



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN DE ADORNOS
DECORATIVOS PARA COMPROMISOS SOCIALES, EN LA CIUDAD DE IBARRA,
PROVINCIA DE IMBABURA”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA:

MYRIAN MERCEDES TENELEMA CHUQUILLA

DIRECTOR:

DR. BYRON FABRICIO ACOSTA ANDINO

IBARRA, 2022

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del emprendimiento es crear una microempresa dedicada a la producción y comercialización de adornos decorativos artesanales para compromisos sociales, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. La comercialización será brindada, a través de la apertura de un local comercial en el centro de la ciudad; garantizando la satisfacción del cliente. Para realizar el estudio de mercado se tomó como referencia la obtención de información mediante una encuesta realizada a los ciudadanos del cantón Ibarra, de las cuáles se contrajo una muestra de 378 personas posteriormente se realizó un análisis estadístico; de lo cual se determinaron que: el 72% de las familias aceptan el producto; el 36% de las personas por lo menos una vez al mes compran adornos para fiestas y que el 40% de las personas están en capacidad de pagar de \$5.00 a \$10.00 dólares por los adornos artesanales. Por otra parte, a través de la interpretación de los resultados de la entrevista se estableció que de los 3 locales comerciales que ofrecen estos adornos, ninguno ofrece adornos para fiestas elaborados artesanalmente y mucho menos de material de reciclaje. En el estudio técnico se estableció la localización de la microempresa a través de la elaboración de una matriz, en donde se realizó un análisis descriptivo de los factores que están a favor del emprendimiento, así como su óptimo desarrollo en el sector en el cual se lo va a poner en marcha.

La inversión total requerida para el funcionamiento del emprendimiento fue determinada en base a la investigación de precios requiriendo de un total de \$ 3.786,76 dólares, los cuales las emprendedoras aportaran el 50% cada una y que, de acuerdo con los niveles de venta previstos, fijados en función de la capacidad de mano de obra y tiempo de elaboración de cada adorno, se recupera a los diez meses del primer año según los cálculos previstos, Por tanto, el estudio financiero se realizó con los datos obtenidos del estudio anterior siendo la fuente de ingresos las ventas de los adornos. Mediante el análisis organizacional se establece una guía legal en función de lineamientos por los cuales la microempresa se deberá de regir ara un correcto funcionamiento, esto se lo hace con el fin de evitar cualquier tipo de inconvenientes tanto de manera organizacional como de forma legal. Finalmente se desarrolló el análisis de los impactos ambiental y económico de los cuáles se estableció en base al análisis de la matriz de impactos, la cual determinó: la generación de dos nuevos empleos y la no contaminación del medio ambiente. Este estudio se lo hace con el objetivo de proponer alternativas óptimas de solución en sus dos aspectos, así también el análisis previo de que el emprendimiento tendrá aceptación, debido a que los adornos siempre son utilizados para decorar todo tipo de celebración y compromiso social.

ABSTRACT

The objective of the enterprise is to create a micro-enterprise dedicated to the production and commercialization of handcrafted decorative ornaments for social commitments, in the city of Ibarra, province of Imbabura. The commercialization will be offered, through the opening of a commercial premises in the center of the city; guaranteeing customer satisfaction. To carry out the market study, the obtaining of information was taken as a reference through a survey carried out on the citizens of the Ibarra canton, of which a sample of 378 people was contracted, subsequently a statistical analysis was carried out; from which it was determined that: 72% of families accept the product; 36% of people buy decorations for parties at least once a month and that 40% of people are able to pay \$5.00 to \$10.00 for handmade decorations. On the other hand, through the interpretation of the results of the interview, it was established that of the 3 commercial premises that offer these decorations, none offer decorations for parties made by hand, much less recycled material. In the technical study, the location of the microenterprise was established through the elaboration of a matrix, where a descriptive analysis of the factors that are in favor of entrepreneurship was carried out, as well as its optimal development in the sector in which it is located. going to start up.

