



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA
INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ARTESANÍAS, DEDICADA AL DISEÑO, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (NACIONAL E INTERNACIONAL) DE ESTATUILLAS Y DEMÁS OBJETOS DE ADORNO, DE MADERA, CON MOTIVOS TÍPICOS ECUATORIANOS”

TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA

AUTOR: LASTRA CALDERÓN LUIS HONORIO

DIRECTOR: ING. COM. MARCELO VALLEJO

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad de creación de la microempresa de diseño producción y comercialización de estatuillas y demás objetos de adorno, de madera, con motivos típicos ecuatorianos, en la ciudad de Atuntaqui, se ha realizado el análisis de los diferentes aspectos que intervienen en esta investigación. Una vez conocida la situación actual del sector y tener una visión clara de la actividad microempresarial, se procedió a desarrollar el estudio mercado en el que se analiza las condiciones en las que se encuentra la producción y comercialización de las artesanías elaboradas de madera, así mismo las condiciones de la demanda y oferta del producto, las condiciones para fijar el precio de venta, todo esto nos lleva a formarnos un criterio más sostenido de las condiciones del sector. Conocidos los resultados y siendo estos positivos se procedió a la fijación de la macro y micro localización, su tamaño, la ingeniería del proyecto, para lo cual se fijó un presupuesto de la inversión requerida. Consecuentemente se realizaron y evaluaron y compararon con los ingresos posibles, mediante un análisis financiero que nos llevó a determinar el valor neto positivo, la tasa interna de retorno, el costo beneficio buscando obtener la mayor rentabilidad, esto nos permitió determinar la factibilidad del proyecto. Obtenidos estos resultados se desarrolló la organización administrativa mediante un organigrama funcional, se detalló las funciones de cada uno de los colaboradores de la empresa. Finalmente se determinó los impactos sociales, económicos, ecológicos, educativos – culturales. Una vez establecida toda esta estructura se justifica la necesidad de emprender el presente proyecto y la conveniencia de la inversión.

ABSTRACT

The present study of practicable creation of the micro enterprise of design, production and commercialization of statuettes and ornament wood objects with Ecuadorian typical designs in Atuntaqui city, has made the analysis of different aspects that intervenes in this research. Made the analysis of the present situation of the area and having a clear sight of the micro managerial, we proceeded to develop the market's study in which we analyze the conditions in where is the production and commercialization of the handicrafts made of wood, likewise, the conditions of the supply and demand of the product the conditions to establish the price of sale, everything carries to form a criterion very supported of the area's conditions. We knew the results of market's study and they were being positive, we proceeded to the setting of the macro and micro localization of its size the engineering of the project for which we put a motive of the required investment. Consequently, we made and evaluated, compared with possible earnings by means of a financial analysis which carried through determinate the simple positive price, the internal rate of return the benefit price look for getting the great yield, it let us to determine the practicable of the project. From time got these results, we developed the administrative organization by means of a functional structure specified the functions of each one enterprise's collaborators. Finally, we determined the social, economic, ecological, educative and cultural impacts. At once, established all this structure; we think the necessity to undertake the present project and the agreement of the investment.

DECLARACIÓN

Yo, Luis Honorio Lastra Calderón, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Luis Honorio Lastra Calderón

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado Luis Honorio Lastra Calderón, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría; CPA, cuyo tema es: “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de artesanías, dedicada al diseño,

producción y comercialización (nacional e internacional) de estatuillas y demás objetos de adorno, de madera, con motivos típicos ecuatorianos”.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, Junio del 2010.

Ing. Com. Marcelo Vallejos

DIRECTOR

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

Yo, LUIS HONORIO LASTRA CALDERÓN, con cédula de ciudadanía Nro. 100147709-8 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: “ Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de artesanías, dedicada al diseño, producción y comercialización (nacional e internacional) de estatuillas y demás objetos de

adornos de madera, con motivos típicos ecuatorianos”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

(Firma):

Nombre: LUIS HONORIO LASTRA CALDERÓN

Cédula: 100147709-8

Ibarra, a los 20 días del mes de Enero del 2011

AUTORIZACION DE USO Y PUBLICACION A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1.- IDENTIFICACION DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte, dentro del Proyecto Repositorio Digital institucional, determino 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 Técnica del Norte.

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		
Cedula de Identidad	100147709-8	
Apellidos y Nombres	Lastra Calderón Luis Honorio	
Dirección	Atuntaqui, 12 de febrero y Avda. San Vicente	
Email	Hluis63@hotmail.com	
Teléfono Fijo 062906406	Teléfono Móvil	098955864
DATOS DE LA OBRA		
Título	"Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de artesanías, dedicada al diseño, producción y comercialización (nacional e internacional) de estatuillas y demás objetos de adornos de madera, con motivos típicos ecuatorianos"	
Autor	Luis Honorio Lastra Calderón	
Fecha	2011 / 01 / 20	
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO		
Programa	<input type="checkbox"/> Pregrado	<input type="checkbox"/> Posgrado

Título por el que opta	Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA
Asesor /Director	Ing. Com. Marcelo Vallejo

2. -AUTORIZACION DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo Luis Honorio Lastra Calderón, con cedula de ciudadanía No 100147709-8, en calidad de autor y titula de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la 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 Técnica del Norte 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 143.

3.- CONSTANCIA

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo; sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original, y que es el autor 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 reclamaciones por parte de terceros.

Ibarra a los 20 días del mes de Enero del 2011

AUTOR

ACEPTACION

Firma

Firma

Luis Honorio Lastra Calderón

Lcda. Ximena Vallejo

Facultad Ciencias Administrativas y Económicas. Por Resolución del Concejo Universitario

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado dedico a Dios, por haberme dado la oportunidad de vivir plenamente. A mi padre (+), el amigo entrañable que a pesar de no estar, me sigue guiando, a mi madre por su paciencia, amor y entrega diaria, a mis hermanos, sobrinos. A mi esposa Fernanda Vallejo, a mis hijas Kamila y Marie, que su con su incomparable amor y dedicación incansable día tras día, han permitido que hoy termine mi carrera, y a todos y cada uno de los que

siempre estuvieron brindándome su incondicional apoyo día a día en mi vida les dedico este trabajo.

Luis Honorio Lastra Calderón

AGRADECIMIENTO

Deseo a través de estas líneas expresar mi profundo agradecimiento por quienes de manera directa o indirecta han hecho posible la culminación de una de las etapas primordiales dentro del ámbito profesional.

Agradezco a mis padres que con tenzón, y el más profundo amor nos supieron guiar en busca de la sabiduría, a mi amada esposa, y al tesoro más grande de vida mis hijas Kamila y Marie.

Agradezco a cada uno de mis maestros que con gran voluntad y paciencia, impartieron sus conocimientos durante toda esta etapa estudiantil, a la

Universidad Técnica del Norte por haber permitido pasar por sus aulas en busca del conocimiento, y de manera especial mi reconocimiento y mi eterna gratitud al señor Ingeniero Comercial Marcelo Vallejos, por su incondicional colaboración en el desarrollo del presente trabajo.

Luis Honorio Lastra Calderón

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo general

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de artesanías, dedicada al diseño, producción y comercialización (nacional e internacional) de estatuillas y demás objetos de adorno, de madera, con motivos típicos ecuatorianos.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la ciudad de Atuntaqui.

- Establecer las bases teóricas – científicas que permita fundamentar la ejecución del presente estudio.
- Realizar un estudio de mercado donde se pueda determinar los niveles oferta y demanda, el precio, la comercialización del proyecto.
- Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño, localización del proyecto productivo, tecnología, inversiones y el talento humano.
- Diseñar el estudio económico financiero para determinar la rentabilidad o no del proyecto.
- Determinar la estructura organizacional que identifique las funciones de la microempresa productora y comercializadora de artesanías.
- Establecer técnicamente los principales impacto que genera la aplicación del proyecto, en los ámbitos social, económico, ecológico, educativo - cultural.

PRESENTACION

- ✚ En el Capítulo I, se realizó un Diagnostico Situacional, detallando información de la ciudad de Atuntaqui, permitiendo establecer las circunstancias actuales de la comunidad, determinando la necesidad de emprender este proyecto, el que una vez puesto en marcha proporcionara fuentes de trabajo, por ende contribuir al mejoramiento de la calidad de vida.
- ✚ El Capítulo II, se refiere a las Bases Teóricas – Científicas, es un detalle minucioso de una serie de aspectos científicos, contables, administrativos, financieros, entre otros; los cuales fueron analizados captados de textos relacionados a los temas del proyecto, los mismos que han posibilitado la comprensión del presente estudio para llevar adelante la actividad micro empresarial.
- ✚ En el Capítulo III, se realizó técnicamente un Estudio de Mercado permitiendo establecerlos niveles de oferta y demanda, y por consiguiente la demanda insatisfecha, así mismo se estableció las estrategias de

comercialización, para orientar las ventas, hacia la búsqueda de captar el mercado.

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

- ✚ En el Capítulo V, está orientado a la Evaluación Financiera del Proyecto, en el cual se detalla la proyección a cinco años del nivel de ingresos y egresos que se generará, también se logró establecer el superávit o utilidad del proyecto, con la aplicación de criterios de evaluación financiera se ha establecido la factibilidad de este proyecto.

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

- ✚ Finalmente se concluye este trabajo con el Capítulo VII, que es el análisis de los impactos que genera la ejecución del presente proyecto, con el único afán de establecer el impacto general que tendrá en la zona y en la ciudad de Atuntaqui.

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO.....	I
ABSTRACT.....	III
DECLARACIÓN	III
ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	IV
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	V
AUTORIZACION DE USO Y PUBLICACION A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VII
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO	X
OBJETIVOS DEL PROYECTO	XI
PRESENTACION	XIII
INDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	XV
INDICE DE CUADROS.....	XXI
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	XXIII
CAPITULO I.....	1
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	1
1.1. ANTECEDENTES	1
1.1.1. Datos generales.....	3
1.1.2. Situación Geográfica:.....	3
1.1.3. Clima.....	5
1.1.4. Población	5
1.1.5. Economía.....	6
1.1.6. Gobierno	7
1.1.7. Turismo	7
1.1.8. Ex - Fábrica Textil Imbabura.....	8
CAPITULO II	9

2. LA MICROEMPRESA	9
2.1. Perfil de la microempresa en Ecuador	9
2.2. Artesanías	10
2.3. La Calificación Artesanal	11
2.3.1. “REQUISITOS PARA LA CALIFICACION	12
2.3.2. <i>Beneficios</i>	12
2.3.3. <i>LABORALES</i>	12
2.3.4. SOCIALES	12
2.3.5. TRIBUTARIOS	12
2.3.6. <i>Personas Naturales (Artesanos)</i>	13
2.4. DISEÑO	13
2.4.1. Artesanía Diseñada o Diseño Artesanal	14
2.5. Producción	15
2.5.1. Producción Artesanal	15
2.5.2. Medios de Producción	16
2.6. ESTUDIO DE MERCADO	16
2.6.1 Objetivos	17
2.6.2. Comercialización	18
2.6.3. Antecedentes del estudio de mercados	18
2.6.4. Ámbito de Aplicación del Estudio de Mercado	19
2.6.4.1. <i>El consumidor</i>	19
2.6.4.2. <i>El producto</i>	19
2.6.4.3. <i>El mercado</i>	19
2.6.4.4. <i>La publicidad</i>	19
2.7. Exportaciones de artesanías al mercado internacional	20
2.7.1. Exportaciones	20
2.7.2. Requisitos para ser exportador	21
2.7.3. PERSONAS NATURALES	21
2.7.4. PERSONAS JURÍDICAS	21
2.7.5. INSTITUCIONES DEL SECTOR PÚBLICO	21
2.8. ESTUDIO TECNICO	22
2.8.1. Los Objetivos	23
2.8.2. Ingeniería del Proyecto	23
2.8.3. Procesos Productivos	23

2.8.4.	Infraestructura.....	24
2.8.5.	Determinación de Necesidades de Insumos.....	24
2.8.6.	Determinación del Tamaño del Proyecto.....	25
2.9.	ANALISIS FINANCIERO	25
2.9.1.	El Capital.....	26
2.9.2.	Objetivo del Estudio Financiero	26
2.9.3.	Componentes	27
2.9.3.1.	Estado de Flujo de Efectivo.....	27
2.9.3.2.	Balance General.....	27
2.9.3.3.	Estado de Resultados	28
2.9.3.4.	Evaluación Ambiental	28
CAPITULO III		30
3.	ESTUDIO DE MERCADO	30
3.1.	GENERALIDADES	30
3.2.	OBJETIVOS DEL ESTUDIO	31
3.3	MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO	32
	MATRIZ DE RELACION DE OBJETIVOS, VARIABLES e INDICADORES, INSTRUMENTOS Y PUBLICOS INTERVENIENTES	32
3.4	PRODUCTO	33
3.5.	SEGMENTO DE MERCADO	34
3.5.1.	Niveles de Ingresos y Posición Geográfica	35
3.5.2.	Segmento de Mercado (Población Total).....	36
3.6.	IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	36
3.6.1.	Proyección al Año 2010	36
3.6.2.	Calculo de la Muestra.....	38
3.7.	MERCADO META	39
3.7.1.	Análisis de la demanda.....	39
3.7.2.	Demanda actual del producto año 2010.....	40
3.7.3.	Proyección de la demanda	40
3.7.4.	Análisis de la oferta	41
3.7.5.	Proyección de la oferta.....	44
3.8.	DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA	
	46	
3.8.1.	Determinación del precio de las artesanías de madera...47	
3.9.	COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS DE MADERA ...49	

3.9.1.	Presentación y calidad del producto	49
3.9.2.	Logotipo de la microempresa	50
3.9.3.	Promoción y publicidad.....	51
CAPITULO IV		52
4. ESTUDIO TÉCNICO		52
4.1.	Tamaño del proyecto.....	52
4.2.	Mercado	52
4.3.	Disponibilidad de recursos financieros	52
4.4.	Disponibilidad de mano de obra	53
4.5.	Disponibilidad de materia prima	53
4.6.	Localización del proyecto	54
4.6.1.	Macro localización	54
4.6.2.	Mapa de macro localización.....	54
4.6.3.	Micro localización	56
4.6.4.	Costos y medios de transporte	56
4.6.5.	Costos y disponibilidad de mano de obra.....	57
4.6.6.	Infraestructura.....	57
4.6.7.	Cercanía al mercado.....	57
4.6.8.	Ambiente.....	57
4.6.9.	Planos de la micro- localización.....	57
4.6.10.	Linderos.....	58
4.7.	Ingeniería del proyecto	59
4.7.1.	Proceso de elaboración del producto “artesanía”	60
4.7.1.1.	Selección de la madera.....	60
4.7.1.2.	Se toma medidas	60
4.7.1.3.	Se comienza a dar forma.....	60
4.7.1.4.	Se revisa el diseño.....	61
4.7.1.5.	Acabados finales	62
4.8.	Tecnología.....	62
4.9.	Obras civiles	65
4.9.1.	Diseño de instalación y de la planta	65
4.10.	Presupuesto técnico.....	67
4.10.1.	Inversiones fijas.....	67
4.10.1.1.	Terreno	67

4.10.1.2.	Infraestructura física	67
14.10.1.3.	Construcción de las instalaciones y de la planta	68
CAPITULO V		70
5. ESTUDIO FINANCIERO		70
5.1.	Introducción	70
5.2.	Presupuesto de la inversión	70
5.2.1	Activos fijos	70
5.2.2.	Bienes inmuebles	71
5.2.3.	Muebles y encerres	71
5.2.4.	Equipo de computación	72
5.2.5.	Gastos de constitución	73
5.2.6.	Capital de trabajo	73
5.3.	Presupuesto operación	75
5.3.1.	Presupuesto de ingresos	75
5.3.2.	Presupuesto de Egresos	76
5.3.3.	Gastos de ventas	77
5.3.4.	Gastos de publicidad	78
5.3.5.	Gastos administrativos	78
5.3.6.	Gastos financieros	80
5.4.	Balance inicial	81
5.5.	Estados Financieros proforma	82
5.5.1.	Estado de resultados	82
5.6.	Flujo de caja	83
5.7.	Evaluación financiera	83
5.7.1.	Calculo del valor actual neto (VAN)	83
5.7.2.	Calculo de la tasa interna de retorno (TIR)	84
5.7.3.	Beneficio costo	85
5.8.	Punto de equilibrio	86
5.8.1.	Rentabilidad del proyecto	87
CAPITULO VI		89
6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA		89
6.1.	La Empresa	89
6.1.1.	Nombre o razón social	89
6.1.2	Titularidad de la propiedad de la microempresa	90

6.1.3.	Misión	90
6.1.4.	Visión.....	90
6.1.5.	Valores	90
6.2.	Organigrama estructural	91
6.3.	Funciones.....	91
6.3.1.	Gerente general	91
6.3.2.	Secretaria Contadora	92
6.3.3.	Contador	92
6.3.4.	Asistente contable	92
6.3.5.	Vendedores.....	93
6.3.6.	Obreros	93
CAPITULO VII.....		94
7. IMPACTOS DEL PROYECTO.....		94
7.1.	Impacto social.....	95
7.2.	Impacto económico	96
7.4.	Impacto ecológico.....	97
7.4.	Impacto Educativo- cultural	98
7.5.	Impacto general del proyecto	99
CONCLUSIONES.....		100
RECOMENDACIONES:		102
BIBLIOGRAFIA.....		104
ANEXOS		¡Error! Marcador no definido.

