Artesanía)

<http://www.objetivosartesanias.htm>

http://www.ecuaworld.com.ec/artesanias_ecuador.htm

[http://definicion.de/artesano/.](http://definicion.de/artesano/)

<http://www.beneficiosartesanosecuador.com>

ANEXOS

**ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE EDADES
COMPRENDIDAS ENTRE 15 A 60 AÑOS**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

1. ¿Acostumbra usted a adquirir tarjetas?

VARIABLE	FRECUENCIA
Si	
No	

2. Usted adquiere tarjetas por:

VARIABLE	FRECUENCIA
Costumbre	
Recomendación	
Influencia publicitaria	
Afinidad con el producto	

3. ¿Le gusta recibir tarjetas?

VARIABLES	FRECUENCIA
Si	
No	
Es Indiferente	

4. ¿Donde adquiere normalmente este producto?

VARIABLES	FRECUENCIA
Tiendas Especializadas	
Supermercados	
Otros	

5. ¿Con que frecuencia adquiere tarjetas?

VARIABLES	FRECUENCIA
Frecuentemente	
Rara vez	
Nunca	

6. ¿Para qué ocasiones busca usted adquirir tarjetas?

VARIABLES	FRECUENCIA
Cumpleaños	
Fechas importantes	
Eventos familiares	

7. ¿Usualmente para quien o para que compra usted una tarjeta?

VARIABLE	FRECUENCIA
Amigos	
Familiares	
Pareja	
Eventos	

8. ¿Qué es lo que más le llama la atención a la hora de escoger una tarjeta para obsequio?

VARIABLE	FRECUENCIA
Diseño	
Calidad	
Mensaje	
Material	
Marca	
Costo	

9. ¿Cuánto gasta en promedio por una tarjeta para obsequio?

VARIABLE	FRECUENCIA
Menos de 2 dólares	
De 2 a 5 dólares	
De 5 a 8 dólares	
Más de 8 dólares	

10. Cuanto está dispuesto a pagar por un paquete de 12 tarjetas para un evento?

VARIABLE	FRECUENCIA
Menos de 18 dólares	91
De 18 a 22 dólares	69
De 22 a 26 dólares	176
más de 26 dólares	45

11. ¿Cómo le gustaría que sea el diseño que usted elija para sus tarjetas?

VARIABLE	FRECUENCIA
Tradicional	
Moderno	
Artesanal	

12. ¿Qué aspectos considera usted más importantes para medir la calidad del producto?

VARIABLE	FRECUENCIA
Detalle	
Acabado	
Material	

13. ¿Si se crea un producto artesanal estaría dispuesto en adquirirlo y recomendarlo?

VARIABLE	FRECUENCIA
Si	
No	

14. ¿Qué cantidad y con que frecuencia estaría dispuesto en adquirir tarjetas artesanales?

VARIABLE	FRECUENCIA
Trimestralmente entre 1 a 3 tarjetas	
Sementalmente entre 3 a 5 tarjetas	
Anualmente entre 5 a 7 tarjetas	

**ANEXO B: ENTREVISTA A PRODUCTORES DE TARJETAS
ARETESANALES**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

1. ¿La tecnología utiliza en la fabricación de tarjetas es?

.....
.....

2. ¿Lugar de comercialización del producto?

.....
.....

3. ¿Satisface el mercado existente para este producto?

.....
.....

4. ¿Hable acerca de los controles de calidad para la fabricación de tarjetas?

.....
.....

5. ¿Donde adquiere la materia prima?

.....
.....

6. ¿El promedio de producción de tarjetas semanales es?

.....
.....

7. ¿El nivel de rentabilidad en la comercialización de tarjetas es?

.....
.....

8. ¿La competencia en la comercialización de tarjetas es?

.....
.....

9. ¿Para promocionar su producto que medios utiliza?

.....
.....

10. ¿Cómo fija Ud. los precios de venta del producto?

.....
.....

11. ¿La infraestructura física con que cuenta la empresa es?

.....
.....

12. ¿El talento humano con que cuenta para la elaboración de tarjetas es calificado?

.....
.....

ANEXO C: DETERMINACIÓN DEL PRECIO

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{16323,34}{12774}$$

$$CFu = 1,28$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{37896,53}{12774}$$

$$CVu = 2,96$$

$$\text{PRECIO} = CFu + CVu + 6\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 1,28 + 2,96 + 6\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 1,28 + 2,96 + 6\%(4,24)$$

$$\text{PRECIO} = 1,28 + 2,96 + 0,26$$

$$\text{PRECIO} = 4,5 \text{ dólares}$$

El precio por cada tarjeta artesanal será de 4,50 dólares

ANEXO D: GASTOS

ARRIENDO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Arriendo	300
TOTAL	

SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Perforadora	2	2,5	5
Grapadora	2	3,7	7,4
Papel resma	10	3,5	35
Carpetas	15	0,3	4,5
Esferográfico	12	0,3	3,6
Tinta impresora	3	13	39
Cuaderno	6	1,75	10,5
Lápiz	10	1,25	12,5
Borrador	10	0,3	3
Libretines (facturas)	1	4,5	4,5
TOTAL			125

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	15	180
Luz	30	360
Teléfono	25	300
TOTAL		840

MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	15,00	180,00
TOTAL		180,00

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	80,00	240,00
Hojas volantes	20,00	80,00
TOTAL	100,00	320,00

ANEXO E: TIPOS DE TARJETAS ARTESANALES A COMERCIALIZAR.

TARJETAS ARTESANALES POR SAN VALENTÍN



TARJETAS ARTESANALES DE CUMPLEAÑOS



TARJETAS ARTESANALES POR EL DÍA DE LA MADRE



TARJETAS ARTESANALES DE NAVIDAD



TARJETAS ARTESANALES DE AÑO NUEVO



TARJETAS ARTESANALES DE HALLOWEEN