The total investment required for the operation of the enterprise was determined based on the price investigation, requiring a total of \$3,786.76 dollars, of which the entrepreneurs would contribute 50% each and that, in accordance with the expected sales levels, set according to the capacity of labor and time of elaboration of each adornment, is recovered after ten months of the first year according to the foreseen calculations. Therefore, the financial study was carried out with the data obtained from the previous study, being the source of income sales of decorations. Through organizational analysis, a legal guide is established based on guidelines by which the microenterprise must be governed for proper operation, this is done in order to avoid any type of inconvenience both organizationally and legally. Finally, the analysis of the environmental and economic impacts was developed, which was established based on the analysis of the impact matrix, which determined: the generation of two new jobs and the non-contamination of the environment. This study is done with the objective of proposing optimal solution alternatives in its two aspects, as well as the previous analysis that the undertaking will be accepted, because the decorations are always used to decorate all kinds of celebrations and social commitment.

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Nelly Eliana Galiano Andrade, certifico que la estudiante Myrian Mercedes Tenelema Chuquilla con cédula 1003856208 ha elaborado bajo mi tutoría la sustentación del trabajo de grado titulado: "Creación de una microempresa para la elaboración de adornos decorativos para compromisos sociales, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura"

Este trabajo se sujeta a las normas y metodologías dispuestas en el reglamento del título a obtener, por lo tanto, autorizo la presentación a la sustentación para la calificación respectiva.

Ibarra, 30 de mayo del 2019



Ing. Nelly Eliana Galiano Andrade MSc.
DIRECTORA ENCARGADA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE POSGRADO

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA



**Facultad de
POSGRADO**

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

Datos de contacto	
Cédula de ciudadanía:	1003856208
Apellidos y nombres:	Tenelema Chuquilla Myrian Mercedes
Dirección:	Otavalo, ciudadela Imbaya
Email:	mirian-tenelema1995@hotmail.com
Teléfono fijo:	S/N
Teléfono celular:	0989552438

Datos de la obra	
Título:	“Creación de una microempresa para la elaboración de adornos decorativos para compromisos sociales, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”
Autora:	Myrian Mercedes Tenelema Chuquilla
Fecha:	2019/05/30
Programa:	Pregrado <input checked="" type="checkbox"/> Posgrado <input type="checkbox"/>
Título por el que opta:	Ingeniera Comercial
Asesor/Director:	Dr. Byron Fabricio Acosta Andino

2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a 07 días del mes de septiembre de 2022

LA AUTORA:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Myrian Mercedes Tenelema Chuquilla', is written over a horizontal line.

Myrian Mercedes Tenelema Chuquilla
C.I. 1003856208

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a Dios, quien ha guiado mis pasos para poder culminar mi carrera. A mis padres Richard y Mirian, quienes han estado siempre apoyándome para hacer mi sueño realidad de ser una profesional y de manera especial a mi bebé que está en el cielo y que por siempre estará en mi corazón. Te amo hijo mío.

Mirian Tenelema

AGRADECIMIENTO

Primeramente, doy gracias a Dios por permitirme tener tan buena experiencia dentro de mi universidad, gracias a mi universidad y a cada maestro que hizo parte de este proceso de poder convertirme en una profesional

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes y a mis amigas que en lo largo de la carrera siempre estuvieron apoyándome con su cariño

Mirian Tenelema

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO.....	II
ABSTRACT.....	III
APROBACIÓN DEL TUTOR	IV
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	V
DEDICATORIA	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
ÍNDICE DE CONTENIDOS	IX
ÍNDICE DE TABLAS	XVII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIX
 CAPÍTULO I	 1
1. Diagnóstico Situacional.....	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Objetivos del Diagnóstico Situacional	2
1.2.1. Objetivo General.....	2
1.2.2. Objetivos Específicos.....	2
1.3. Variables Diagnósticas.....	3
1.4. Indicadores	3
1.5. Matriz de relación diagnóstica	4