INDICE DE CUADROS

CUADROS 1	Tamaño cm.....	34
CUADROS 2	Criterios de Segmentación de Mercado	35
CUADROS 3	Distribución de la Población de la Ciudad de Atuntaqui	36
CUADROS 4	Proyección Poblacional del Año 2010	37
CUADROS 5	Determinación de la Población (PEA)	38
CUADROS 6	Consumo de artesanías	40
CUADROS 7	Proyección de la demanda	41
CUADROS 8	Oferta actual de artesanías de madera por tamaño	42
CUADROS 9	Oferta actual de artesanías de madera por sectores.....	43
CUADROS 10	Proyección de la oferta.....	45
CUADROS 11	Determinación de la demanda insatisfecha proyectada ...	46
CUADROS 12	Costo de las Artesanías por su tamaño.....	47
CUADROS 13	Proyección del costo de las Artesanías.....	48
CUADROS 14	Flujo grama de producción	59
CUADROS 15	Activos fijos.....	71
CUADROS 16	Bienes inmuebles	71
CUADROS 17	Muebles y encerres	72
CUADROS 18	Equipo de computación	72
CUADROS 19	Gastos de constitución	73
CUADROS 20	Capital de trabajo	73
CUADROS 21	Costo de materia prima directa.....	74
CUADROS 22	Costo de mano de obra directa	74
CUADROS 23	Costos indirectos de fabricación.....	74
CUADROS 24	Resumen de costos de producción proyectados	75
CUADROS 25	Proyección de ventas	76
CUADROS 26	Proyección de costos de producción	77
CUADROS 27	Sueldo personal de ventas	77
CUADROS 28	Gastos de publicidad	78
CUADROS 29	Sueldos personal administrativo.....	78
CUADROS 30	Suministros y materiales de oficina	78
CUADROS 31	Depreciaciones.....	79
CUADROS 32	Gastos generales de administración	79
CUADROS 33	Tabla de amortización de préstamo	80
CUADROS 34	Balance Inicial	81
CUADROS 35	Balance de pérdidas y ganancias proyectado	82
CUADROS 36	Flujo de caja proyectado	83
CUADROS 37	Ingresos y egresos actualizados	84
CUADROS 38	Ingresos y egresos actualizados	85
CUADROS 39	Ingresos y egresos actualizados	86
CUADROS 40	Punto de equilibrio.....	87
CUADROS 41	Índice de rentabilidad	88

CUADROS 42 Talento humano.....	93
CUADROS 43 Tabla de valoración de impactos	94
CUADROS 44 Impacto social.....	95
CUADROS 45 Impacto económico	96
CUADROS 46 Impacto ecológico.....	97
CUADROS 47 Impacto educativo - cultural.....	98
CUADROS 48 Impacto general del proyecto	99

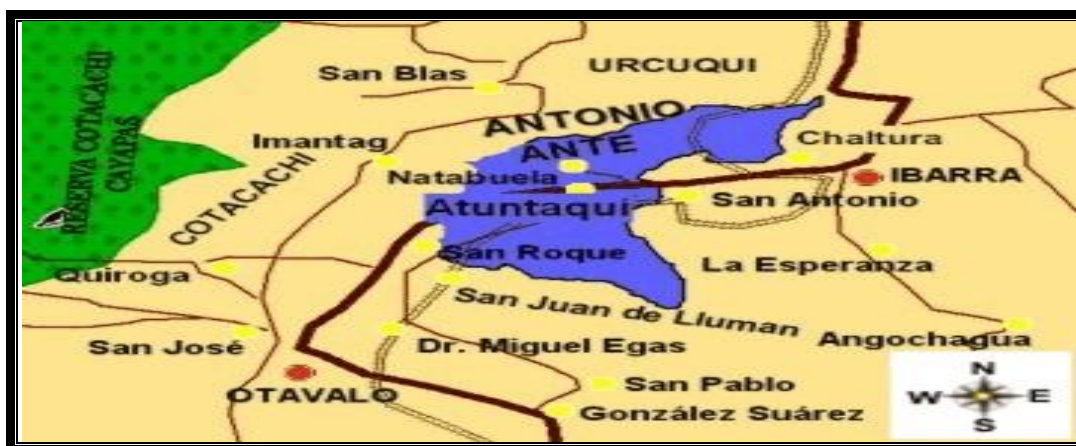
INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustraciones 1	Mapa de carretera de Atuntaqui	1
Ilustraciones 2	Fotos del volcán Imbabura	4
Ilustraciones 3	Plano urbanístico de Atuntaqui.....	4
Ilustraciones 4	Mapa de ubicación de Atuntaqui	5
Ilustraciones 5	Actividades productivas de Atuntaqui Ilustraciones.....	6
Ilustraciones 7	Expo Atuntaqui	7
Ilustraciones 8	Atuntaqui	8
Ilustraciones 9	Estatuillas elaborados de madera.	33
Ilustraciones 10	Logotipo de la microempresa	50
Ilustraciones 11	Sticker de la microempresa.....	50
Ilustraciones 12	Mapa política de la ciudad de Atuntaqui.....	55
Ilustraciones 13	Mapa de la ubicación ciudad de Atuntaqui	56
Ilustraciones 14	Ubicación geográfica de la microempresa	58
Ilustraciones 15	Proceso de elaboración del producto “artesanía”	60
Ilustraciones 16	Producto fin	62
Ilustraciones 18	Herramientas manuales – gubias.....	63
Ilustraciones 19	Herramientas manuales – gubias.....	63
Ilustraciones 20	Masas de madera.....	64
Ilustraciones 21	Torno para tallado en madera	64
Ilustraciones 22	Fresadora para tallado en madera	65
Ilustraciones 23	Diseño de planta área de producción	67
Ilustraciones 24	Ilustración No	89
Ilustraciones 25	Organigrama estructural.....	91

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Mapa de carretera de Atuntaqui



Fuente: Gobierno municipal de Antonio Ante
2010

Elaborado: por el autor

Año

Ilustraciones 1 Mapa de carretera de Atuntaqui

1.1. ANTECEDENTES

La provincia de Imbabura fuente de hermosos paisajes, de cristalinas aguas de sus lagos y lagunas, alberga a una prospera comunidad como la ciudad de Atuntaqui, como cabecera cantonal de Antonio Ante, que en la última década se ha convertido en un importante centro industrial y comercial del norte del país donde convergen distintas aéreas del quehacer productivo de la provincia de Imbabura y norte del país.

En esta hermosa urbe la población se caracteriza por ser gente emprendedora, dinámica y por excelencia trabajadora. A solo 10 minutos de Otavalo, siguiendo al norte por la Panamericana, un letrero da la bienvenida a Atuntaqui, un pequeño cantón de Imbabura.

Aunque el nombre propio del sector es Antonio Ante, quienes lo visitan o han escuchado hablar de él lo identifican más como Atuntaqui, nombre de varios significados a través de la historia. Según el padre Juan de Velasco, se compone de dos palabras hatun, (grande) y taqui, (tambor), es decir: “gran tambor”; Jacinto Jijón y Caamaño lo identifica como “tierra rica en verdad”; González Suárez rechaza esta acepción y la traduce como “granero grande”. Otros lo llaman “lugar de la posada” o “pueblo cerrado fuertemente”.

Para quien visita el cantón resulta difícil inclinarse por una de estas traducciones, porque Atuntaqui reúne varias de las características mencionadas.

Históricamente, Antonio Ante tiene mucho que ofrecer, el turista puede visitar Pailatola, Orozcotola y Pupotola, las tolas más representativas de la provincia, para descubrir los monumentos fúnebres construidos por los “Atuntaqui”.

Y, si de comer se trata, se puede degustar la deliciosa fritada o los tradicionales cuyes de las parroquias de Chaltura y Natabuela, que se complementan con los típicos helados de crema, las panuchas, rosquetas, mojicones y suspiros, productos elaborados a base de maíz.

No por nada, Atuntaqui ha sido catalogado como centro industrial de la moda. Las ferias industrial y artesanal que se realizan los viernes y domingos constituyen una vitrina de la producción textil, donde se expone al visitante variedad de artículos en diferente calidad y diseño. Pronto se podrá visitar un museo textil levantado en la antigua fábrica Imbabura.

Poco a poco, Atuntaqui se convierte en uno de los potenciales destinos turísticos por la originalidad de la celebración de fiestas tradicionales, como el 2 de noviembre y Fin de año, donde la careta, el chiste y la 'vacilada' en doble sentido son las características primordiales del lugar.

1.1.1. Datos generales

Atuntaqui, cabecera cantonal de Antonio Ante, es una ciudad de creciente densidad poblacional, en su última década:

Nombre:	Santa Martha de Atuntaqui
Población:	17.775
Provincia:	Imbabura
País:	Ecuador
Altitud:	2.360 m.s.n.m.
Relieve:	Vasta y larga llanura ubicada a lo largo de las faldas del volcán Imbabura.
Idioma:	Español y quichua
Grupos étnicos:	Mestizo e indígena

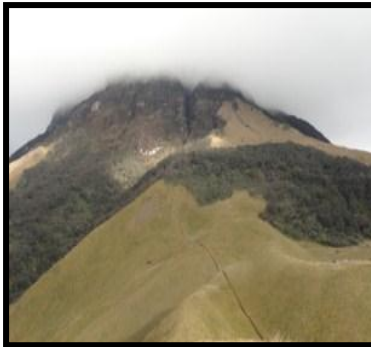
1.1.2. Situación Geográfica:

Geográficamente se encuentra en el centro de la Hoya de Ibarra, es el cantón más pequeño de la provincia. Goza de un clima agradable y, posee tierras fértiles aptas para el cultivo de cereales y legumbres por lo que se le considera “El granero de Imbabura”.

La ciudad de Atuntaqui como toda urbe en desarrollo busca impregnarse de la modernidad actual, tanto en sus lugares de trabajo, hogares y en fin en todo aquello que le signifique atractivo para el visitante.

Por este motivo se consideró necesario la creación de una microempresa productora y comercializadora de estatuillas y demás adornos de madera, con la finalidad de dar una nueva alternativa a la decoración de domicilio, oficinas, locales comerciales y de más rincones urbanísticos.

El volcán Imbabura

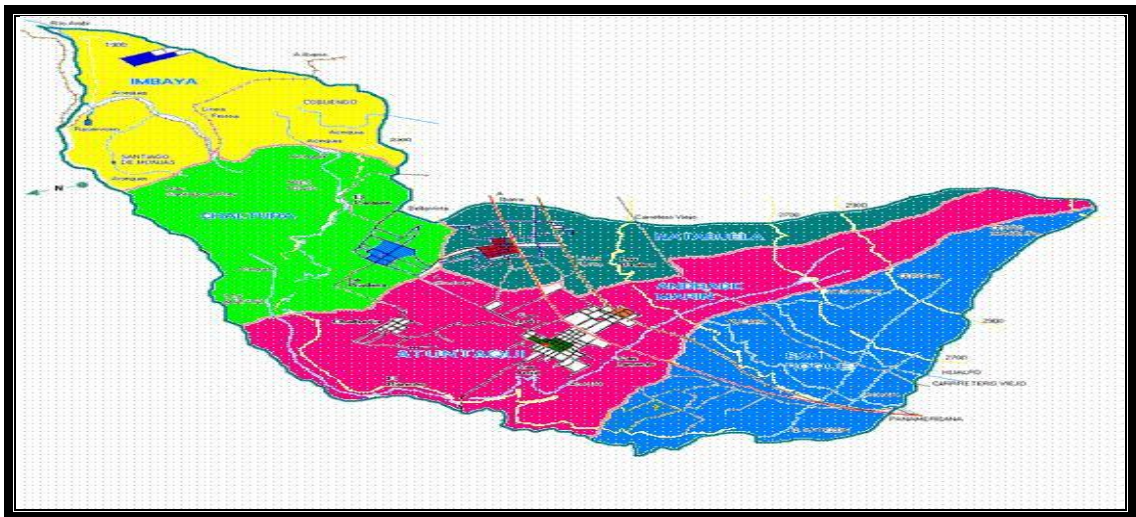


Elaborado: por el autor
Año 2010



Ilustraciones 2 Fotos del volcán Imbabura

Plano urbanístico de Atuntaqui



Fuente: Gobierno municipal de Antonio Ante

Elaborado: por el autor

Año 2010

Ilustraciones 3 Plano urbanístico de Atuntaqui

Mapa de ubicación de Atuntaqui



Fuente: Gobierno municipal de Antonio Ante

Elaborado: por el autor

Año

2010

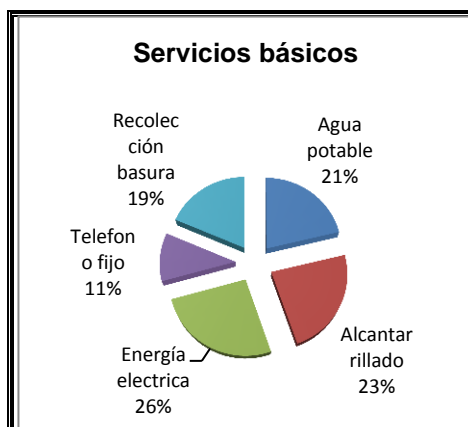
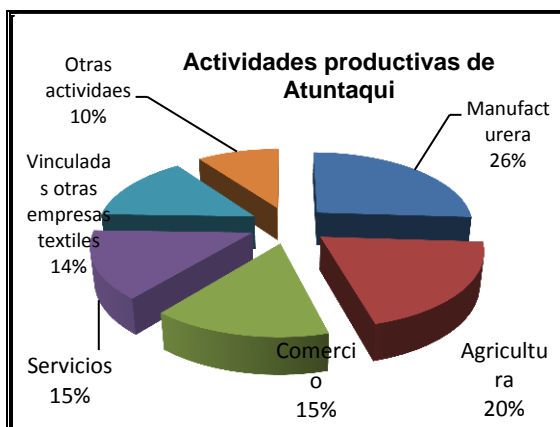
Ilustraciones 4 Mapa de ubicación de Atuntaqui

1.1.3. Clima

El clima de la ciudad de Atuntaqui es seco y templado y su temperatura anual promedio de 18 °C.

1.1.4. Población

La población de Atuntaqui alcanza los 17.775 habitantes de los cuales el 51,82% es de sexo femenino, y el restante 48,18% son de sexo masculino, las principales actividades laborales de la población es la siguiente:



Fuente: Gobierno municipal de Antonio Ante
2010

Elaborado: por el autor

Año

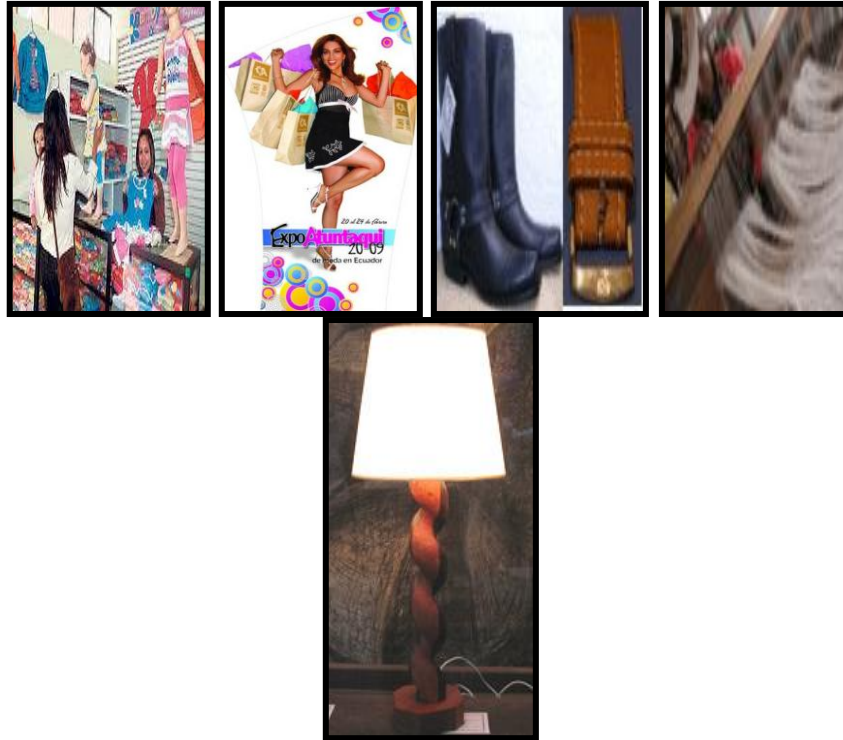
Ilustraciones 5 Actividades productivas de Atuntaqui Ilustraciones

La ciudad de Atuntaqui ha tenido un mejoramiento en todos los servicios básicos es así que hoy en día casi toda la urbe cuenta con agua potable, alcantarilla, energía eléctrica, entre otros.

1.1.5. Economía

El 16 de agosto de 1868 fue parcialmente destruida por un terremoto que provocó miles de muertos y damnificados, tras su reconstrucción así como en su posterior desarrollo tuvieron especial importancia la fábrica de tejidos -que instaló una planta hidroeléctrica en las orillas del río Ambi- y la llegada del ferrocarril a la población de Andrade Marín, ubicada a 5 km al este de Atuntaqui.

Desde el año 2000, los artesanos textiles dan un giro de 360 grados para comprender que la modernización, y la nueva tecnología es fuente de riqueza, de esta manera es que la industria textil y su artesanía comienzan a brillar con su luz propia. Es así que se desarrolla año tras año la expo Atuntaqui, en el feriado de carnaval, fecha en la cual la ciudad acoge a un gran número de visitantes (140.000 visitantes en la edición 2009), que vienen a realizar compras, el mismo que se ha ido incrementándose día tras día para hoy en día contar con recorridos turísticos de compras los 360 días del año.



Ilustraciones 6 Expo Atuntaqui

1.1.6. Gobierno

El Gobierno Local es el Consejo Municipal, ubicado en la plaza central de Atuntaqui.

1.1.7. Turismo

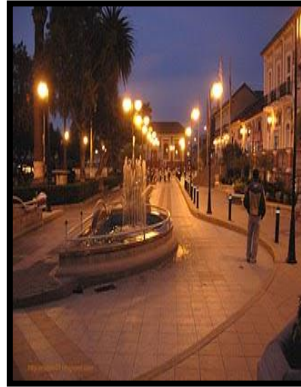
Bajo la mira serena del volcán Imbabura se le emerge como salida de sus entrañas la ciudad Atuntaqui, posee un gran potencial turístico, ofreciéndole en sus aspectos: Textil, artesanal, gastronómico y cultural, una alternativa variada e interesante para disfrutarlo y vivirlo durante todo el año. De esta manera le invitamos a ser parte de nuestra historia e identidad que nos caracteriza y que a su vez nos integra como verdaderos ecuatorianos.

1.1.8. Ex - Fábrica Textil Imbabura

PATRIMONIO CULTURAL DEL ECUADOR. Su antiquísima maquinaria inglesa y alemana, así como su imponente e histórica edificación que data de los años 20 y por lo impresionante de sus instalaciones que albergaba y daba empleo a más de 1000 trabajadores, hacen de esta factoría uno de los principales recursos del cantón



Ex fábrica Textil Imbabura



Pretil vista nocturna



Iglesia del Santo Sepulcro

Elaborado: por el autor

Año 2010

Ilustraciones 7 Atuntaqui

CAPITULO II

2. LA MICROEMPRESA

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

2.1. Perfil de la microempresa en Ecuador

*USAID, 2005. Manifiesta: “Las microempresas ecuatorianas emplean a más de **un millón trabajadores** de ingresos medios o bajos, lo que representa alrededor del 25% de la mano de obra urbana y un aporte al Producto Interno Bruto entre el 10 y 15%, estimaciones basadas en los datos del Censo de Población y Vivienda del 2001, indican que en ese año existían **1.027.299 (50,7%) microempresarios urbanos y 997.953 (49,3%) microempresarios rurales**. Datos más recientes, basados en la encuesta a microempresarios que realizó el Proyecto SALTO2 de USAID, señalan que **en Ecuador a mediados del 2004 había alrededor de unos 650 mil microempresarios en las áreas urbanas**. La mayoría de los microempresarios (55%) son adultos entre 31 y 50 años. Los jóvenes microempresarios **entre 18 y 30 años alcanzan sólo el 20%**. “*

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

Proyecto SALTO/USAID (2005), define: “Una microempresa es un negocio personal o familiar que emplea hasta 10 personas, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios, además constituye una importante (si no la

más importante) fuente de ingresos para el hogar. No se incluyen profesionales, técnicos medios, científicos, intelectuales, ni peones, ni jornaleros.”

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

2.2. Artesanías

El termino artesanía se refiere a la actividad de transformar de forma manual, y sin la utilización de medios mecánicos, objetos o pieza en productos de un valor artístico, diferenciándolo del trabajo en serie o industria. A la persona que se dedica a esta actividad se le denomina “artesano”.

Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo costo, con apariencia similar a los productos artesanos, pero con menor precio y calidad. Otra dificultad para los artesanos es la forma de comercializar sus productos, ya que es una característica de la artesanía, que se realiza en talleres individuales o de pocas personas, con poca capacidad para llegar al mercado.

Las artesanías en madera consisten principalmente en muebles, puertas, biombos, y cofres de distintos tamaños tallados con adornos inspirados en motivos de la cultura indígena, la flora, fauna y paisajes ecuatorianos e imbabureños.

VILLALBA OSWALDO (1989) pag. No 54, Indica: “El arte de la talla ha representado un modo básico de expresión, tomando diferentes formas según el afilado de las herramientas empleadas y de la dureza del material. La madera

como materia prima para este arte, es ligera, flexible y moldeable, y presenta una gran resistencia a la tensión. Las vetas y la variedad de su textura le proporcionan una gran belleza natural, a pesar de carecer del peso, durabilidad y cualidad monumental de la piedra.”

Las artesanías elaboradas en nuestro país trascienden el uso doméstico cotidiano, son elaboradas para el comercio como medio de subsistencia de muchas familias a lo ancho y largo del país.