1.6. Desarrollo de Variables e Indicadores	5
1.6.1. Factores Socioeconómicos.....	5
1.6.2. Preferencias del Consumidor	7
1.6.3. Fuerzas Competitivas	8
1.6.4. Factores Tecnológicos	8
1.7. Matriz AOOR.....	9
1.8. Determinar la oportunidad para el emprendimiento.	9
CAPÍTULO II	11
2. Marco Teórico	11
2.1. Microempresa.....	11
2.1.1. Objetivos De Las Microempresas.....	11
2.1.2. Importancia De Las Microempresas	11
2.1.3. Dificultades De Las Microempresas.....	11
2.1.4. Estabilidad De La Microempresa.....	12
2.2. Adornos	13
2.3. Manualidades	13
2.4. Eventos Sociales.....	13
2.5. El Reciclaje	14
2.6. La Reutilización Del Reciclaje.....	14
2.7. Estudio De Mercado.....	15

2.7.1.	Segmentación De Mercado	15
2.7.2.	Demanda	16
2.7.3.	Oferta	16
2.7.4.	Comercialización	16
2.7.5.	Elaboración	17
2.7.6.	Competencia	17
2.8.	Estudio Técnico.....	17
2.8.1.	Macro Localización	17
2.8.2.	Micro Localización	17
2.8.3.	Tamaño Del Proyecto	18
2.8.4.	Inversión	18
2.8.5.	CIF	18
2.8.6.	Gastos Administrativos.....	19
2.8.7.	Gastos De Ventas	19
2.8.8.	Gastos Financieros	19
2.9.	Presupuesto Operacional	19
2.9.1.	Estados Financieros	19
2.9.1.1.	Balance Inicial O General	19
2.9.1.2.	Flujo De Caja	19
2.9.1.3.	Estado De Resultados.....	20

2.10. Estructura Organizativa.....	20
2.10.1. Misión	20
2.10.2. Visión.....	20
2.10.3. Políticas.....	20
2.10.4. Organigrama Funcional	20
2.10.5. Proceso Administrativo.....	21
2.10.6. Manual De Funciones	21
2.11. Impactos	21
2.11.1. Económicos.....	21
2.11.2. Ambientales	21
CAPÍTULO III.....	23
3. Estudio De Mercado	23
3.1. Objetivos	23
3.1.1. Objetivo General.....	23
3.1.2. Objetivos Específicos.....	23
3.1.3. Variables	23
3.1.4. Indicadores	23
3.2. Matriz de Relación del Estudio de Mercado	25
3.3. Demanda.....	26
3.3.1. Segmento de Mercado.....	26

3.3.1.1. Mercado Meta	26
3.3.2. Población y Muestra	26
3.3.3. Cálculo de la muestra.....	27
3.3.4 Tabulación y análisis de la encuesta	28
3.3.5. Análisis de las Encuestas Dirigidas a las Familias del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.....	33
3.3.6. Análisis de la Demanda	34
3.4 Oferta	35
3.4.1 Estudio de la Competencia.....	35
❖ Análisis de la competencia.....	35
3.4.2 Fortalezas y debilidades de la competencia	36
3.4.3 Análisis de la oferta.....	36
3.4.4 Cálculo de la Oferta.....	36
3.4.5. Análisis de la Entrevista Dirigida a los Locales Comerciales del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.	37
3.4.6. Análisis General de las Fichas de Observación Realizados a la Competencia	38
3.5. Producto	39
3.5.1. Características del Producto	39
3.5.2. Preferencia del cliente	40
3.6. Precio	41
3.7. Estrategias de comercialización.....	42

3.7.1. Estrategias del producto	42
3.7.2. Estrategias del precio	43
3.7.3. Estrategias de publicidad y promoción	44
3.8. Conclusiones	45
CAPÍTULO IV.....	46
4. Estudio Técnico	46
4.1. Presentación del Capítulo.....	46
4.2. Localización del Proyecto	46
4.2.1. La Macro localización.....	46
4.2.2. La Micro localización.	47
4.2.3. Matriz de localización.....	48
4.2.4. Selección de la alternativa óptima	49
4.3. Tamaño del Proyecto.....	50
4.4. Ingeniería del Proyecto.....	52
4.4.1. Diseño de la Planta	52
4.4.2. Flujograma de Procesos.....	53
4.4.2.1. Descripción del Proceso Productivo	57
4.5. Inversión del emprendimiento.....	58
4.5.1. Inversión fija.....	58
4.5.2. Capital de Trabajo	59