En las diferentes regiones del país, los artesanos crean artesanías que los identifican, muchas veces ligadas a las costumbres culturales de las etnias. En general, se posee una gran variedad de artesanía hecha en: barro y cerámica, cuero, madera, piedra, textil, hierro y minerales (joyería), tusa y otra serie de materiales de la naturaleza trabajados de forma muy creativa.

La mayor parte de los artesanos no están constituidos legalmente como microempresarios o comerciantes individuales, tampoco están organizados o agremiados, lo que muchas veces dificulta el acceso al financiamiento y apoyo técnico. Venden la mayoría de su producción de artesanías a tiendas locales de souvenir o en algunos casos a otras personas que las compran para ser comercializadas en puntos de mayor desarrollo turístico.

La elaboración de artesanías de madera se concentra principalmente en nuestra provincia en el sector de San Antonio de Ibarra, Chaltura, y la zona aledaña a estos lugares, donde se pueden encontrar pequeños talleres de tallado en madera, así como tiendas especializadas para su comercialización.

2.3. La Calificación Artesanal

La Calificación Artesanal es la certificación que concede la Junta Nacional de Defensa del Artesano a los Maestros de Taller o Artesanos Autónomos

para gozar de los beneficios que la ley concede a los artesanos calificados.

www.artesanosecuador.com, manifiesta: De los requerimientos que los artesanos deben cumplir para su calificación, como también de sus beneficios:

2.3.1. “REQUISITOS PARA LA CALIFICACION

1. *Copia del título o acta de grado de Maestro de Taller*
2. *Copia del carné actualizado de afiliación al gremio o asociación de artesanos que corresponda, si el solicitante tiene menos de 65 años de edad*
3. *El formulario y recibo de pago del certificado de calificación o recalificación*
4. *Copia de la cédula de ciudadanía y de la papeleta de votación*
5. *Declaración juramentada de ejercer la artesanía, para artesanos autónomos, y En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior.*

2.3.2. Beneficios

La Ley de Defensa del Artesano concede a los Artesanos Calificados los siguientes beneficios:

2.3.3. 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*

2.3.4. 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*

2.3.5. 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*

2.3.6. Personas Naturales (Artesanos)

- *Copia de la cédula de ciudadanía del contribuyente*
- *Copia de la última papeleta de votación*
- *Copia de un documento que certifique la dirección. (Factura de Agua, luz o teléfono).*
- *En el caso de ser artesano adjuntar una copia de la Calificación Artesanal.*
- *En el caso de ser extranjero deberá presentar: copia y original de la cédula de ciudadanía o del pasaporte y copia del censo.”*

2.4. DISEÑO

El diseño es un factor principal en la supervivencia de la mayoría de las empresas. Aunque existen algunas firmas que experimentan muy poco cambio en sus productos, la mayoría de las compañías deben revisarlas en forma constante. En las industrias que cambian con rapidez, la introducción de nuevos productos es una forma de vida y se han desarrollado enfoques muy sofisticados para presentar nuevos productos.

El diseño del producto casi nunca es responsabilidad única de la función de operaciones, sin embargo ésta se ve muy afectada por la introducción de nuevos productos y viceversa. La función de operaciones es el "receptor" de la introducción de nuevos productos. Al mismo tiempo, estos nuevos productos se ven limitados por las operaciones existentes y la tecnología. Por lo tanto, resulta extremadamente importante comprender el proceso de diseño de nuevos productos así como su interacción con las operaciones.

Las decisiones sobre el producto afectan a cada una de las áreas de toma de decisiones de operaciones, por lo tanto, las decisiones sobre los

productos deben coordinarse de manera íntima con las operaciones para asegurarse de que esta área queda integrada con el diseño del producto. A través de una cooperación íntima entre operaciones y mercadotecnia, la estrategia del mercado y la estrategia del producto se pueden integrar con las decisiones que se relacionan con el proceso, la capacidad, inventarios, fuerza de trabajo y calidad.

2.4.1. Artesanía Diseñada o Diseño Artesanal

Resumen de la conferencia dictada por Ana María Jaramillo Bernal – el 12 de agosto *“Cuál es la causa del valor de la artesanía diseñada, y del diseño artesanal?: el modo de producirlas; el peso de la intervención humana; el esfuerzo de una familia o comunidad aglutinada alrededor de su producción, o de una persona altamente calificada; el material del que están elaboradas; la unicidad o singularidad de cada pieza o por el contrario el volumen que irrumpe en el mercado; el patrimonio cultural regional que transmiten y la identidad de una sociedad en la que se recoge la tradición de ellas o la creatividad inserta en su diseño; la vinculación con un contexto geográfico; su uso o destino; el peso de su estética; la modelación; el valor agregado del diseño que se le añade propio de un pueblo en movimiento; o el que socialmente sea concedido tal valor?*

La Distinción entre el Diseño Centrado en el Uso, diseño centrado en el Usuario, y diseño participativo no es un problema simplemente semántico; pertenece a la naturaleza misma del proceso de diseño: en el Diseño centrado en el uso el diseñador se enfoca en las tareas del usuario, dejando a un lado a éste y su contexto, sin involucrar al usuario en el proceso de diseño.

Para obtener este conocimiento certero, íntegro y profundo, y al mismo tiempo hacer que se respete la flexibilidad y dinámica del diseño, el diseñador en el proceso de desarrollo, debe contar con expertos en factor humano, ergonomía, y en el estudio del uso, y con directores de empresas que por intereses de eficacia, no vayan en detrimento del desarrollo de los productos tangibles o intangibles y su diseño. Es necesario que haya diálogo e interacción abiertos entre esos actores.

Inicialmente la Artesanía estaba ligada directamente a la nación y sus derroteros políticos, como patrimonio folklórico, como parte del archivo nacional, concepción que fue un poco estática. Poco a poco se da una progresiva ampliación de la noción de patrimonio cultural asumiendo por ejemplo parte de la “cultura popular”, hecho que evidencia, tanto la apertura conceptual y de protección del estado y con ella la ampliación de criterios culturales y económicos acerca de la Artesanía, como su concepción como producción urbana enmarcada en un circuito de consumo turístico.”

De esta conferencia se desprende la importancia que tiene el diseño en la actualidad por cuanto parte de varios criterios para la elaboración de un producto más cuando es de carácter emocional del receptor del producto o consumidor, para la interpretación en la obra del artesano o productor en cualquiera de los casos, es decir tiene que satisfacer la necesidad emocional o espiritual del cliente.

2.5. Producción

Se puede definir a la producción como el conjunto de actividades encaminadas a transformar la materia prima en bienes que satisfagan necesidades finales, como también y la obtención de rentabilidad para quien lo genera.

2.5.1. Producción Artesanal

Vergara Kevin en Fabricación y producción en la pag. www.tueconomia.com, Manifiesta: “La producción artesanal (o de una sola vez de producción) es el proceso de fabricación a mano, con o sin la ayuda de herramientas. El término artesanía se refiere a la producción de una técnica de fabricación aplicada en los pasatiempos de la Artesanía, pero también fue el método común de la fabricación en la previa al mundo industrializado. Por ejemplo, la producción de la cerámica emplea métodos de producción artesanal.”

Actualmente se sigue utilizando esta denominación para referir a aquellos procesos, de hoy en día, en los que no se ha hecho una gran incorporación de tecnología (máquinas, etc.) o se lo utiliza para referir a

ciertos procesos de producción en que, mismo productor, maneja todas las etapas de la cadena de producción,

2.5.2. Medios de Producción

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

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

2.6. ESTUDIO DE MERCADO

Cynthia, Contreras Serón en monografía.com; Interpreta como: “Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadología a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo”.

Dicho de otra forma el estudio de mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien en el mercado, mediante la utilización de herramientas de mercadeo que permite y facilita la obtención de información, resultados que de una u otra forma permiten analizar, los procesados mediante la utilización de herramientas estadísticas con la finalidad de obtener como resultados la aceptación o no de un producto dentro del mercado

Thompson Iván en PromonegocioS.net; Manifiesta: “Es el proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores, y perfiles de los consumidores, con la finalidad de ayudar a los responsables del Marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en un situación de mercado específico.”

El estudio de mercado, nos permite analizar la posibilidad de llevar a cabo o no una iniciativa empresarial. Esta investigación con la finalidad de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica a desarrollarse, o ampliar las actividades productivas de la empresa.

2.6.1 Objetivos

El estudio de mercado sirve para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa ofertar al consumidor, dentro de un espacio definido.

Adicionalmente, el estudio de mercado nos permite conocer las características y especificaciones del servicio o producto, que el mercado necesita se le oferte. Además nos informara igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros productos o bienes, lo cual nos permitirá orientar la producción del negocio.

Finalmente, el estudio de mercado nos ayudara a considerar el precio, apropiado con la finalidad de que el producto salga al mercado y pueda ser competitivo con el resto de marcas de similar características existentes en el mercado.

Por otra parte, cuando el estudio se realiza como paso previo a la iniciación de un propósito de inversión, nos ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio y la inversión por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones futuras o posteriores, como consecuencia del crecimiento esperado de la empresa.

2.6.2. Comercialización

La Comercialización es un conjunto de actividades que se relacionan entre sí con el objetivo de cumplir actividades determinadas y permitir que los consumidores tengan acceso a los bienes y servicios que la empresa produce.

Implica el vender, dar carácter comercial a las actividades de mercadeo, desarrollar estrategias y técnicas de venta de los productos y servicios, la importación y exportación de productos, compra-venta de materia prima y mercancías al por mayor, almacenaje, la exhibición de los productos en mostradores, organizar y capacitar a la fuerza de ventas, pruebas de ventas, logística, compras, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes, financiamiento etc.

Para llevar a cabo la comercialización de un producto es muy importante realizar una correcta investigación de mercados para detectar las necesidades de los clientes y encontrar la manera de que el producto o servicio que se ofrezca cumpla este propósito

2.6.3. Antecedentes del estudio de mercados

El estudio de mercado surge como un problema del marketing y que no se puede resolver por medio de otro método o sistema. El realizar un estudio de éste tipo resulta caro, en ocasiones muy complejo de realizar y siempre requiere de disposición de tiempo y dedicación de muchas personas.

Para tener un mejor panorama sobre la decisión a tomar para la resolución de los problemas de marketing se utilizan una poderosa herramienta de auxilio como lo son los estudios de mercado, que contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema.

El estudio de mercado es pues, un apoyo para la Administración, no

obstante, de ninguna manera éste no garantiza una solución buena en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez tratan de reducir al mínimo el margen de error posible.

2.6.4. Ámbito de Aplicación del Estudio de Mercado

Cynthia, Contreras Serón en monografía.com; Manifiesta: Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples de objetivos y que puede aplicarse en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a analizar, como son:

2.6.4.1. El consumidor

- *Sus motivaciones de consumo*
- *Sus hábitos de compra*
- *Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.*
- *Su aceptación de precio, preferencias, etc.*

2.6.4.2. El producto

- *Estudios sobre los usos del producto.*
- *Test sobre su aceptación*
- *Test comparativos con los de la competencia.*
- *Estudios sobre sus formas, tamaños y envases.*

2.6.4.3. El mercado

- *Estudios sobre la distribución*
- *Estudios sobre cobertura de producto en tiendas*
- *Aceptación y opinión sobre productos en los canales de distribución.*
- *Estudios sobre puntos de venta, etc.*

2.6.4.4. La publicidad

- *Pre-test de anuncios y campañas*
- *Estudios a priori y a posteriori de la realización de una campaña, sobre actitudes del consumo hacia una marca.*
- *Estudios sobre eficacia publicitaria, etc.*

Como en todo comercio parte de una estrategia las administraciones dedican tiempo para satisfacer a la sociedad, es decir si los mercados están contruidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de los mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas.

2.7. Exportaciones de artesanías al mercado internacional

2.7.1. Exportaciones

En el Ecuador, según la clasificación de posiciones arancelarias que pueden contener productos artesanales de madera, se encuentra la partida arancelaria: 4420100000: Estatuillas y demás adornos de madera.

La participación de las exportaciones de artesanías de madera no constituye un rubro importante con relación al total de productos ecuatorianos exportados. Los principales productos de exportación son: petróleo, banano, flores, cacao, entre otros. Estos representan cerca del 78,1 % del total de las ventas del Ecuador al mercado internacional, del restante 21,9 % se encuentra repartido entre cerca de 1291 productos en el último año.

Además la tendencia de las exportaciones de artesanías es descendente, a partir del año 1990, teniendo un repunte en 1995, y manteniéndose con un leve decrecimiento hasta la actualidad, lo que significa que la producción artesanal no se ha desarrollado por la falta de apoyo estatal, desconocimiento del proceso de exportaciones y la demanda de los mercados internacionales, entre otros.

2.7.2. Requisitos para ser exportador

Solicitar en el Departamento de Comercio Exterior de un Banco Corresponsal del BCE la tarjeta de identificación, llenar los datos y entregarla adjuntando la documentación requerida:

2.7.3. PERSONAS NATURALES

- Copia Cédula de identidad
- Copia del Registro único de contribuyente RUC

2.7.4. PERSONAS JURÍDICAS

- Copia del Registro Único de Contribuyente RUC
- Copia de la constitución de la compañía.
- Comunicación suscrita por el representante legal constando
- Dirección domiciliaria
- Número telefónico
- Nombres y apellidos de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación y números de cédula de identidad
- Copia del nombramiento de representante legal
- Copia de Cédula de identidad del representante legal.

2.7.5. INSTITUCIONES DEL SECTOR PÚBLICO

- Oficio suscrito por representante legal, constando:
- Dirección de la institución
- Código de catastro
- Número telefónico
- Nombres y apellidos de personas autorizadas a firmar las declaraciones de exportación. Y sus números de cédula
- Copia del nombramiento de representante legal
- Copia de Cédula de identidad del representante legal

2.8. ESTUDIO TECNICO

El Estudio Técnico pretende contestar las preguntas: donde, cuanto, cuando, como y con que producir el bien o servicio deseado, por lo que el aspecto técnico comprende todo el aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en mención o deseado, sea este un bien o un servicio, como base del proyecto.

La metodología corresponde a las técnicas e instrumentos necesarios para llevar a efecto este fin especialmente para medir el grado de adecuación de esa función de producción a un predeterminado conjunto de criterios.

Nassir Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos; Pág. 28: Indica "En esta fase del proyecto se analizará los factores para la adecuación de la microempresa, equipos, aéreas y otros factores requeridos para su implantación. Y se determinara el tamaño optimo que se requiere para realizar la elaboración de los productos (artesanías) su tecnología, indicadores que definirán los montos de inversión del proyecto"

En este capítulo según el autor se busca darle forma al proyecto analizando los requerimientos de los diferentes factores técnicos, tecnológicos y sociales del mercado como de las posibilidades económicas de la inversión, para la ejecución del proyecto.

En resumen, se pretende resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto

2.8.1. Los Objetivos

Son parte fundamental del estudio técnico por lo cual deben ser claros y precisos, a continuación se muestran los siguientes:

- Verificar si el producto o servicio a ofrecer se puede llevar a cabo;
- Si se cuenta con la materia prima adecuada, los equipos y herramientas necesarias e instalaciones óptimas para su producción.

2.8.2. Ingeniería del Proyecto

La Ingeniería del proyecto comprende todos los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de producción o fabricación del bien o servicio, es importante determinar todo lo concerniente a la parte técnica del proceso y proyecto a llevarse a cabo.

Arboleda Germán, Proyectos; Pág. 175: Manifiesta “La Ingeniería del proyecto se refiere a aquella parte del estudio que se relaciona con su etapa técnica; es decir, con la participación de los ingenieros en la actividad de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, aquí se describen algunos aspectos como: Producto, Tecnología, Selección del equipo y la maquinaria, edificios, estructura y obras de ingeniería civil.”

Es importante destacar que el estudio de Ingeniería del Proyecto, de la misma manera o forma que las demás etapas que comprenden la elaboración de un estudio, que no se realiza de forma aislada al resto sino

2.8.3. Procesos Productivos

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto. o la prestación del servicio.

2.8.4. Infraestructura

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

- El área del local
- Las características del techo, la pared y de los pisos
- Los ambientes
- La seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales)

2.8.5. Determinación de Necesidades de Insumos

En todo proceso productivo el uso de materia prima o de insumos que permitan llevar a cabo el proceso de fabricación del producto es necesario y en todo proceso de planeación es importante prever y por consiguiente determinar las necesidades de insumos durante el horizonte temporal del proyecto, va a depender de los insumos que se empleen en la fabricación del producto en cuanto a variedad y cantidad, sumado a ello la política de inventarios para insumos que en la empresa se puedan establecer (proyecto).

Naranjo Marcelo, Contabilidad de Costos por Órdenes de Producción; Pág. 46: *Manifiesta “Materia Prima es el elemento material e insumo que, en forma directa, sufre transformación en el proceso de producción o fabricación hasta obtener un producto, este o no acabado”.*

Parte de un proceso productivo es la transformación de materiales en estado natural en un bien que reúna y cumpla las necesidades

específicas de la sociedad, nuestra microempresa pretende dar ese valor útil a la madera en obras o artículos que satisfagan las necesidades materiales, emocionales o espirituales del consumidor.

2.8.6. Determinación del Tamaño del Proyecto

En esta fase del proyecto el elemento estudio técnico cuantifica la capacidad de producción y todos y cada uno de los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien o servicio, por ello se debe tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer a esa demanda del mercado.

En la mayoría de los casos el tamaño no es un dato de carácter absoluto, sino se presenta con cierto margen de holgura. El documento del proyecto debe señalar en forma explícita tales holguras y de qué modo se comportan frente a los problemas de proceso y de localización del proyecto, los factores que condicionan el tamaño del proyecto es el mercado, la capacidad financiera y empresarial de los inversionistas del proyecto, la disponibilidad de insumos, como de las restricciones de procesos técnicos e institucionales.

2.9. ANALISIS FINANCIERO

El estudio o análisis Financiero, se encarga de realizar las evaluaciones económicas del proyecto, con la finalidad de determinar la factibilidad financiera del proyecto, debe estar realizado desde un punto de vista técnico, y debe cumplir con los objetivos que de ello se espera.

Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos; Pág.27: Manifiesta “La evaluación del proyecto se realiza sobre la estimación del flujo de caja de los costos y beneficios, la existencia de algunas diferencias en ciertas posiciones conceptuales en cuanto a que la rentabilidad del proyecto puede ser distinta de

la rentabilidad para el inversionista, por la incidencia del financiamiento, hace que más adelante de dedique un análisis especial”.

En otras palabras trata de estudiar si la inversión que queremos hacer va a ser rentable o no, si los resultados arrojan, que la inversión no se debe hacer, se debe tomar otra alternativa o evaluar la alternativa que más le convenga financieramente a la empresa de acuerdo a sus políticas.

Arboleda Germán, Proyectos; Pág. 338: Indica *“La evaluación económica examina, en términos de bienestar y desde el punto de vista de la nación como un todo, hasta qué punto los beneficios económicos generados por el proyecto son superiores a los costos incurridos. Utiliza los precios económicos, también llamados precios de eficiencia o precios sombra o precios de cuenta”.*

El análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, como de los costos totales de la operación de la planta, como de su rentabilidad así como otras son indicadores que servirán de base para la parte final y definitiva del proyecto.

2.9.1. El Capital

Son los elementos que hacen posible la producción; es el conjunto de los medios de producción. El capital es el conjunto de bienes susceptibles de reproducirse desde el punto de vista económico, además de ser uno de los factores de la producción.

2.9.2. Objetivo del Estudio Financiero

El objetivo es analizar la viabilidad financiera del proyecto, sistematizando la información económica o monetaria de los estudios precedentes con la finalidad de analizar el financiamiento y posterior evaluación.

2.9.3. Componentes

2.9.3.1. Estado de Flujo de Efectivo

Se refiere a la asignación de ingresos, costos e inversión del proyecto.

Acosta Jaime A; Análisis e Interpretación de la Información Financiera I; www.gestiopolis.com: Indica” el efectivo es el recurso que más debe cuidarse en la empresa. Los empleados deben estar conscientes de ello. Un nivel de control interno adecuado facilita este objetivo. Y de más ayuda resulta realizar una planificación de ingresos y gastos con una frecuencia semanal o quincenal, para evitar sorpresas y no poner en riesgo el “humor” de dueños, empleados, sus familias, clientes, proveedores y Hacienda”.

Es de vital importancia y sin lugar a dudas, el indicador primordial para tener un conocimiento del bienestar o de la salud de un negocio es el efectivo disponible de la empresa o del negocio ya que este refleja la situación real de las finanzas de la institución.

2.9.3.2. Balance General

Compara las posesiones y deudas de la empresa en una determinada fecha:

Según el Diccionario Contable y Mas; Pág. 205: Menciona “ Informe financiero básico y producto final de todo sistema contable, a través del cual el representante o máxima autoridad de una empresa pone de manifiesto el estado patrimonial del organismo y la situación financiera en determinada fecha, por lo general al final de un ejercicio contable”.

El Balance general no es otra cosa que el informe anual resumido de la situación financiera y contable que presentan los o el Administrador de una empresa a los accionistas o propietario, en el cual está reflejado la situación al momento de la institución.

2.9.3.3. Estado de Resultados

El Estado de Resultados se realiza periódicamente y en él se registran las ventas, costo de ventas, gastos y utilidades o pérdidas.

DÍAZ Mosto Jorge. Diccionario y Manual de Contabilidad y Administración; Pág. 220: *Manifiesta “Informe financiero básico de todo sistema contable que se presenta conjuntamente con el Estado de Situación Financiera, consistente en la presentación ordenada y de acuerdo con el plan de cuentas, de los ingresos percibidos o ganados, los gastos efectuados y el resultado final relacionado con las operaciones financieras de la empresa en un periodo determinado”.*

En este informe va resumido la situación del movimiento económico de la empresa en el transcurso del periodo contable determinado, en el cual refleja si la empresa atendió acierto en el manejo administrativo y financiero.

2.9.3.4. Evaluación Ambiental

El propósito de la evaluación ambiental es asegurar, que el proyecto, este acogiendo las opciones de desarrollo bajo consideración ambientales adecuadas y sustentables, con el medio ambiente en el ciclo del proyecto y tomada en cuenta para el diseño del mismo.

Departamento de Medio Ambiente del Banco Mundial, Libro de Consulta para Evaluación Ambiental (Trabajo Técnico N. 139). Volumen I; *La evaluación ambiental identifica maneras de mejorar ambientalmente los proyectos y minimizar, atenuar, o compensar los impactos adversos. Alertan pronto a los diseñadores del proyecto, las agencias ejecutoras, y su personal, sobre la existencia de problemas, por lo que las evaluaciones ambientales:*

- *Posibilitan tratar los problemas ambientales de manera oportuna y práctica;*
- *Reducen la necesidad de imponer limitaciones al proyecto, porque se puede tomar los pasos apropiados con anticipación o incorporarlos dentro del diseño del proyecto; y,*

- *Ayudan a evitar costos y demoras en la implementación producidos por problemas ambientales no anticipados.*

Las evaluaciones ambientales en proyectos sirven para realizar un análisis previo de los posibles impactos a ocasionarse, a la ejecución de un proyecto y poder prever problemas ambientales significativos en el futuro. Las consideraciones ambientales cobren su importancia durante la toma de decisiones referentes a la selección, ubicación y diseño del proyecto.

Nassir Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos; Pág. 28:
Indica *“La gestión ambiental sugiere introducir en la evaluación del proyecto las normas ISO 14.000, las cuales consisten en una serie de procedimientos asociados a dar a los consumidores una mejora ambiental continua de los productos y servicios que proporciona la inversión, asociada a los menores costos futuros de una eventual reparación de los daños causados sobre el medio ambiente, a diferencia de las normas ISO 9000, que solo consideran las normas y procedimientos que garanticen a los consumidores que los productos y servicios que provee el proyecto cumplen y seguirán cumpliendo con determinados requisitos de calidad”.*

Mediante esta norma se obliga a los proyectos de inversión significativos tanto públicos como privados, previo a su ejecución, someterse a un análisis o estudio de impacto ambiental, lo que garantizara tanto la calidad del producto como la conservación ambiental de terceros.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. GENERALIDADES

En la actualidad la microempresa como toda actividad productiva busca como establecerse en el mercado productivo, regional y nacional, no es una excepción el Cantón Antonio Ante y en especial en la ciudad de Atuntaqui. Que se ha visto invadido de turistas ansiosos de consumo de nuevos y novedosos productos de nuestra industria local.

El presente estudio de mercado servirá como una herramienta valiosa para obtener la información necesaria, sobre las características que tiene el consumidor de la ciudad de Atuntaqui, como también el turista que semanalmente visita nuestra urbe, sus gustos y preferencias, las necesidades que desean cubrir, así como el poder de adquisición para estas, así como también facilitar el análisis de la competencia, conocer las oportunidades y amenazas.

Al analizar el mercado conlleva a afirmar que es necesario examinar eficientemente el universo de estudio, de la competencia, así como de los potenciales clientes antes de iniciar un programa de marketing; a fin de tener las armas y el conocimiento necesario para emprender un proyecto donde el capital aportado se espera recuperarlo en el corto o mediano plazo.

A continuación se detallan los objetivos que motivan a la realización de este estudio.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Los objetivos de la investigación de mercado para el diseño, producción y comercialización de los productos fueron:

- ✚ Realizar un análisis de mercado para determinar la situación actual de la producción y comercialización de los adornos y estatuillas elaborados en base de la madera.
- ✚ Determinar las formas de comercialización de las artesanías con la finalidad de potencializar el producto en mención.
- ✚ Establecer niveles de rentabilidad de la elaboración de las artesanías de madera
- ✚ Determinar la importancia socio-económica de la artesanía para la comercialización de los adornos y estatuillas elaborados de madera.
- ✚ Analizar las ventajas del mercado local

3.3 MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO

MATRIZ DE RELACION DE OBJETIVOS, VARIABLES e INDICADORES, INSTRUMENTOS Y PUBLICOS INTERVENIENTES

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TECNICA	PUBLICA META
Realizar un análisis de mercado para determinar la situación actual del producto	Producción	- Nivel de rentabilidad - Preferencias de producción - Volumen de Producción - Abastecimiento Materia prima - Costo de producción	- Primaria	- Encuesta - Encuesta - Encuesta - Encuesta	- Productores - Productores - Productores - Productores
Determinar las formas de comercialización de las artesanías	Comercialización	- Tipo de Mercado - Precio de Venta - Puntos de Venta - Presentación del Producto - Competencia - Cultura de Consumo	- Primaria	- Encuesta - Encuesta - Encuesta - Encuesta - Encuesta - Encuesta	- Productores - Productores - Productores - Productores - Productores - Productores
Establecer niveles de rentabilidad de las actividades de las artesanías de madera	Rentabilidad	- Precio de Venta - Margen de Utilidad - Rentabilidad	- Primaria	- Encuesta - Encuesta - Encuesta	- Productores - Productores - Productores - Productores
Determinar la importancia socio-económica de la artesanía	Estrategia Competitiva	- Políticas Empresariales - Objetivos y Metas	- Primaria	- Encuesta - Encuesta	- Productores - Productores
Analizar ventajas competitivas del mercado local	Mercado	- Difusión del Producto - Nuevos mercados	- Primaria	- Encuesta - Encuesta	- Productores - Productores

FUENTE: Estudio de Mercado / encuesta

ELABORADO POR: El Autor

Año 2010

3.4 PRODUCTO



Fuente: Taller David Fuentes

Elaborado: Autor

Año 2010

Ilustraciones 8 Estatuillas elaborados de madera.

El proyecto que se describe es este estudio tiene por objeto introducir adornos y estatuillas de madera con motivos típicos ecuatorianos, elaborados en la ciudad de Atuntaqui, destinado para el segmento de la población de clase media y alta que tiene interés por lo estético y cuenta con preferencias por los productos novedosos como estos.

Con la competencia y el mejoramiento de los procesos se dará un valor agregado a los productos, enfocando ya no solo en una simple imagen sino utilizarlo como factor primordial para mantener una autoestima elevada de las personas. Las artesanías en madera consisten principalmente en cofres, joyeros, y demás figuras.

El arte del tallado ha representado un modo básico de expresión, tomando diferentes formas de personajes típicos, así como de la fauna y flora de nuestra región y país, además de la inspiración del artesano, como también según el afilado de las herramientas empleadas y de la dureza del material.

La madera como materia prima para este arte, es ligera flexible y moldeable, y presenta una gran resistencia a la tensión. Las vetas y la variedad de su textura le proporcionan una gran belleza natural.

El proyecto que se describe en este estudio tiene por objeto introducir; adornos y estatuillas elaborados de madera al mercado de la ciudad de Atuntaqui donde confluyen, comerciantes, consumidores locales y un turismo de compras creciente día tras día;

TAMAÑO CM.	20	30	50	75	100	150
ARTESANÍA RELIGIOSA	TALLADOS EN MADERA		DISTINTOS ESTILOS			
Imágenes	Consolas		Mendigos			
Santos	Repisas		Figuras desnudas			
Vírgenes	Marcos		Aves			
Nacimientos	Cofres		Animales			
Crucifijos	Joyeros		Indigenistas			

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 1 TAMAÑO CM.

3.5. SEGMENTO DE MERCADO

Dentro del presente estudio del proyecto de factibilidad, la producción de la microempresa va direccionada hacia el consumo local y el turismo, nacional y extranjero, que recibe la ciudad de Atuntaqui, como principal fuente de consumo de los productos.

3.5.1. Niveles de Ingresos y Posición Geográfica

Para llegar a determinar el segmento del mercado al cual van direccionados los productos se ha tomado en consideración los siguientes criterios de segmentación:

CUADRO No
Criterios de Segmentación de Mercado

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO
<u>Geografía:</u> Región Provincia Ciudad Sector	Sierra Imbabura Atuntaqui Norte, Centro, Sur y Turismo
<u>Demográfica:</u> Edad Género	Mayores de 15 años de Edad Masculino y Femenino
<u>Conductuales:</u> Preferencia	Gusten del arte y las artesanías
Variable Socio – Económico Nivel Económico	Personas que no se encuentre dentro del nivel de pobreza, es decir estén en el nivel socio – económico medio.

ELABORADO POR: El Autor

AÑO 2010

CUADROS 2 Criterios de Segmentación de Mercado

3.5.2. Segmento de Mercado (Población Total)

Según el VI censo nacional de población y vivienda realizada en el año 2001, la población total de la ciudad de Atuntaqui es:

Distribución de la Población de la Ciudad de Atuntaqui

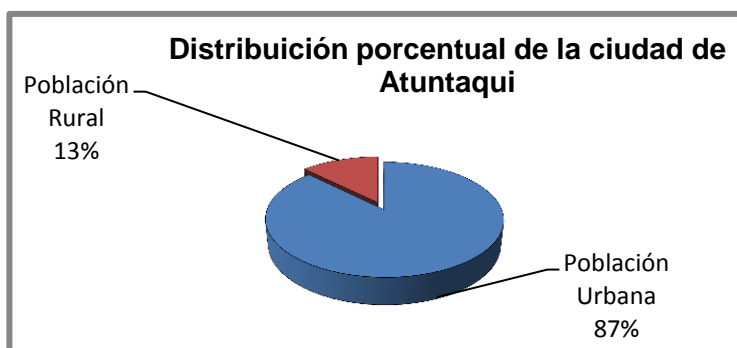
Población Urbana	17.775
Población Rural	2.574
Total Población	20.349

FUENTE: INEC 2001

ELABORADO POR: El Autor

AÑO 2010

CUADROS 3 Distribución de la Población de la Ciudad de Atuntaqui



En presente estudio se ha tomado en consideración los datos del cuarto censo del año 2001.

3.6. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

3.6.1. Proyección al Año 2010

Para realizar el siguiente estudio se tomará los datos del último censo poblacional económicamente activa (PEA), de la ciudad de Atuntaqui, en el cual considera una tasa de crecimiento del 2,5% anual, de la población económicamente activa.

Considerando que la producción está dirigida hacia la población que no se encuentra dentro del rango de extrema pobreza de consumo; es decir la producción estará encaminada al segmento poblacional de un nivel económico medio altos, para lo cual se ha establecido los índices de la PEA de la ciudad de Atuntaqui.

Proyección Poblacional del Año 2010

Año	Población (PEA) Atuntaqui	Tasa de Crecimiento	Total Población Atuntaqui
2001	18.460	2,5 %	18.922
2002	18.922	2,5 %	19.395
2003	19.395	2,5 %	19.880
2004	19.880	2,5 %	20.377
2005	20.377	2,5 %	20.886
2006	20.886	2,5 %	21.408
2007	21.408	2,5 %	21.943
2008	21.943	2,5 %	22.492
2009	22.492	2,5 %	23.054
2010	23.054	2,5 %	23.317

FUENTE: INEC 2001

ELABORADO POR: El Autor

AÑO 2010

CUADROS 4 Proyección Poblacional del Año 2010

Determinación de la Población (PEA)

Población Económicamente Activa Proyectada al 2010 de la Ciudad de Atuntaqui	23.317
Menos: 9,1 % Desempleo	2.122
Total Población a Investigar de Atuntaqui	21.195

FUENTE: INEC 2001

ELABORADO POR: El Autor

Año 2010

CUADROS 5 Determinación de la Población (PEA)

3.6.2. Calculo de la Muestra

Formula del Cálculo

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

En Donde

n = Tamaño de la Muestra

N = Tamaño de la Población

& = Varianza de la Población, con el valor constante de 0,25

Z = Valor Obtenido mediante niveles de confianza, su valor constante

Es de 95 %, le corresponde el valor predeterminado de 1,96

N - 1 = Es la corrección que se usa en muestras mayores de 30

€ = Nivel de error (5%. Para población finita hasta 1000, 3% para Población infinita más de mil)

$$N = 21.195$$

$$\epsilon = 0,25$$

$$Z = 1,96$$

$$\epsilon = 0,5$$

$$n = \frac{21.195 \times (1,96)^2 \times 0,25}{(0,05)^2 \times (21.195 - 1) + (1,96)^2 \times 0,25}$$

$$n = 377,43 \approx 377$$

3.7. MERCADO META

Los Adornos y Estatuillas de madera, son productos elaborados por hábiles manos de artesanos ecuatorianas, que todo profesional de la decoración recomienda para dar vida a los ambientes, tanto de almacenes, oficinas, centros comerciales, restaurantes y en especial a los hogares, debido a la calidad de sus diseños como a la bella de estas piezas de arte.

El mercado meta, es la población económicamente activa de la ciudad de Atuntaqui, con una densidad poblacional de 21.195 personas que estarían en capacidad de adquirir es tipo de productos artesanales.

3.7.1. Análisis de la demanda

Es difícil estimar el volumen de la demanda de las artesanías debido a su enorme variedad y resulta complicado diferenciar en las estadísticas, aquellos productos hechos a mano de los elaborados de forma industrial.

3.7.2. Demanda actual del producto año 2010

Según la encuesta realizada a los consumidores de artesanías de madera se puede concluir que existe una demanda mensual de:

Consumo de artesanías

Almacenes	Religiosos		Tallados		Distintos estilos	
	Mes	Año	Mes	Año	Mes	Año
21	630	7560	557	6684	478	5736
15	450	5400	327	3924	257	3084
9	270	3240	196	2352	277	3324
45	1350	16200	1080	12960	1012	12144

FUENTE: Comerciantes

ELABORADO POR: El Autor

Año 2010

CUADROS 6 Consumo de artesanías

3.7.3. Proyección de la demanda

Fórmula

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

Simbología

D_p = Demanda proyectada

DA = Demanda Actual

1 = Valor constante

i = Tasa de crecimiento

n = Tiempo

Proyección de la demanda en cantidad de productos con la tasa de crecimiento del 5 %

Año	Religiosos	Tallados	Distintos estilos	Total
1	16200	12960	12144	41304
2	17010	13608	12751	43369
3	17860	14288	13388	45536
4	18753	15002	14058	47813
5	19691	15752	14761	50204

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

Año 2010

CUADROS 7 Proyección de la demanda

Cálculo

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

$$D_p =$$

$$D_p =$$

3.7.4. Análisis de la oferta

Para proceder al análisis de la oferta, se realizó un estudio de mercado mediante encuestas a productores, de los sectores referentes de la provincia de Imbabura en la producción de adornos y estatuillas artesanales de madera. Obteniendo como resultado que la oferta mensual de las artesanías, es de 2.850 piezas al mes, distribuidas de la siguiente manera:

Oferta actual de artesanías de madera por tamaño

Tamaño en centímetros	Religiosos 39,30%	Tallados 26,95%	Distintos estilos 33,75%
20	55%	25%	40%
30	40%	35%	35%
50	10%	25%	20%
150	5%	15%	5%
Total	100%	100%	100%

FUENTE: Estudio de Mercado / encuesta

ELABORADO POR: El Autor

Año 2010

CUADROS 8 Oferta actual de artesanías de madera por tamaño

Oferta actual de artesanías de madera por sectores

Sector	Producción	Religiosos 39,30%		Tallados 26,95%		Distintos estilos 33,75%		Total	
						Mes	Año		
Atuntaqui	10%	-	-	30%	86	70%	199	285	3420
Chaltura	18%	18,52%	95	55,55%	285	25,93%	133	513	6156
Bellavista	20%	51,11%	291	26,66%	152	22,23%	127	570	6840
San Antonio	52%	49,51%	734	16,50%	245	33,99%	503	1482	17784
Total	100%		1120		768		962	2850	34200

FUENTE: Estudio de Mercado / encuesta

ELABORADO POR: El Autor

Año 2010

CUADROS 9 Oferta actual de artesanías de madera por sectores

3.7.5. Proyección de la oferta

En el cálculo de la proyección de la oferta se consideró un crecimiento de un 5%, para los próximos 5 años, tomando en consideración los datos obtenidos en la encuesta a los productores de este ramo, que consideran que anualmente ha venido incrementándose año tras año este porcentaje en la producción artesanal de adornos de madera.

Formula

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

$$Op = ?$$

Simbología

Op = Oferta proyectada

OA = Oferta actual

1 = Valor constante

i = Tasa de crecimiento del 5%

n = Tiempo

Cálculo

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

$$Op = 34200(1+0.05)^1$$

$$Op = 35910$$

$$\mathbf{Op = 35910}$$

La oferta proyectada anualmente será de 35.910 pizas para el siguiente año un incide de crecimiento del 5 % anual.

**Proyección de la oferta en cantidad de productos con la
Tasa de crecimiento del 5 %**

Año	Artesanías
1	34.200
2	35.910
3	53.865
4	56.558
5	59.386

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

Año 2010

CUADROS 10 Proyección de la oferta

Cálculo

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

$$Op = 2850(1+0.05)^1$$

$$Op = 2.992,5$$

$$\mathbf{Op = 2.993}$$

La oferta proyectada mensual, es de 2,993 piezas, con un índice de incremento del 5 % mensual para el próximo año.