4.5.3. Inversión Total.....	64
4.5.4. Financiamiento del Emprendimiento.....	65
CAPÍTULO V.....	66
5. Presupuesto Operacional	66
5.1 Inversión Inicial.....	66
5.2 Presupuesto de Ventas.....	66
5.3 Presupuesto de Materia Prima.....	68
5.4 Presupuesto de Mano de Obra Directa.....	70
5.5 Presupuesto de los Gastos Generales de Fabricación.....	70
5.6 Presupuesto de Gastos Operacionales	72
5.7 Estados Financieros Proforma.....	72
5.7.1. Estado de Situación Inicial Proforma	72
5.7.2 Estado de Costos de Producción y Ventas.....	73
5.7.3 Estado de Resultados Proforma.....	75
5.8 Flujo de Caja Proforma	75
5.9. Toma de decisiones	77
5.9.1. Punto de Equilibrio	77
CAPITULO VI.....	82
6. Estructura Organizacional.....	82
6.1. Constitución Legal	82

6.2	Nombre de la Microempresa	84
6.3	Logotipo y Eslogan	84
6.4	Misión.....	84
6.4.1	Visión	85
6.4.2	Principios Organizacionales.....	85
6.4.3	Valores Organizacionales.....	85
6.5	Estructura Organizacional	86
6.6	Políticas	87
6.7.	Descripción de Puestos.....	87
CAPÍTULO VII		90
7.	Impactos	90
7.1.	Impacto Económico.....	90
7.2.	Impacto Ambiental	92
7.3.	Impacto cultural	93
CONCLUSIONES		95
BIBLIOGRAFÍA		98
ANEXOS		101
ANEXO 1: Encuesta aplicada a la población ibarreña		101
ANEXO 3: Entrevista aplicada a los locales comerciales		106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de relación diagnóstica.....	4
Tabla 2. Proyección PEA 2018.....	5
Tabla 3. Matriz AOOD	9
Tabla 4. Matriz de relación del estudio de mercado	25
Tabla 5. Variables de segmentación	26
Tabla 6. Cálculo de la demanda.....	34
Tabla 7. Demanda por tipo de adorno.....	34
Tabla 8. Cuadro comparativo de la competencia.....	35
Tabla 9. Cálculo de la oferta.....	37
Tabla 10. Precio de venta de los adornos de fomix	41
Tabla 11. Precio de adornos de papel	42
Tabla 12. Precio de adornos de botellas plásticas.....	42
Tabla 13. Matriz de localización.....	48
Tabla 14. Nivel de calificación	48
Tabla 15. Dimensión del mercado	51
Tabla 16. Capacidad instalada	52
Tabla 17. Inversión fija.....	58
Tabla 18. Materia prima directa.....	59
Tabla 19. Mano de obra directa	59
Tabla 20. Materia prima indirecta.....	60
Tabla 21. Depreciación del área productiva	60
Tabla 22. Servicios básicos del área productiva	61
Tabla 23. Útiles de aseo.....	61
Tabla 24. Arriendo	62
Tabla 25. Total CIF.....	62
Tabla 26. Depreciación del área administrativa.....	62
Tabla 27. Gastos de constitución	63
Tabla 28. Servicios básicos.....	63
Tabla 29. Suministros de oficina	63