3.8. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA

Demanda insatisfecha de artesanías proyectada

Año	Religiosos			Tallados			Distintos estilos		
	Oferta	Demanda	Demanda insatisfecha	Oferta	Demanda	Demanda insatisfecha	Oferta	Demanda	Demanda insatisfecha
1	13440	16200	2760	9216	12960	3744	11544	12144	600
2	14112	17010	2898	9676	13608	3932	12121	12751	630
3	14817	17860	3043	10160	14288	4128	12727	13388	661
4	15558	18753	3195	10668	15002	4334	13363	14058	695
5	16336	19691	3355	11202	15752	4550	14031	14761	730

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

Año 2010

CUADROS 11 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA

Una vez establecida la demanda insatisfecha de adornos y estatuillas de madera la microempresa está en capacidad de producir y cubrir un aproximadamente un 20 % de la misma por año.

3.8.1. Determinación del precio de las artesanías de madera

Las artesanías religiosas constituyen un importante referencial de los precios de las artesanías, debido a que es un producto que requiere mayor habilidad y destreza para su elaboración, por lo que, sus precios son mayores. Según su tamaño aumenta la complejidad y su por consiguiente su costo. Según las encuestas realizadas a los productores se obtuvo la siguiente información:

Costo de las Artesanías por su tamaño

Tipo de producto	Tamaño en centímetro	Costo por centímetro	Costo total en dólares
Artesanías Religiosas	20	2,00	40,00
	30	2,50	75,00
	50	3,50	175,00
	150	4,50	675,00

ELABORADO POR: El Autor

Año 2010

CUADROS 12 Costo de las Artesanías por su tamaño

Este cuadro muestra el costo de las artesanías en el mercado local, para el caso de la exportación se debe sumarse, otros rubros que determinan el nuevo precio.

El cálculo de los precios al mercado internacional se debe realizarse en base de los precios internos, añadiéndose los costos de logística inmersos para la venta o la exportación.

En el valor de la venta se estimara el término FOB (libre a bordo), por lo tanto, el precio de exportación estará dado por el precio internacional sin considerar el flete externo y el seguro, debido a que el mercado internacional tiene mayor capacidad de adquisición que el mercado local, se fijara un margen de beneficio de un 30 % más.

Para los próximos años se hará un reajuste en los precio de acuerdo con la tasa de inflación del presente año en el país, según boletín del Banco central del Ecuador.

Proyección del costo de las Artesanías

Años	Precio actual	Inflación anual	Incremento	Total
1	2,00			
2	2,00	8,83%	0,18	2,18
3	2,18	8,83%	0,19	2,37
4	2,37	8,83%	0,21	2,58
5	2,58	8,83%	0,23	2,81

Fuente: Banco Central del Ecuador

ELABORADO POR: El Autor

Año 2010

CUADROS 13 Proyección del costo de las Artesanías

Este grafico muestra como ejemplo el costo de las artesanías de un tamaño de 20 cmt. Llevándole a una proyección estimada de su valor para los próximo 4 años.

3.9. COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS DE MADERA

La microempresa ha considerado que el sistema más adecuado para la comercialización es llegar directamente al consumidor con el producto esto nos permitirá mantener los precios asequibles al público.

El objetivo inicial de este canal de distribución es la de entrar en el mercado artesanal con la producción de calidad, innovado en su diseño, con un precio al publico bajo, que nos lleve a posicionarnos con nuestros artículos de decoración elaborados en madera en el mercado de adornos y decoraciones de la ciudad de la ciudad de Atuntaqui.

3.9.1. Presentación y calidad del producto

La empresa buscando tener un espacio dentro del mercado productivo y comercial, en esta perspectiva ha visto conveniente innovar la presentación del producto etiquetándole con el logotipo creado para este efecto, con la finalidad de garantizar al consumidor un artículo autentico, de calidad, como también ganar un espacio de publicidad por este medio.

La calidad es uno de los factores más importantes, por esta razón la empresa garantizara la calidad del producto, por cuanto en su elaboración intervendrán maestros de altísima experiencia tanto en la elaboración como en la adquisición de la materia prima, utilizando madera de cedro y nogal entre otras, para la elaboración de las esculturas, muebles y otras piezas de arte y artesanía.

3.9.2. Logotipo de la microempresa

Como toda empresa o producto debe tener una marca o característica que lo diferencia de los demás en el mercado, con esta perspectiva se realizó este logotipo, su diseño cuenta con las siguientes características;

Logotipo de la microempresa



Elaborado por: El autor

año 2010

Ilustraciones 9 Logotipo de la microempresa

Sticker de la microempresa



Elaborado por: El autor

año 2010

Ilustraciones 10 Sticker de la microempresa

3.9.3. Promoción y publicidad

- ✚ Promover el consumo de artesanías de madera como base importante de las decoraciones de interiores, resaltando la calidad del producto tanto en su elaboración como en sus diseños innovadores, mediante publicidad escrita en los medios de información local, como también de afiches en los lugares estratégicos de la ciudad.

En su inicio posteriormente se reforzara el marketing mediante publicidad televisiva.

- ✚ Se abrirá una página web para mayor información publicitaria del consumidor regional, nacional e internacional.
- ✚ Se participara en las ferias que se realiza anualmente en nuestra ciudad con la finalidad de dar a conocer nuestra gama de productos elaborados de madera.
- ✚ Se realizara un catálogo que se solicitara a los propietarios de los principales almacenes de ropa de la ciudad de Atuntaqui permitan exhibir.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño de la nueva empresa productora de artesanías de madera se tomó en consideración los siguientes factores, que son de gran importancia dentro del desarrollo de este estudio de factibilidad, considerando un incremento del turismo de compras que visita diariamente la ciudad de Atuntaqui:

4.2. Mercado

La demanda de las artesanías en la ciudad de Atuntaqui, presenta un camino viable para la creación de la microempresa, el mercado es atractivo de acuerdo a la información que se obtuvo en la investigación de campo realizada se determinó que el 93,37% de la población de la ciudad de Atuntaqui y el turistas que día a día se incrementa, están dispuesta a realizar adquisiciones de este tipo de artículos artesanales, lo que demuestra que los productos tiene aceptación por parte de los futuros consumidores.

4.3. Disponibilidad de recursos financieros

La disponibilidad de los recursos financieros se encuentra dentro de los parámetros aceptables, puesto que la inversión total se lo realizara con recursos propios, y un préstamo bancario.

Se busca la alternativa financiera más conveniente para el proyecto, analizando de forma minuciosa las tasas de interés, los plazos y la oportunidad del mercado financiero nacional.

4.4. Disponibilidad de mano de obra

En lo referente a la mano de obra, este estudio determina que para el desarrollo efectivo de la nueva unidad productiva se requiere del personal especializado, que tenga conocimientos sobre la producción de artesanías de madera, administración y conocimientos contables.

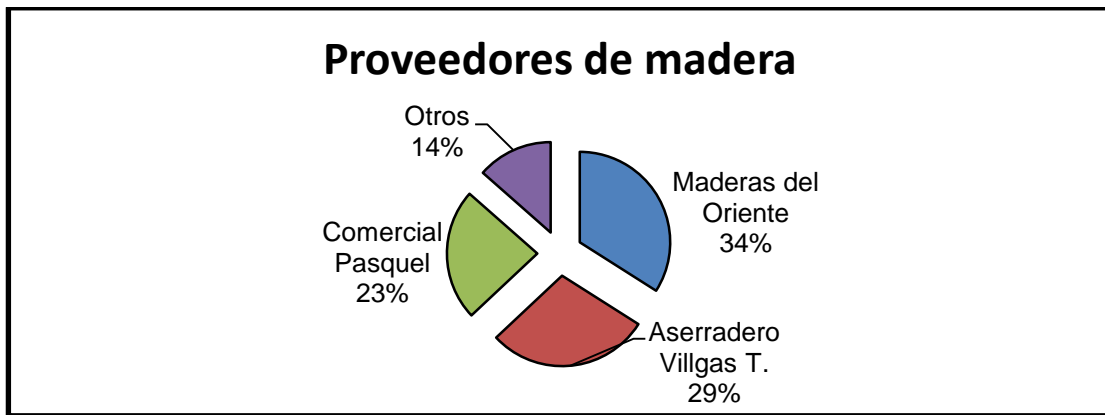
4.5. Disponibilidad de materia prima

En lo referente a la materia prima e insumos es importante adquirir la cantidad óptima que se necesitará en la producción, para ofrecer al cliente la seguridad de un abastecimiento regular del producto como mantener la homogeneidad del producto en cuanto a la calidad de la materia prima.

Los principales proveedores de la empresa se encuentran ubicados en la ciudad de Atuntaqui, e Ibarra, siendo esta una ventaja para la microempresa, debido a la distancia y el tiempo para la provisión de materia prima como de los costos de transporte.

Los proveedores más importantes serán los siguientes:

- Aserrío “Maderas del oriente”
- Aserradero Villegas Torres
- Comercial Pasquel



4.6. Localización del proyecto

Para determinar la localización del proyecto, se realizó un análisis de macro y micro localización a través de métodos cuantitativos y cualitativos; con la finalidad de escoger la opción de mayor conveniencia estratégica que contribuya a la obtención de una mayor rentabilidad sobre la inversión a realizarse además debe contribuir a la optimización y la minimización de los costos de producción.

4.6.1. Macro localización

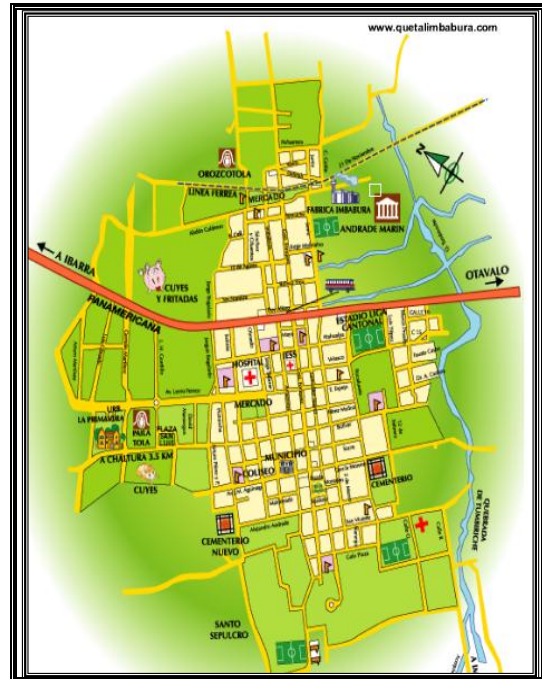
En la elaboración de las artesanías de madera se debe considerar el lugar donde se va a desarrollar este proyecto de carácter productivo; tomando en consideración todos y cada uno de los medios que permitan un adecuado funcionamiento de la planta productiva.

4.6.2. Mapa de macro localización

Mapa política de la ciudad de Atuntaqui



Fuente: Gobierno municipal de Antonio Ante



Elaborado: Autor

Año 2010

Ilustraciones 11 Mapa política de la ciudad de Atuntaqui

Dentro del análisis de macro-localización de la microempresa se ha considerado ubicarle en el cantón Antonio Ante específicamente en la ciudad de Atuntaqui, por cuanto presenta condiciones favorables para iniciar esta actividad productiva, con sus límites Norte Cantón Ibarra, Sur Cantón Otavalo, Este Cerro Imbabura, Oeste Cantones Santa Ana de Cotacachi y San Miguel de Urcuquí.

Se consideró a esta ciudad, por la afluencia del turismo de compras que en una cantidad aproximada de 2000 personas visitan semanalmente, como también por su cultura ancestral arraigada en las hábiles manos de sus habitantes.

Mapa de la ubicación ciudad de Atuntaqui



Fuente: Gobierno municipal de Antonio Ante

Elaborado: Autor

Año 2010

Ilustraciones 12 Mapa de la ubicación ciudad de Atuntaqui

4.6.3. Micro localización

Para la realización de este proyecto se ha considerado ubicar la microempresa, en la propiedad, disponible de la Sra. Gloria Calderón, ubicados en el sector del barrio San Vicente, vía a Imantag. Para el establecimiento de lo antes mencionado se ha tomado en consideración los siguientes puntos:

4.6.4. Costos y medios de transporte

El transporte que existe en la zona es variado y sus costos son económicos, para la transporte de la materia prima, tomando en consideración que la

ciudad es pequeña, y las distancias entre un punto y otro no son muy distantes.

4.6.5. Costos y disponibilidad de mano de obra

La mano de obra con la se contará va a ser directa e indirecta, y su remuneración será en base a las leyes establecidas en nuestro país.

4.6.6. Infraestructura

La infraestructura es nueva, cuenta con los servicios básicos indispensables para empezar con el proceso de producción de artesanías de madera.

4.6.7. Cercanía al mercado

La planta está ubicada cerca del mercado meta conforme el estudio de mercado, está ubicada a pocos minutos del sitio de distribución del producto

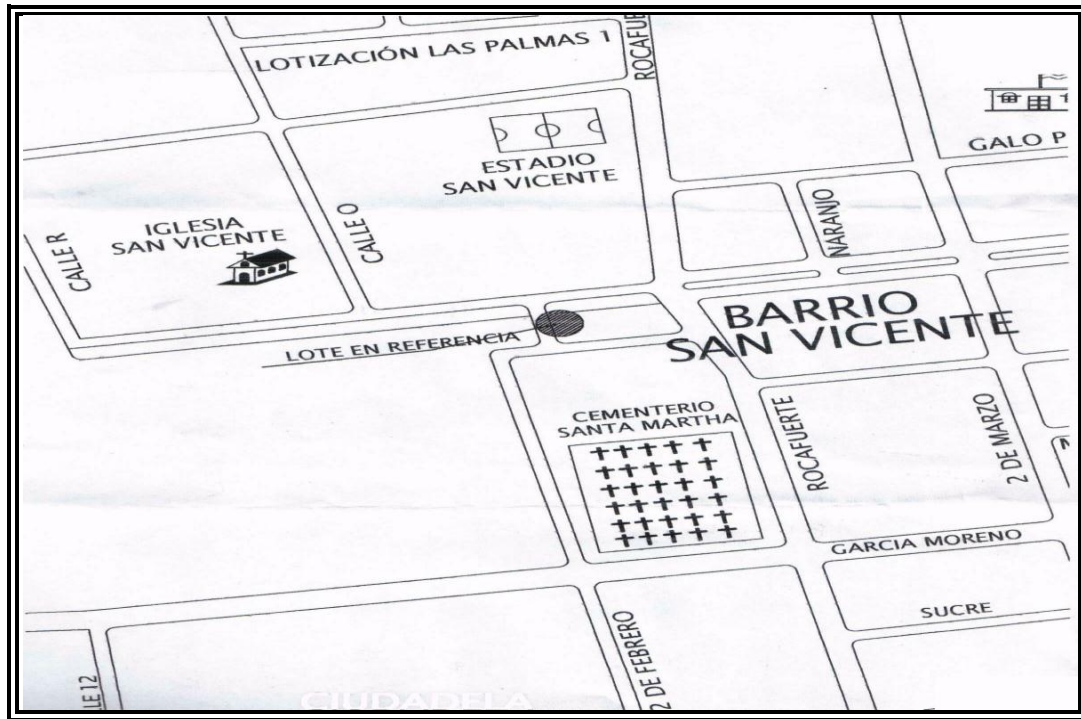
4.6.8. Ambiente

La ciudad de Atuntaqui cuenta con un clima templado, apto para producción de todo tipo de artículos como de su almacenamiento.

4.6.9. Planos de la micro- localización

La propiedad en mención se encuentra ubicada en la ciudad de Atuntaqui, barrio San Vicente entre las calles 12 de Febrero y avda. San Vicente s/n, con una superficie de 440 m², como se puede observar en el siguiente gráfico.

Ubicación geográfica de la microempresa (planos)



Fuente: Gobierno municipal de Antonio Ante

Elaborado: Autor

Año 2010

Ilustraciones 13 Ubicación geográfica de la microempresa

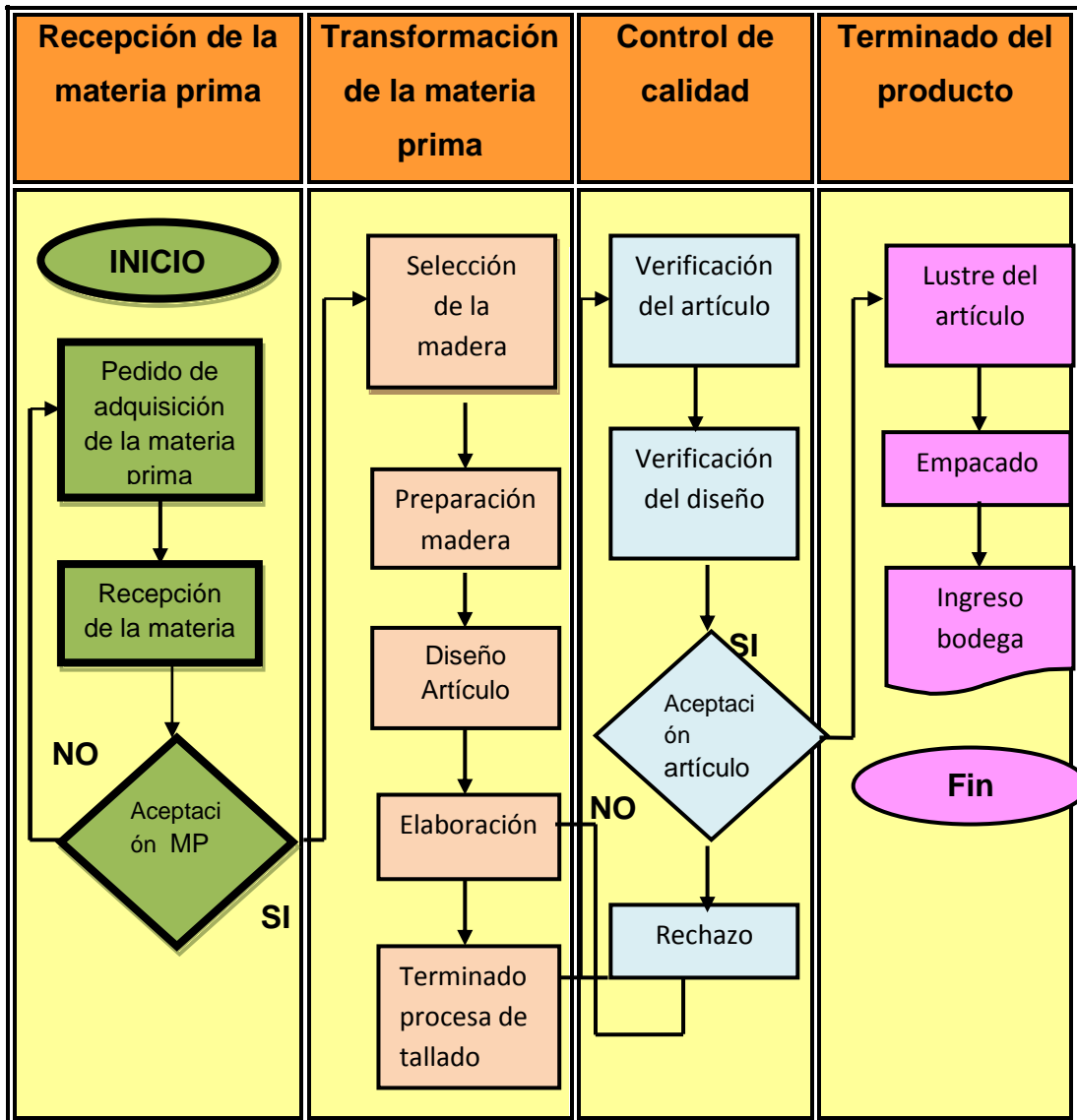
4.6.10. Linderos

Los linderos actuales de la propiedad del señor Honorio Lastra Calderón, según la escritura pública del inmueble son los siguientes:

- Por el norte, propiedad del señor Oswaldo Maya, en una extensión de 40 metros;
- Por el sur, propiedad del señor Wilson Andrade, en una extensión de 40 metros;
- Por el oriente, propiedad de la señora Clara Dávila, en una extensión de 11 metros;
- Por el occidente, calle 12 de Febrero, en una extensión de 11 metros.

4.7. Ingeniería del proyecto

Flujo grama de producción



Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 14 Flujo grama de producción

4.7.1. Proceso de elaboración del producto “artesanía”

4.7.1.1. Selección de la madera

Se corta un bloque que nos dé más o menos la medida de la pieza a realizar, dibujamos un poco la silueta de la figura para que nos sirva de guía, y comenzamos a desbastar con las herramientas adecuadas.

4.7.1.2. Se toma medidas

Se deben confirmar las medidas al inicio y continuamente mientras se procede con el tallado de la pieza. (Con el pico y una gubia semiplana)



Elaborado: Autor

Año 2010

Ilustraciones 14 Proceso de elaboración del producto “artesanía”

4.7.1.3. Se comienza a dar forma

- Se comienza a detallar la pieza poco a poco usando las gubias adecuadas, con la gurbia, se va quitando la madera innecesaria para dar forma a las áreas del rostro.

- Se delinea alrededor de la parte baja de la cabeza para separar la cabeza de la espalda y dar forma al cuello.
- Después, se trabaja con las piernas, brazos, alas etc., por separado, utilizando la herramienta necesaria.
- Al terminar las piernas, se le ensamblan a la imagen, cuidando de que queden perfectamente unidas a la pieza y bien posicionadas.



Elaborado: Autor

Año 2010

4.7.1.4. Se revisa el diseño

Debemos asegurarnos que la pieza vaya quedando bien definida, revisándola desde varias posiciones, perfil, frente etc. De esta forma se asegura un buen movimiento de nuestra figura.

- Se verifica cuidadosamente cada detalle, especialmente el rostro que es lo que le da más vida a la pieza.



Elaborado: Autor

Año 2010

4.7.1.5.Acabados finales

Finalmente, se coloca la imagen ya terminada en la base, donde se le realiza los últimos controles, finalmente es pasado al área del dorado o policromado.



Elaborado: Autor

Año 2010

[Ilustraciones 15 Producto fin](#)

4.8. Tecnología

“KAMILA”, con el único objetivo de ofrecer un producto de altísima calidad va a emplear maquinaria y herramientas manuales de última tecnología, que ofrecen los diferentes proveedores. A continuación ilustramos:

Herramientas manuales – gubias



Fuente: investigación de campo

Elaborado: Autor

Año 2010

Ilustraciones 16 Herramientas manuales – gubias

Herramientas manuales – gubias



Fuente: investigación de campo

Elaborado: Autor

Año 2010

Ilustraciones 17 Herramientas manuales – gubias

Masas de madera



Fuente: investigación de campo

Elaborado: Autor

Año 2010

Ilustraciones 18 Masas de madera

Torno para tallado en madera



Fuente: investigación de campo

Elaborado: Autor

Año 2010

Ilustraciones 19 Torno para tallado en madera

Fresadora para tallado en madera



Fuente: investigación de campo

Elaborado: Autor

Año 2010

Ilustraciones 20 Fresadora para tallado en madera

4.9. Obras civiles

4.9.1. Diseño de instalación y de la planta

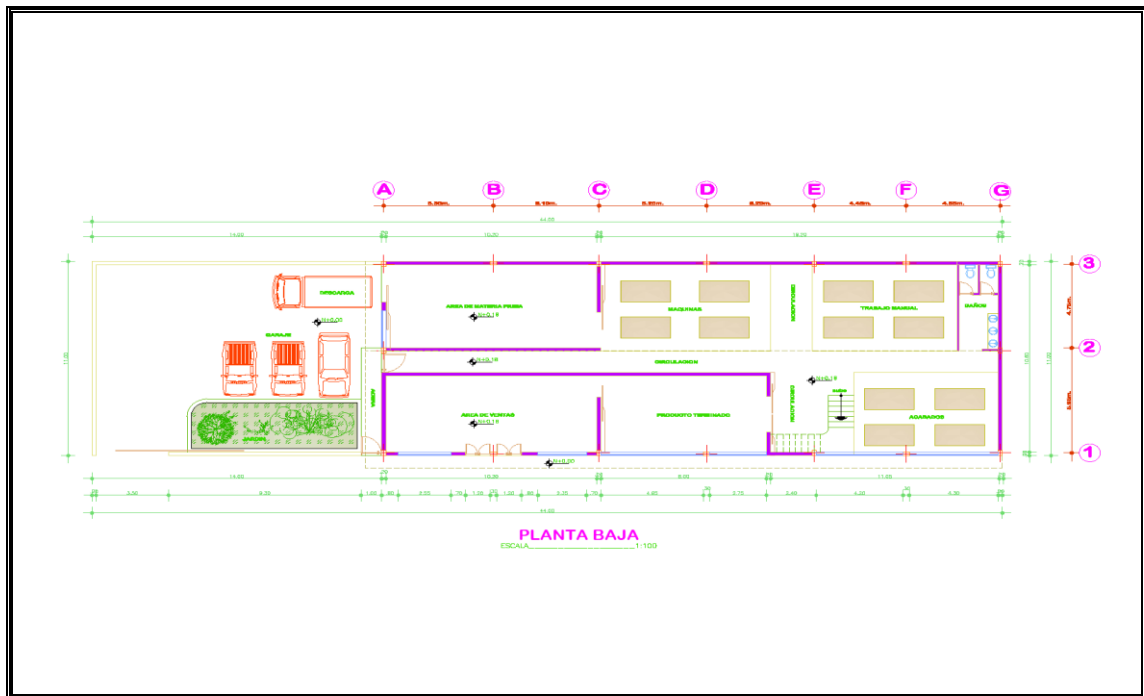
El diseño de la planta productora va acorde con los procesos para el diseño, elaboración y comercialización de los adornos de madera, determinando áreas de almacenamiento de materia prima, producción, bodega y exhibición y comercialización de los productos elaborados.

Para la instalación de la planta y áreas de almacenamiento, administración, ventas se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

- a. El área de producción debe estar bien iluminada y con suficiente ventilación, con la finalidad de tener un ambiente agradable para las labores de producción.

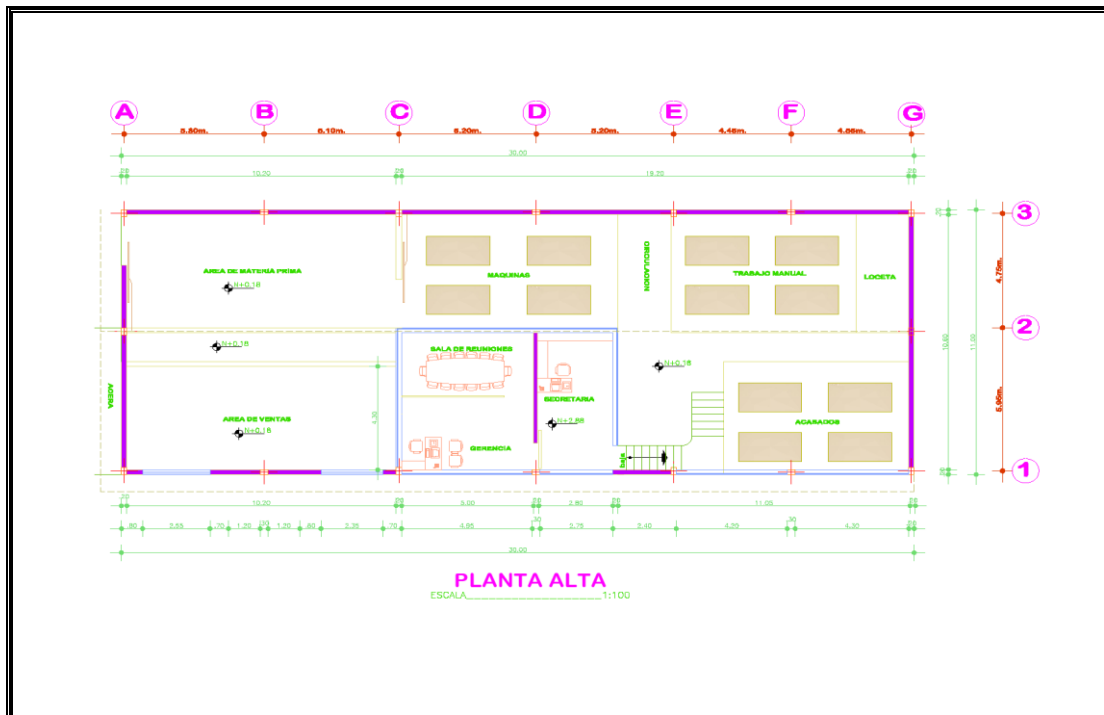
- b. Las oficinas se instalarán en un lugar estratégico donde pueda tener la suficiente visibilidad y supervisión de las diferentes áreas de producción, como también un acceso directo del cliente a la sala de exhibición y ventas.
- c. Las instalaciones tanto de la planta como de la administración deberán tener una apariencia ordenada y bien distribuida, con la finalidad de brindar las comodidades necesarias, a los empleados, trabajadores y en especial a los visitantes de nuestras instalaciones.
- d. La presentación externa e internamente la planta, será la que nos permita establecer una imagen que perdure en la retina de los consumidores de la ciudad como de los turistas que visitan.

Diseño de planta área de producción



Elaborado: Arq. Vladimir Soasti

Año 2010



Elaborado: Arq. Vladimir Soasti

Año 2010

Ilustraciones 21 Diseño de planta área de producción

4.10. Presupuesto técnico

4.10.1. Inversiones fijas

4.10.1.1. Terreno

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno propio, de aproximadamente de 484 m², el mismo que tiene un avalúo de 11.500 dólares americanos.

4.10.1.2. Infraestructura física

El costo se determinó de la información entregada por el profesional en concordancia con las empresas distribuidoras de material de construcción de la provincia de Imbabura.

14.10.1.3. Construcción de las instalaciones y de la planta

Según el profesional Arq. Vladimir Soasti, la construcción de las instalaciones de la microempresa tendrá un costo total de \$ 20.643,70, se calcula que el costo del metro de construcción será de \$ 83,24 m², constando con un área de 248 m².

PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIÓN

OBRA:	FABRICA
PROPIETARIO:	SR. LUIS LASTRA
FECHA:	SEPTIEMBRE 2010

Nº	RUBRO	Unidad	Cantidad	Prec Unitario	P. Total
01	Replanteo del proyecto	M3	165,00	2,50	412,50
02	Excavación de cimientos y plintos	M2	165,00	0,60	99,00
03	Cimientos de hormigón ciclópeo	M3	34,00	3,80	129,20
05	Hormigón simple en:	M3	9,00	55,00	495,00
06	Replanteo				
	Plintos	M3	1,70	55,00	93,50
	Cadenas	M3	5,00	65,00	325,00
	Columnas	M3	5,50	65,00	357,50
	Losa h=+2.88	M3	6,00	65,00	390,00
	Gradas	M2	18,00	45,00	810,00
07	Acero de refuerzo	U	525,00	0,50	262,50
08	Malla electro soldada 4,5 mmx150mm	KG	1.050,00	0,85	892,50
09	Estructura en perfil de acero según planos	M2	170,00	3,50	595,00
10	Contrapiso de hormigón	KG	650,00	2,50	1.625,00
11	Alisado de piso	M2	165,00	12,00	1.980,00
14	Pintura anticorrosiva en estructura metálica	M	150,00	1,70	255,00
15	Cubierta de eurolit	M2	165,00	3,20	528,00
16	Mampostería de bloque	M2	257,00	4,50	1.156,50
17	Enlucido horizontal y vertical	M2	257,00	6,00	1.542,00
18	Instalaciones sanitarias:				
19	Desague PVC ø 3" y 4"	PTO	10,00	9,00	90,00
	Bajante PVC ø 4"	PTO	20,00	8,00	160,00
	Canalización PVC ø 6"	ML	28,00	5,50	154,00
	Caja de revisión	ML	70,00	7,50	525,00
	Toma de agua potable:H.Gø1/2"	U	8,00	8,50	68,00
	Acometida de agua potable Hg ø1/2"	PTO	26,00	12,00	312,00
	Instalaciones eléctricas:	PTO	37,00	6,50	240,50
20	Punto de luminaria y tomacorriente				
	Luminaria fluorescente	PTO	34,00	8,00	272,00
	Caja térmica	U	1,00	12,00	12,00
	Puertas:	U	1,00	95,00	95,00
21	De madera				
	De hierro	U	2,00	80,00	160,00
	Ventanas de aluminio	M2	3,00	35,00	105,00
22	Vidrio claro de 4 mm.	M2	38,00	12,00	456,00
23	Aparatos sanitarios:	M2	38,00	10,00	380,00
24	Lavabo	U	2,00	21,00	42,00
	Inodoro	U	2,00	85,00	170,00
	Cerámica de piso y pared	M2	30,00	18,00	540,00
25	Estucado Horizontal y vertical	M2	85,00	7,50	637,50
27	Cielo raso fiber glass	M2	210,00	2,00	420,00
28	Pasamano de hierro	M2	81,00	6,50	526,50
32	Cerramiento exterior	M2	180,00	9,50	1.710,00
33	Puerta de garaje de 5 m	M	36,00	45,00	1.620,00
VALOR TOTAL DE PRESUPUESTO				USD	20.643,70

SON :CIENTO DIECINUEVE MIL SEISCIENTOS TREINTA Y CINCO CON 50/100 DÓLARES

Elaborado: Arq. Vladimir Soasti

Año 2010

CAPITULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Introducción

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

5.2. Presupuesto de la inversión

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se pueden agrupar en: Activos fijos y Capital de trabajo.

5.2.1 Activos fijos

Los activos fijos son todos los bienes tangibles e intangibles de propiedad de la empresa, tales como terrenos edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, herramientas y otros, es decir todo lo que la empresa “KAMILA” necesita para iniciar sus operaciones:

Activos fijos

No	Detalle	Cantidad	Valor /unitario	Valor Total
1	Torno para madera	1	845,00	845,00
2	Fresadora para tallar madera	1	485,00	485,00
3	Sierra circular	1	196,00	196,00
4	Compresor	1	130,00	130,00
5	Banco de trabajo	2	38,00	76,00
6	Taladro	1	85,00	85,00
	Prensas - set	2	32,00	64,00

7	Esmeril	1	55,00	55,00
8	Gubias - set	3	112,00	336,00
9	Gubias perfil – set	2	102,00	204,00
10	Gubias pala p/ahuecar - set	3	85,00	255,00
11	Gubias tornero - set	2	78,00	156,00
12	Formones - set	2	55,00	110,00
13	Masas	4	2,50	10,00
14	Martillos	2	6,50	13,00
15	Piedra de afilar	3	4,00	12,00
	Total			3.032,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 15 Activos fijos

5.2.2. Bienes inmuebles

Para la producción y comercialización de los adornos y estatuillas de madera se realizara la inversión de construir un galpón que servirá para poner en marcha el proyecto.

Bienes inmuebles

No	Detalle	Valor total
1	Terreno	11.500,00
2	Construcción de instalación y planta	20.643,70
	Total	32.143,70

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 16 Bienes inmuebles

5.2.3. Muebles y encerados

El costo de los muebles y encerados, escritorios, sillas, modulares, y archivadores es de \$ 2.082,00.

Muebles y enceres

No	Detalle	Cantidad	Valor /unitario	Valor Total
1	Escritorio de oficina	3	110,00	330,00
2	Muebles de oficina	3	80,00	240,00
3	Sillas para la oficina	12	15,00	180,00
4	Sillón para la gerencia	1	85,00	85,00
5	Perchas	8	50,00	400,00
6	Archivadores	4	68,00	272,00
	Modulares para almacén	4	125,00	500,00
7	Teléfonos	3	25,00	75,00
	Total			2.082,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 17 Muebles y enceres

5.2.4. Equipo de computación

El equipo de cómputo consta de tres computadoras, tres impresoras y otros, cuya inversión será de \$ 2.250,00.

Equipo de computación

No	Detalle	Cantidad	Valor /unitario	Valor Total
1	Equipo de computación	3	650,00	1.950,00
2	Impresoras	3	80,00	240,00
3	Otros equipos	2	30,00	60,00
	Total			2.250,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 18 Equipo de computación

5.2.5. Gastos de constitución

Es la inversión requerida para legalizar la existencia de la microempresa y esta pueda producir de forma legal, estos gastos son susceptibles de amortización.

Gastos de constitución

Descripción	Valor
Gastos de constitución	800,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 19 Gastos de constitución

5.2.6. Capital de trabajo

El capital de trabajo está constituido por el conjunto de recursos, que una empresa debe tener, para atender sus necesidades operacionales, corresponde al excedente del activo circulante sobre el pasivo circulante.

Capital de trabajo

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Materia prima directa	439,00	
Mano de obra directa	720,00	
Costos indirectos de fabricación	111,00	
Total costos de producción	1.270,00	15.240,00
Gastos administrativos	880,00	
Gastos de ventas	240,00	
Total gastos operacionales	1.120,00	13.440,00
Total capital de trabajo	2.390,00	28.680,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 20 Capital de trabajo

Costo de materia prima directa

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Bloques de madera	391,00	4.692,00
Laca	30,00	360,00
Sellador	18,00	216,00
Total	439,00	5,268,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 21 Costo de materia prima directa

Costo de mano de obra directa

Descripción	Personal	Costo Mensual	Costo anual
Talladores	2	480,00	5.760,00
Tornero	1	240,00	2.880,00
	3		8.640,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 22 Costo de mano de obra directa

Costos indirectos de fabricación

Descripción	Cantidad	Valor Total
Electricidad	345	600,00
Etiquetas adhesivas	150	150,00
Empaques de papel	170	200,00
Lijas	30	100,00
Cartones	30	100,00
Depreciación		181,70
Total		1.331,70

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 23 Costos indirectos de fabricación

Resumen de costos de producción proyectados

Resumen	Costo mensual Año 1	Costo mensual Año 2	Costo mensual Año 3	Costo mensual Año 4	Costo mensual Año 5
Materia prima directa	439,00	449,98	461,22	472,75	484,57
Mano de obra directa	720,00	738,00	756,45	775,36	794,74
Costos indirectos de fabricación	110,97	113,74	116,58	119,49	122,48
Total costos de producción	1.269,97	1.301,72	1.334,25	1.367,69	1.401,79

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 24 Resumen de costos de producción proyectados

El incremento anual de los costos de producción estará considerado en base a los datos del INEC, que considera un incremento poblacional del 2,5 %, anual.

5.3. Presupuesto operación

Para determinar la factibilidad del proyecto se necesita conocer el presupuesto de ingresos y egresos. Para la proyección de ingresos se considera el nivel de incremento poblacional es el 2,5 % de acuerdo al INEN del 2007, y a su vez para los egresos se considera el nivel de inflación que es del 8,83% según datos del acumulado del periodo agosto 2009/ agosto 2010.

5.3.1. Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos está representado por el volumen de ventas proyectado, mientras que el precio se ha tomado en consideración el costo promedio del mercado, mientras que la proyección del precio de ventas esta

dado por el nivel de inflación que es de 8,83 % según datos del acumulado del periodo, agosto 2009/ agosto 2010.