Tabla 30. Total gastos administrativos	63
Tabla 31. Gasto publicidad	64
Tabla 32. Resumen del capital de trabajo	64
Tabla 33. Total de la inversión	64
Tabla 34. Financiamiento.....	65
Tabla 35. Inversión inicial	66
Tabla 36. Presupuesto de venta.....	67
Tabla 37. Presupuesto de materia prima directa fomix.....	68
Tabla 38. Presupuesto de materia prima papel	69
Tabla 39. Presupuesto materia prima botellas	69
Tabla 40. Presupuesto de mano de obra.....	70
Tabla 41. Presupuesto de los CIF	71
Tabla 42. Presupuesto de gastos operacionales	72
Tabla 43. Estado de situación inicial proforma	73
Tabla 44. Estado de costos producción y ventas.....	74
Tabla 45. Estado de resultados proforma.....	75
Tabla 46. Flujo de caja.....	76
Tabla 47. Costos variables mensuales	77
Tabla 48. Costos fijos mensuales.....	78
Tabla 49. Punto de equilibrio mensual	78
Tabla 50. Resumen punto de equilibrio	80
Tabla 51. Descripción de puesto administrativo.....	88
Tabla 52. Descripción de puestos operativo	89
Tabla 53. Valoración de los impactos.....	90
Tabla 54. Matriz de impacto económico.....	91
Tabla 55. Matriz de impacto ambiental	92
Tabla 56. Matriz de impacto cultural.....	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Actividades económicas del Cantón Ibarra 2010	6
Figura 2. Frecuencia en la compra de adornos	29
Figura 3. Eventos celebrados con más frecuencia	29
Figura 4. Porcentaje de aceptación de los adornos	30
Figura 5. Valor que están dispuestos a pagar.....	30
Figura 6. Adorno de mayor adquisición	31
Figura 7. Medios publicitarios	31
Figura 8. Existencia de otra microempresa.....	32
Figura 9. Competencia	32
Figura 10. Ubicación exacta del emprendimiento	47
Figura 11. Distribución de la planta.....	53
Figura 12. Proceso de compra de la materia prima.....	54
Figura 13. Proceso productivo de los adornos	55
Figura 14. Proceso de comercialización	56
Figura 15. Logo del emprendimiento.....	84
Figura 16. Organigrama estructural	86

Capítulo I

1. Diagnóstico Situacional

1.1. Antecedentes

En el presente diagnóstico situacional se desarrolló es con la finalidad de conocer la situación actual en el que se encuentra el cantón Ibarra con respecto a la elaboración y comercialización de adornos decorativos para eventos sociales, con el propósito de detallar los aspectos más relevantes que inciden para el desarrollo del emprendimiento.

Según datos proporcionados por el INEC, en el año 2016 el Ecuador registró 843,745 empresas constituidas, las cuales se encuentran divididas en diecinueve actividades económicas, entre ellas: el comercio, la agricultura, transporte; entre otros.

En el Ecuador según su estructura empresarial se clasifican de la siguiente manera; el 90,51% corresponden a microempresas, el 7,51% son pequeñas empresas, el 0,91% a mediana empresa “A”, el 0,61% a mediana empresa “B” y el 0,46% a grande empresa.

De acuerdo al INEC el Ecuador se encuentra divididos conforme a los siguientes sectores económicos: el 40,59% son de servicios, el 36,62% corresponden a comercio, el 10,42% en relación a la agricultura, el 8,62% a industrias manufactureras, el 3,40% a construcción y por último el 0,35% a explotación de minas y canteras.

Conforme al régimen tributario ecuatoriano el incremento del impuesto a la renta para las empresas es del 22% al 25%, excepto para micro y pequeñas empresas, y exportadoras. Además, las microempresas nuevas no pagarán IR durante sus dos primeros años y las microempresas ya establecidas dejarán de pagar el IR por sus primeros USD 11 000 de utilidad. (Tapia, 2017)

Debido a la falta de organización y al poco interés, motivación y creatividad por parte de la ciudadanía, así también al poco asesoramiento técnico y legal de parte de gobiernos locales, ha

originado que este tipo de actividades no cuenten con el suficiente sustento para su desarrollo productivo, lo cual permita impulsar y presentar una oferta de adornos decorativos y en cierta medida con material reciclable relacionado a la realización de fiestas sociales.

Finalmente, con la investigación en fuentes teóricas, así como datos recopilados en instrumentos aplicados, se presenta la oportunidad de crear una microempresa para la elaboración y comercialización de adornos decorativos para eventos sociales en el cantón Ibarra; esto a su vez otorgará el desarrollo de una fuente de trabajo, obteniendo ingresos tanto para el empleador como para el trabajador los cuales permitirán dinamizar la economía a nivel local.