Proyección de ventas

		Año 1			Año 2			Año 3	
Artesanías	Cant.	Valor unitario	Total	Cant.	Valor unitario	Total	Cant.	Valor unitario	Total
20	950	31,50	29.925,00	974	34,28	33.388,72	998	37,31	37.232,31
30	950	38,26	36.347,00	974	41,64	40.557,36	998	45,32	45.226,18
50	35	76,29	2.670,15	36	83,00	2.988,00	37	90,33	3.342,17
150	1	500,00	500,00	1	544,00	544,00	1	592,04	592,04
	1.936		69.442,15	1.985		77.478,08	2.034		86.392,69

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 25 Proyección de ventas

		Año 4			Año 5	
Artesanías	Cant	Valor unitario	Total	Cant	Valor unitario	Total
20	1.023	40,60	41.534,95	1.049	44,19	46.351,33
30	1.023	49,32	50.452,61	1.049	53,67	56.303,07
50	38	98,30	3.735,59	39	106,99	4.172,43
150	1	644,31	644,31	1	701,20	701,20
	2.085		96.367,46	2.138		107.528,03

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

5.3.2. Presupuesto de Egresos

Para calcular el presupuesto de egresos se considera las cifras de volúmenes y precios requeridos para operar la empresa. El incremento anual en el P/venta está dado por el 8,83 % de inflación según datos del acumulado del periodo, agosto 2009/ agosto 2010.

Proyección de costos de producción

		Año 1			Año 2			Año 3	
Artesanías	Cant	Valor unitario	Total	Cant	Valor unitario	Total	Cant	Valor unitario	Total
20	950	9,69	9.205,50	974	10,55	10.275,70	998	11,48	11.458,60
30	950	12,83	12.188,50	974	13,96	13.599,85	998	15,20	15.165,42
50	35	21,34	746,90	36	23,22	836,08	37	25,28	935,18
150	1	85,18	85,18	1	92,70	92,70	1	100,89	100,89
			22.226,08	1985		24.804,33	2034		27.660,09

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 26 Proyección de costos de producción

		Año 4			Año 5	
Artesanías	Cant	Valor unitario	Total	Cant	Valor unitario	Total
20	1.023	12,50	12.782,78	1.049	13,60	14.265,07
30	1.023	16,54	16.917,97	1.049	18,00	18.879,77
50	38	27,51	1.045,26	39	29,94	1.167,49
150	1	109,80	109,80	1	119,49	119,49
	2.085		30.855,80	2.138		34.431,82

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

5.3.3. Gastos de ventas

Son las erogaciones que se producen al realizar la oferta del producto al cliente o posible consumidor:

Sueldo personal de ventas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vendedor	2.880,00	3.134,30	3.411,06	3.712,26	4.040,05
Total	2.880,00	3.134,30	3.411,06	3.712,26	4.040,05

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 27 Sueldo personal de ventas

5.3.4. Gastos de publicidad

Gastos de publicidad

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	400,00	435,32	473,76	515,59	561,12
Total	400,00	435,32	473,76	515,59	561,12

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 28 Gastos de publicidad

5.3.5. Gastos administrativos

Son aquellos gastos que se incurren en la administración de la microempresa.

Sueldos personal administrativo

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	4.800,00	5.223,84	5.685,11	6.187,10	6.733,42
Secretaria contadora	2.880,00	3.134,30	3.411,06	3.712,26	4.040,05
Asistente contable	2.880,00	3.134,30	3.411,06	3.712,26	4.040,05
Total	10.560,00	11.492,45	12.507,23	13.611,62	14.813,53

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 29 Sueldos personal administrativo

Suministros y materiales de oficina

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Resmas de papel bond	35,00	38,09	41,45	45,11	49,10
Carpetas	15,00	16,32	17,77	19,33	21,04
Esferos y lápices	10,00	10,88	11,84	12,89	14,03
Grapas	6,00	6,53	7,11	7,73	8,42
Total	66,00	71,83	78,17	85,07	92,58

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 30 Suministros y materiales de oficina

Depreciaciones

Activos fijos	Valor	Vida útil	Cuota Depreciación
Bienes inmuebles			
Edificio	20.643,70	20 años	1.032,19
Equipo de computación			
Computadoras	1.950,00	3 años	650,00
Impresoras	240,00	3 años	80,00
Muebles y enceres de oficina			
Escritorio de oficina	330,00	10 años	33,00
Muebles de oficina	240,00	10 años	24,00
Sillas para la oficina	180,00	10 años	18,00
Sillón para la gerencia	85,00	10 años	8,50
Perchas	400,00	10 años	40,00
Archivadores	272,00	10 años	27,20
Modulares para almacén	500,00	10 años	50,00
Teléfono	75,00	10 años	7,50
Maquinaria			
Torno para madera	845,00	10 años	84,50
Fresadora para tallar madera	485,00	10 años	48,50
Sierra circular	196,00	10 años	19,60
Compresor	130,00	10 años	13,00
Taladro	76,00	10 años	7,60
Esmeril	55,00	10 años	8,50
Total	27.702,70		2.152,09

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 31 Depreciaciones

Gastos generales de administración

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Teléfono	336,00	365,67	397,96	433,10	471,34
Energía Eléctrica	72,00	78,36	85,28	92,81	101,00
Agua	50,00	54,42	59,22	64,45	70,14
Total	458,00	498,44	542,45	590,35	642,48

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 32 Gastos generales de administración

5.3.6. Gastos financieros

Son aquellos que se incurren al momento de realizar un crédito en una entidad financiera:

Obligaciones financieras

$$VP = \frac{VF \cdot i \cdot (1+i)^n}{(1+i)^{n-1}}$$

$$VP = \frac{30.000 \cdot 0,05 \cdot (0,05 \cdot 1)^5}{(1+0,05)^{5-1}} = 6.929,24$$

Tabla de amortización de préstamo

Préstamo	30.000,00			
Tasa	0,05			
Tiempo	1,00			
No	Capital	Interés	Valor /soluta	Saldo /insoluta
1	6.929,24	1.500,00	5.429,24	24.570,76
2	6.929,24	1.228,54	5.700,70	18.870,06
3	6.929,24	943,50	5.985,74	12.884,32
4	6.929,24	644,22	6.285,02	6.599,30
5	6.929,24	329,96	6.599,28	0,02

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 33 Tabla de amortización de préstamo

5.4. Balance inicial

Empresa "Kamila"
Balance Inicial
Al 1 de enero del 2010

Activo		Pasivos	
Activo corriente		Pasivos a largo plazo	30.000,00
Capital de trabajo	29.280,00	Total Pasivos	30.000,00
Caja Bancos	29.280,00		
		Capital	39.587,70
Inversión fija	39.507,70	Total Pasivos patrimonio	69.587,70
Terreno	11.500,00		
Edificio -Construcción	20.643,70		
Equipo computación	2.250,00		
Muebles de oficina	2.082,00		
Maquinaria	3.032,00		
Inversión diferida			
Gastos de constitución	800,00		
Total Activos	69.587,70		

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 34 Balance Inicial

5.5. Estados Financieros proforma

5.5.1. Estado de resultados

Empresa "Kamila"

Balance de pérdidas y ganancias proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas proyectadas	69.442,15	77.478,08	86.392,69	96.367,46	107.528,03
(-) Costo de fabricación proyectados	(22.226,08)	(24.804,33)	(27.660,09)	(30.855,80)	(34.431,82)
Utilidad Bruta Proyectada	47.216,07	52.673,75	58.732,60	65.511,66	73.096,21
(-)Gastos de ventas	(2.880,00)	(3.134,30)	(3.411,06)	(3.712,26)	(4.040,05)
(-)Gastos administrativos	(10.626,00)	(11.564,28)	(12.585,40)	(13.696,69)	(15.916,11)
(-) Gasto Depreciación	(1.970,39)	(1.970,39)	(1.970,39)	(1.970,39)	(1.970,39)
Total gastos proyectados	(15.476,39)	(16.668,97)	(17.966,85)	(19.379,34)	(21.926,55)
Utilidad operacional proyectada	31.739,68	36.004,78	40.765,75	46.132,32	51.169,66
(-)Gastos financieros	(1.500,00)	(1.228,54)	(943,50)	(644,20)	(392,96)
Utilidad proyectada antes de 15%	30.239,68	34.776,24	39.822,25	45.488,12	50.776,70
(-)15% de utilidades trabajadores	(4.535,95)	(5.216,44)	(5.973,34)	(6.823,22)	(7.616,51)
Utilidad proyectada antes de impuesto	25.703,73	29.559,80	33.848,91	38.664,90	43.160,20
(-) 25% de impuesto a la renta	(3.636,90)	(4.227,15)	(4.880,62)	(5.619,82)	(6.859,76)
Utilidad neta proyectada	22.066,83	25.332,65	28.968,29	33.045,08	36.300,44

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 35 Balance de pérdidas y ganancias proyectado

5.6. Flujo de caja

Empresa "Kamila" Flujo de caja proyectado

Detalles	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad operacional		31.739,68	36.004,78	40.765,75	46.132,32	51.169,66
Ingresos operacionales						
Capital auto sustentable	39.587,70					
Capital de trabajo	30.000,00					
(+) Depreciaciones		2.152,09	2.152,09	2.152,09	2.152,09	2.152,09
Total ingresos		33.891,77	38.156,87	42.917,84	48.284,41	53.321,75
Egresos no operacionales						
(-)15% participación a trabajadores		(4.535,95)	(5.216,44)	(5.973,34)	(6.823,22)	(7.616,51)
(-)25% impuesto a la renta		(3.636,90)	(4.227,15)	(4.880,62)	(5.619,82)	(6.859,76)
Total de egresos		(8.172,85)	(9.443,59)	(10.853,96)	(12.443,04)	(14.476,27)
Flujo neto		25.718,92	28.713,28	32.063,88	35.841,37	38.845,49
Total inversión	69.587,70					

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 36 Flujo de caja proyectado

5.7. Evaluación financiera

5.7.1. Cálculo del valor actual neto (VAN)

Mediante el cálculo del valor actual neto se podrá establecer el valor presente de los flujos futuros de efectivo, considerando para este periodo una tasa de rendimiento del 12 %.

Ingresos y egresos actualizados

Años	Flujos Netos	Flujos actualizados
1	25.718,92	22.963,32
2	28.713,28	22.890,05
3	32.063,88	22.822,44
4	35.841,37	22.777,84
5	38.845,49	22.041,97
	161.182,94	113.495,62
Flujos actualizados		113.495,62
Inversión Inicial		(69.587,70)
VAN		43.907,92

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 37 Ingresos y egresos actualizados

5.7.2. Calculo de la tasa interna de retorno (TIR)

Es la rentabilidad que devuelve la inversión en el futuro y permite igualar a la inversión con los flujos futuros. Para que el proyecto sea rentable el TIR tiene que ser superior al costo de capital.

Para su análisis se calcula el VAN con tasa superior e inferior para luego interpolar.

Ingresos y egresos actualizados

		Flujos actualizados	Flujos actualizados
Años	Flujos Netos	Tasa inferior al 12%	Tasa superior al 40%
1	25.718,92	23.170,20	19.051,05
2	28.713,28	23.304,35	15.754,89
3	32.063,88	23.444,83	13.032,11
4	35.841,37	23.609,82	10.790,70
5	38.845,49	23.052,00	8.663,06
	161.182,94	116.581,20	67.291,81

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 38 Ingresos y egresos actualizados

Flujos actuales Inferiores 11%	116.581,20	Flujos actuales. superior 41%	67.291,81
Inversión Inicial	<u>(69.587,70)</u>	Inversión Inicial	<u>(69.587,70)</u>
VAN positivo	46.993,50	VAN negativo	(2.295,89)
49.289,39	26		
46.993,50	X = 24,79		
TIR = 35,70			

Elaborado: Autor

Año 2010

El TIR calculado es de 35,70 %, mayor a la tasa de descuento de 12% por lo tanto el proyecto es aceptable.

5.7.3. Beneficio costo

Refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y costos. El análisis de la relación B/C, implica valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica:

- B/C > 1 implica que los ingresos son mayores que los egresos, por lo cual el proyecto es aceptable.

- b. $B/C = 1$ implica que los ingresos son iguales a los egresos, por lo tanto el proyecto es indiferente.
- c. $B/C < 1$ implica que los ingresos son menores que los egresos, lo que nos indica que el proyecto no es aconsejable.

Ingresos y egresos actualizados

Años	Ingresos	Egresos	Ingresos actualizados	Egresos actualizados
1	69.442,15	39.202,47	62.001,92	35.002,21
2	77.478,08	42.701,84	61.765,05	34.041,65
3	86.392,69	46.570,44	61.492,61	33.147,92
4	96.367,46	50.879,34	61.243,26	32.334,74
5	107.528,03	56.751,33	61.014,85	32.202,23
	437.208,41	236.105,42	307.517,69	166.728,75

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 39 Ingresos y egresos actualizados

$$\text{Costo beneficio} = \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Egresos actualizados}}$$

$$\text{Costo beneficio} = \frac{307.517,69}{166.728,75}$$

Beneficio/ costo = 1,84

De acuerdo al resultado del análisis de los ingresos y egresos deflactados del costo beneficio del proyecto, indica que por cada dólar de gasto realizado, este nos genera 1,66 dólares de ingreso o rentabilidad.

5.8. Punto de equilibrio

Es el nivel de operaciones en el que los ingresos son iguales en importes a sus correspondientes en gastos y costos. Con la finalidad de determinar cuál es el nivel de producción donde los costos totales se igualan a los ingresos.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas o Ingresos}}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{15.476,39}{1 - \frac{15.605,80}{69.442,15}} = 11.998,37$$

Punto de equilibrio

Ventas proyectadas	69.442,15	55.450,52	61.830,98	68.946,49	76.934,37
Costos Fijos					
Gastos de ventas	2.880,00	3.134,30	3.411,06	3.712,26	4.040,05
Gastos administrativos	10.626,00	11.564,28	12.585,40	13.696,69	15.916,11
Gasto Depreciación	1.970,39	1.970,39	1.970,39	1.970,39	1.970,39
Total costos fijos	15.476,39	16.668,97	17.966,85	19.379,34	21.926,55
Costos Variables					
Costo de fabricación proyectados	15.605,80	17.417,96	19.423,96	21.660,90	23.173,03
Total costos Variables	15.605,80	17.417,96	19.423,96	21.660,90	23.173,03
Punto de equilibrio	19.962,61	21.500,88	23.174,99	24.996,92	28.282,50
Unidades a producir	1.936,00	1.985,00	2.034,00	2.085,00	2.138,00
Costo variable unitario	8,06	8,77	9,55	10,39	10,84
Punto de equilibrio en unidades	2.476,49	2.450,30	2.426,79	2.406,11	2.609,41

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 40 Punto de equilibrio

Los valores que muestra el punto de equilibrio en unidades, significa que deberían producir y vender anualmente.

5.8.1. Rentabilidad del proyecto

La rentabilidad del proyecto se mide dividiendo la utilidad estimada, para la inversión total del proyecto.

$$R = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{inversión total}}$$

$$R = \frac{22.066,83}{69.587,10} = 0,317$$

$$R = \frac{25.332,65}{69.587,10} = 0,364$$

$$R = \frac{28968,29}{69.587,10} = 0,416$$

$$R = \frac{33.045,08}{69.587,10} = 0,474$$

$$R = \frac{36.300,44}{69.587,10} = 0,526$$

Índice de rentabilidad

Año	Índice de rentabilidad
1	0,31
2	0,36
3	0,42
4	0,47
5	0,53

CUADROS 41 Índice de rentabilidad

Debido a que el índice de rentabilidad es positivo; por lo tanto el proyecto debería aceptarse.

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Toda empresa debe contar necesariamente con una forma organización de a sus necesidades (considerando sus fortalezas), por medio de la cual se pueda ordenar las actividades, los procesos diferenciando adecuadamente las características de cada una de las estructuras que integran la organización empresarial.

6.1. La Empresa

6.1.1. Nombre o razón social.

El nombre de la microempresa, una vez que se constituyan los estatutos deberá inscribirse en el registro mercantil como **“KAMILA ARTE EN MADERA”**, el logotipo mediante el cual se comercializará las artesanías será el siguiente:



Elaborado: Autor

Año 2010

Ilustraciones 22 Ilustración No

6.1.2 Titularidad de la propiedad de la microempresa

Las leyes de la superintendencia de compañías distingue 4 clases de compañías: Compañías en nombre colectivo, compañía en comandita simple, dividida por acciones, y compañía de responsabilidad limitada y compañía anónima.

La microempresa en sus inicios entrara en el rango de sociedad de hecho y posteriormente, se le constituirá como compañía limitada.

La empresa estará constituida en sus inicios por tres socios, sin descartar posteriormente durante la existencia jurídica el incremento de capital, se considerará la posibilidad de aceptar nuevos socios.

6.1.3. Misión

Brindar a nuestros clientes un producto de calidad elaborado con las manos de avilés artesanos imbabureños, a precios asequibles.

6.1.4. Visión

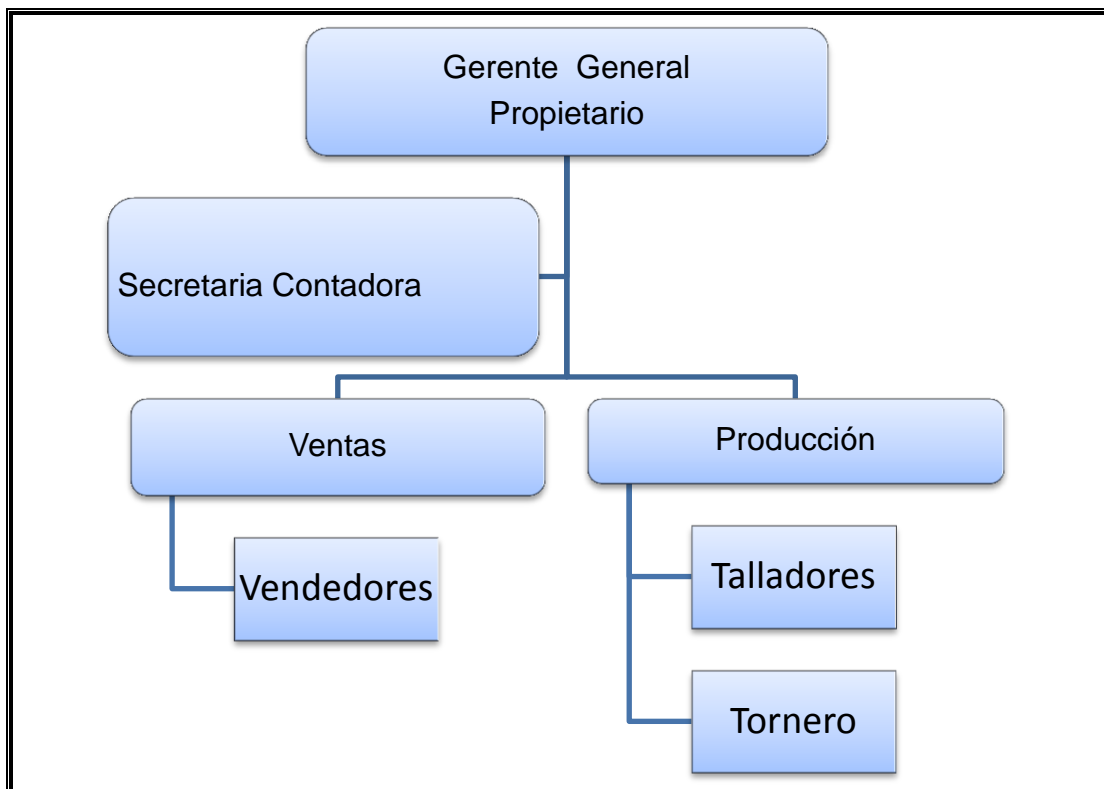
Ser reconocidos como una empresa líder en la producción y comercialización de adornos y estatuillas de madera en un plazo de 5 años, ocupando un espacio importante en el mercado artesanal de adornos de madera, mediante un crecimiento sostenible, que nos permita ser parte de la colectividad atuntaquireña.

6.1.5. Valores

Ética

Calidad
Creatividad
Puntualidad
Desarrollo humano
Compromiso y responsabilidad social

6.2. Organigrama estructural



Elaborado: Autor

Año: 2010

Ilustraciones 23 Organigrama estructural

6.3. Funciones

6.3.1. Gerente general

El Gerente actúa como representante legal de la microempresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos, administrativos y operacionales sean comerciales o civiles de la entidad.

6.3.2. Secretaria Contadora

Está considerada dentro de la unidad, como un nivel de apoyo, es quien redacta y programa reuniones, presenta visitas y mantiene los archivos de la gerencia y de la organización de toda la empresa. Reporta al gerente general

6.3.3. Contador

Dentro de la organización, está en el nivel de apoyo administrativo, la naturaleza de su cargo es la programar, organizar, dirigir, coordinar y controlar las operaciones contables de la empresa. Reporta al gerente general

6.3.4. Asistente contable

En la organización sus funciones están en la colaborar con el manejo contable, y es quien se encarga de:

- Manejo de clientes, nómina, bancos.
- Coordinación de la entrega de información al contador.
- Manejo de cuentas personales de la Gerencia General.
- Recepción de facturas y comprobantes de retención.
- Mantener el archivo de proveedores.
- Coordinar el pago a proveedores, fechas de vencimiento y valores de pago.

6.3.5. Vendedores

La naturaleza de su cargo, es de un nivel operativo ventas, responde del asesoramiento al cliente, utilizando para esto todos los medios posibles a su alcance para conseguir que adquiera el producto que la empresa ofrece, se reporta al gerente, se considerado en un inicio contar con un solo vendedor.

6.3.6. Obreros

Este nivel operativo es el que se encarga de elaborar los productos con la responsabilidad de realizarlos con el más alto nivel de calidad y creatividad, anteponiendo siempre la ética profesional del artesano, así como también de la microempresa. Reportándose al gerente, para lo cual se considerado iniciar con tres obreros.

El recurso humano indispensable para la puesta en marcha de la empresa en su inicio será el siguiente:

Talento humano

Personal	Cantidad
Área Administrativa	
Gerente	1
Asistente contable	1
Secretaria- contadora	1
Área producción	
Obreros	3
Área Ventas	
Vendedor	1

Fuente: Estudio técnico

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 42 Talento humano

CAPITULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

En este capítulo se analizará los impactos que en los diversos ámbitos generaría la puesta en marcha del presente proyecto.

Los impactos que se destacan y los analizaremos son los siguientes: Social, económico, ecológico y cultural. Para su mejor visualización se ha utilizado el siguiente procedimiento:

Tabla de valoración de impactos

Valoración	Negativo	Positivo
Alto	-1	
Medio	-2	
Bajo	-3	
Cero	0	
Bajo		1
Medio		2
Alto		3

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 43 *Tabla de valoración de impactos*

En el cuadro podemos observar la matriz con los indicadores, su respectiva valoración dependiendo de su nivel. Para el cálculo del nivel de impacto se realizará la siguiente operación:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Numero de indicador}}$$

7.1. Impacto social

La creación de esta empresa traerá consigo el bienestar de numerosas familias, esta será una fuente de generación de empleos, lo que permitirá el desarrollo socioeconómico de las personas que deseen involucrarse en el ejecución del presente proyecto, permitiendo de esta manera reducir la tasa de desempleo, no en la totalidad pero si ayudara de alguna manera a remediar la agravante problemática social y sus concernientes repercusiones como; la migración, indigencia, pobreza, delincuencia entre otros. Así mismo ejercerá una actitud emprendedora y de capacidad organizacional que permitirá solucionar problemas comunes y obras sociales al interior en la sociedad que se desenvuelven.

Impacto social

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Fuente de empleo							x	
Nivel de vida						x		
Actitud emprendedora							x	
Capacidad organizativa						x		
Total						4	6	10

Fuente: Investigación de

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 44 Impacto social

Nivel de impacto = $10 / 4 = 2.5 \approx 3$ Equivalente a un impacto positivo

Análisis

El resultado del nivel de impacto que es de “3”, nos permite evidenciar que la creación de la microempresa será positiva para la comunidad evidenciando que es una gran oportunidad para crecer personal y comunitariamente para el sector y el país.

7.2. Impacto económico

La ejecución del presente proyecto ayudará a elevar la productividad de la población económicamente activa, en los momentos de crisis actuales de desempleo que vive nuestro país. Quienes se beneficien podrán obtener niveles de rentabilidad sostenible, lo que les permitirá mejorar la economía familiar y disminuirá su nivel de endeudamiento.

Impacto económico

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Rentabilidad							X	
Productividad							X	
Ingresos familiares						X		
Nivel de endeudamiento						X		
Credibilidad crediticia							X	
Total						4	9	13

Fuente: Investigación de

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 45 Impacto económico

Nivel de impacto = $13 / 5 = 2.6 \approx 3$ Equivalente a un impacto positivo

Análisis

El resultado obtenido refleja un alto positivo, lo que indica que el éxito de una actividad comercial se ve reflejado en el nivel de ingresos de las personas involucradas en esta empresa, por esta razón el trabajo que realicen todos y cada uno de los miembros de la organización debe ser de gran responsabilidad, para producir artículos de calidad que satisfagan las necesidades del consumidor.

7.4. Impacto ecológico

En el proceso de elaboración de las estatuillas y demás adornos de madera no trae consigo el daño del medio ambiente ya que la madera que se utiliza es mínima con relación a las demás industrias que trabaja con la madera, la materia prima que se utilizara proviene de plantaciones de bosques cultivados y no de bosques primarios, en relación con la utilización de químicos para los acabados se maneja los de sello verde que no son nocivos para el ambiente. En esta perspectiva podemos señalar que el producto no es nocivo para el medio ambiente ni produce contaminación de ninguna clase para la salud del ser humano ni de la naturaleza.

Impacto ecológico

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Madera					X			
Productos químicos						X		
Contaminación ambiental					X			
Nivel de endeudamiento						X		
Producción técnica							X	
Total					2	4	3	9

Fuente: Investigación de

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 46 Impacto ecológico

Nivel de impacto = $9 / 5 = 1,8 \approx 2$ Equivalente a un medio positivo

Análisis

El resultado no indica que esta en un nivel medio positivo, lo que significa que mediante un manejo adecuado del producto químico y natural, se podrá realizar un deterioro del medio ambiente y de la salud de quienes trabajan en la empresa.

7.4. Impacto Educativo- cultural

El proyecto de investigación presente se pondrá en práctica todos los conocimientos obtenidos y su aplicación en el medio administrativo contable de las microempresas dedicadas a la producción y comercialización de artesanías de madera. Sin duda que la elaboración del proyecto servirá como un instrumento de soporte para los productores y comerciantes de esta variedad de artículos destinados al embellecimiento de los ambientes comerciales, oficinas y hogares.

La producción de artesanías involucra la creatividad de los humanos para impregnar bella con sus manos en la madera, que por sí sola ayuda a crear vida en su a vidad natural. La empresa ofrece una alternativa a los a vitos de consumo, mediante los cuales tendremos la oportunidad de ayudar a nuestros semejante a tener nuevas oportunidades de mejorar su calidad de vida.

Impacto educativo - cultural

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Guía didáctica							X	
Actitud creativa							X	
Cultura de consumo						X		
Capacitación personal							X	
Total						2	9	11

Fuente: Investigación de

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 47 Impacto educativo - cultural

Nivel de impacto = $11 / 4 = 2,75 \approx 3$ Equivalente a un Alto positivo

Análisis

Este impacto tiene un equivalente a un alto positivo, ya que al incentivar a la creación de nuevas fuentes productivas ayuda a la comunidad a comprender que lo único que nos puede sacar de la pobreza es el trabajo, las autoridades deben contribuir para que estos proyectos no se queden plasmados en el papel sino que sean fuente de esperanza para algún emprendedor.

7.5. Impacto general del proyecto

Impacto general del proyecto

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Impacto social							X	
Impacto económico							X	
Impacto ecológico						X		
Impacto educativo - cultural							X	
Total						2	9	11

Fuente: Investigación de

Elaborado: Autor

Año 2010

CUADROS 48 Impacto general del proyecto

Nivel de impacto = $11 / 4 = 2,75 \approx 3$ Equivalente a un Alto positivo

Análisis

El resultado de este impacto crea buenas expectativas de que el proyecto es bueno y que la ejecución tendrá buena acogida y que no solo beneficiara a los involucrados si también a la comunidad y al país.

CONCLUSIONES

1. Atuntaqui, como aparte de un país de gente pujante y emprendedora, que se ha caracterizado por su habilidad natural en los diversos quehaceres productivos diarios, ha engendrado hábiles artesanos que con sus diestras manos han dado forma a lo que la naturaleza les provee. Es por eso que se ve de my buen agrado la creación de la microempresa de diseño, producción y comercialización de adornos y estatuillas de madera.
2. La realización de este proyecto ayuda a conocer como se producen y comercializan las artesanías de madera, y como obtener beneficios de él; ya que las microempresas que se han creado en el país por diferentes circunstancias y sin conocimientos previos, no han perdurado en el tiempo y han sido un fracaso económico y sicológico para sus creadores.
3. El sector de la ciudad de Atuntaqui, presenta las condiciones favorables para el desarrollo de esta actividad productiva y comercial, debido al creciente volumen comercial y turístico que recibe diariamente la ciudad de Atuntaqui.
4. “Kamila”, mejorara los niveles de producción y comercialización de las artesanías, mediante la aplicación de estrategias empresariales, basada en la asociatividad con artesanos, que busquen mejorar sus estándares productivos y por ende de vida. Como también el contar con un recurso humano calificado en las diferentes aéreas, esto permitirá llegar alcanzar los objetivo y el éxito de la microempresa.
5. El proyecto ayudara a fortalecer la identidad cultural no solo del sector sino del país, ya que lo que se representa en la madera son las creencias tradiciones y ancestrales de nuestro pueblo. Así como también busca

mejorar la creatividad de los artesanos para que plasmen en cada pedazo madera.

- 6.** El proyecto generara nuevas fuentes de trabajo, y mejorara los niveles de vida de la población, asimismo coadyuvara al desarrollo socioeconómico del sector, la provincia y el país.
- 7.** La sostenibilidad, del proyecto está basado en estudios, de mercados técnicos y financieros debidamente sustentados y planificados para que la inversión a realizarse tenga el éxito deseado por los ejecutores del presente proyecto.

RECOMENDACIONES:

- 1.** Gestionar ante las autoridades gubernamentales, se promuevan y fortalezcan las practicas artesanales y micro empresariales, mediante el otorgamiento de créditos a corto y mediano plazo con la finalidad de que este tipo de actividad mejore su competitividad. Esto permitirá que el consumidor prefiera nuestros productos.
- 2.** Los resultados obtenidos de la evaluación financiera, demuestran que el proyecto es financieramente rentable, por lo que se recomienda aunar esfuerzos que tiendan a conseguir la ejecución del proyecto, ya que significan beneficios sociales y económicos.
- 3.** La organización de la microempresa es fundamental para su creación, desarrollo y sostenibilidad, por lo que es necesario seguir todos y cada uno de los pasos expuestos dentro de los estudio de mercado, técnicos, financieros - contables y organizativos, esto permitirá tener seguridad en la inversión del proyecto.
- 4.** Es necesario proporcionar la debida información a los involucrados en la ejecución del proyecto, (Inversionistas, empleados, trabajadores y consumidores), con la finalidad de motivarlos a participar activamente, en el desarrollo productivo y económico de la microempresa, ya que serán los más beneficiados del éxito que alcance.
- 5.** Sera importante que la microempresa tenga un recurso humano capacitado, que permita que sus colaboradores tengan los conocimientos técnicos científicos necesario, especialmente en el caso del gerente, contador, vendedores y trabajadores cada uno en su área de ocupación.

6. Es importante aprovechar las condiciones geográficas de la microempresa, para aplicar estrategias en el área de ventas y comercialización que permitan lograr el acercamiento de los clientes, pasando por mantener una cultura de precios a una de calidad.

BIBLIOGRAFIA

BID (2005) “El Grupo BID y la Microempresa (1990-2004) Resultados de 15 años de trabajo”. Departamento de Desarrollo Sostenible, Banco Interamericano de Desarrollo, Diciembre 2005, Washington DC, USA.

USAID (2005) Microempresas y Microfinanzas en Ecuador. Resultados del Estudio de Línea de Base de 2004. Proyecto SALTO/USAID Ecuador y Development Alternatives Inc. Versión online: www.salto-ecuador.

Tesis de Licenciatura. Centro de Estudios Arqueológicos y Antropológicos de la Escuela Superior Politécnica del Litoral CEAA-ESPOL. Marcos Suárez Capello, 1991. Guayaquil. Original en la biblioteca de la ESPOL.

Administración de Operaciones: Schroeder, Roger

Marketing Internacional: Czinkota, Michael.

KERVIN VERGARA – Fabricación y Producción El 18 de Junio de 2010

VILLALBA OSWALDO “Arte y Artesanías de San Antonio de Ibarra” Imprenta Noción. Quito Ecuador.

Conferencia fue dictada por Ana María Jaramillo Bernal (INALDE. Colombia) el jueves 2 de agosto en el 2º Encuentro Latinoamericano de Diseño 2007, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Vergara Kevin en Fabricación y producción en la pag. www.tueconomia.com

BORISOV, ZHAMIN y MAKAROVA - El Diccionario de Economía Política;

Nassir Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos

Arboleda Germán, Proyectos, AC – Cali – Colombia 2001

Naranjo Marcelo, Contabilidad de Costos por Órdenes de Producción,
Editorial Don Bosco, Quito – Ecuador 1995.

Diccionario Contable y Más

Díaz Mosto Jorge Diccionario y Manual de Contabilidad y Administración,
Editorial de libros técnicos, Lima – Perú

Departamento de Medio Ambiente del Banco Mundial, Libro de Consulta para
Evaluación Ambiental (Trabajo Técnico N. 139). Volumen

LINCOGRAFIA

www.tueconomia.com

www.artesanosecuador.com

www.monografias.com

www.gestiopolis.com

[www.esquel.org.ec/gallery/pdfs/Municipio de Atuntaqui](http://www.esquel.org.ec/gallery/pdfs/Municipio_de_Atuntaqui)



ANEXOS

ANEXO Diseño de la encuestas para comerciantes



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

OBJETIVOS

Identificar la demanda de artículos decorativos artesanales de madera, con la finalidad de establecer el nivel de consumo del producto.

1. DATOS GENERALES

Nombre o razón social: -----

Fecha: -----

Indicador: Preferencia de consumo

1. ¿Qué tipo de artesanías de madera vende en mayor volumen mensualmente?

Religiosas	()
Tallados	()
Varios estilos	()
Otras	()

Indicador: Preferencia de mercado

2. ¿Exporta usted las artesanías de madera?

Si () No ()

Indicador: Nivel de consumo

3. ¿Cuál es el volumen de ventas de las artesanías de madera mensualmente?

Del	1	al	10	()
	11	al	20	()
	21	al	30	()
	31	en adelante		()

Indicador: Rentabilidad

4. ¿Cómo calcula el costo de las artesanías de madera?

Por su tamaño	()
Por su peso	()
Por su acabado	()

Explique-----

ANEXO Diseño de encuesta para consumidores



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

OBJETIVOS

Identificar la demanda de artículos decorativos artesanales de madera en la ciudad de Atuntaqui, con la finalidad de establecer el grado de conocimientos del consumidor, a cerca de nuestro producto.

DEMANDA DEL PRODUCTO

Indicador: Mercado artesanal

1 ¿Tiene conocimiento de las Artesanías y adornos de madera?

Si () No ()

Indicador: Nivel de consumo

2. ¿Con que frecuencia realiza adquisiciones de artesanías de madera en el año?

Mensualmente ()

Semestralmente ()

Anualmente ()

Otra ()

Indicador: Capacidad de consumo

3. ¿Qué cantidad de dinero invierte en la adquisición de artesanías de madera?

Entre	5	y	50	()
	51	y	100	()
	101	y	200	()
	Otra			()

Indicador: Preferencia de mercado

4. ¿Estaría dispuesto/a a realizar la adquisiciones de artesanías y adornos de madera en la ciudad de Atuntaqui?

Si	()	No	()
----	---	---	----	---	---

Indicador: Satisfacción del cliente

5. ¿Cree Positivo la Creación de una Microempresa Artesanal de Producción de Adornos de Madera?

Si	()	No	()
----	---	---	----	---	---

Indicador: Aprobación de mercado

6. ¿Estaría Dispuesto/a Ayudar a Promocionar entre sus Amistades el Producto si a Usted le Agrado el Artículo?

Si	()	No	()
----	---	---	----	---	---

ANEXO Diseño de la encuestas para productores



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

OBJETIVOS

Identificar la oferta de artículos decorativos artesanales de madera, con la finalidad de establecer el grado de abastecimiento del producto.

DATOS GENERALES

Nombre o razón social: -----

Fecha: -----

ORGANIZACIÓN

Indicador: Nivel de rentabilidad

1. ¿Cuál es la remuneración por su actividad mensualmente?

Menos del Salarios Básico ()

Salario Básico ()

Más del Salario Básico ()

Indicador: preferencias de producción

2 ¿Qué tipo de artesanías elabora?

Religiosas ()

Tallados en madera ()

Distintos estilos ()

Indicador: Nivel de comercialización

3. ¿Qué cantidad de artesanías de madera produce mensualmente?

Motivos Religiosos ()

Tallados en madera ()

Distintos estilos ()

Indicador: De abastecimiento

4. ¿Dónde Compra la Materia Prima?

Atuntaqui ()

Ibarra ()

Otros ()

Explique-----

Indicador: costo de producción

5. ¿Cómo determina el costo de una artesanía de madera?

Al peso ()

Por sus tamaño ()

Por centímetros ()

Explique-----

Catalogo

de productos





Mesa Tallada

Material: Cedro Tamaño: Varios



Mesa Tallada

Material: Cedro Tamaño: Varios



Reloj

Material: Cedro Tamaño: 20-30



Colibri

Material: Cedro Tamaño: 20-30-50





Cofre

Material: Cedro Tamaño: 20 - 30 - 50



Cristo

Material: Cedro Tamaño: 20 - 30 - 50 - 150



El Descenso

Material Cedro Tamaño: 20 - 30 - 50 - 150



Niños

Material: Cedro Tamaño: 20-30-50



San Jose

Material: Cedro Tamaño: 20 - 30 - 50 - 150





Nacimiento

Material: Cedro Tamaño: 20 - 30 - 50 - 150



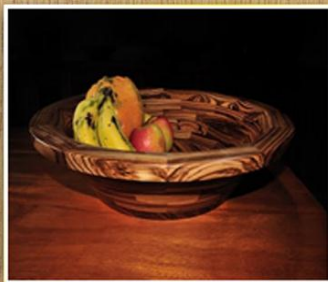
La Familia

Material: Cedro Tamaño: 20 - 30 - 50 - 150



Jarron

Material Cedro Tamaño: 20 - 30 - 50



Frutero

Material: Cedro Tamaño: 20 - 30 - 50





Cofre Redondo

Material: Cedro Tamaño: 20 - 30



Olla al natural

Material: Cedro Tamaño: 20 - 30



Olla diseños

Material Cedro Tamaño: 20 - 30



Plato

Material: Cedro Tamaño: 20 - 30





Floro

Material: Cedro Tamaño: 20 - 30



Reloj

Material: Cedro Tamaño: 20 - 30 - 50



Rostró

Material Cedro Tamaño: 20 - 30 - 50 - 150



Caballo

Material: Cedro Tamaño: 20 - 30