1.2. Objetivos del Diagnóstico Situacional

1.2.1. Objetivo General

Realizar el diagnóstico situacional para la creación de una microempresa para la elaboración y comercialización de adornos decorativos para compromisos sociales, en la ciudad de Ibarra.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar la condición socioeconómica que poseen los habitantes de la ciudad de Ibarra.
- Determinar las preferencias de la población en tipos de adornos, para la decoración de fiestas.
- Realizar el análisis de las principales fuerzas competitivas del emprendimiento en materia de adornos decorativos para fiestas.
- Identificar los factores tecnológicos que benefician a la creación de la microempresa.

1.3. Variables Diagnósticas

Las variables diagnosticas son aspectos generales a investigar en el presente emprendimiento, estos están relacionados a los objetivos del diagnóstico situacional para los cuales se han determinado los siguientes:

- Condición Socioeconómica
- Preferencias de la población
- Fuerzas Competitivas
- Uso de la tecnología

1.4. Indicadores

Condición Socioeconómica

- Población Económicamente Activa
- Actividades Económicas en la ciudad
- Nivel Salarial

Preferencia de los habitantes

- Tipos de adornos

Fuerzas Competitivas

- Competencia

Tecnológicos

- Uso de la Tecnología

1.5. Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1. *Matriz de Relación Diagnóstica*

Objetivos Específicos	VARIABLES	Indicadores	Técnicas	Fuentes de Información
Analizar la condición socioeconómica que poseen los habitantes de la ciudad de Ibarra.	Socioeconómicas	<ul style="list-style-type: none"> ● Población Económicamente Activa ● Actividades Económicas ● Nivel Salarial 	Documental	PDYOT del cantón Ibarra (Secundaria)
Determinar las preferencias de la población en tipos de adornos, para la decoración de fiestas.	Preferencias del consumidor	<ul style="list-style-type: none"> ● Tipos de Adornos 	Documental	Artículo de periódicos electrónicos (Secundaria)
Realizar el análisis de las principales fuerzas competitivas del emprendimiento en materia de adornos decorativos para fiestas.	Fuerza Competitiva	<ul style="list-style-type: none"> ● Competencia 	Ficha de Observación	Primaria (Locales que venden adornos para fiestas)
Identificar los factores tecnológicos que beneficien a la creación de la microempresa.	Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> ● Uso de la Tecnología 	Documental	Página web (Secundaria)

1.6. Desarrollo de Variables e Indicadores

1.6.1. Factores Socioeconómicos

- **Población Económicamente Activa**

La PEA urbana de la ciudad de Ibarra del año 2010 que fue de 63.984, con este dato se realizará la proyección para el 2018. Según el INEC, la tasa de crecimiento de la población de Ibarra es del 2.99% con este dato se calculará la proyección de la PEA para el 2018.

Tabla 2. *Proyección PEA 2018*

Año	PEA	Tasa de Crecimiento	Variabilidad	Total
2010	63,984	2.99%	1,913.1216	65,897
2011	65,897	2.99%	1,969.7821	67,867
2012	67,867	2.99%	2,028.6786	69,897
2013	69,897	2.99%	2,089.3426	71,987
2014	71,987	2.99%	2,151.8235	74,139
2015	74,139	2.99%	2,216.1528	76,356
2016	76,356	2.99%	2,282.4211	78,639
2017	78,639	2.99%	2,350.6609	80,990
2018	80,990	2.99%	2,420.9331	83,412

Para el cálculo de la muestra se tomó en cuenta a las familias dentro del PEA urbano, que de acuerdo a los datos del censo 2010 se determinó que el número promedio de integrantes por familias en la ciudad de Ibarra es de 3.67. (INEC, 2010)

- **Actividades Económicas**

Según datos del INEC los ibarreños ocupan su tiempo en diversas actividades económicas las cuales se detallan en la siguiente tabla.

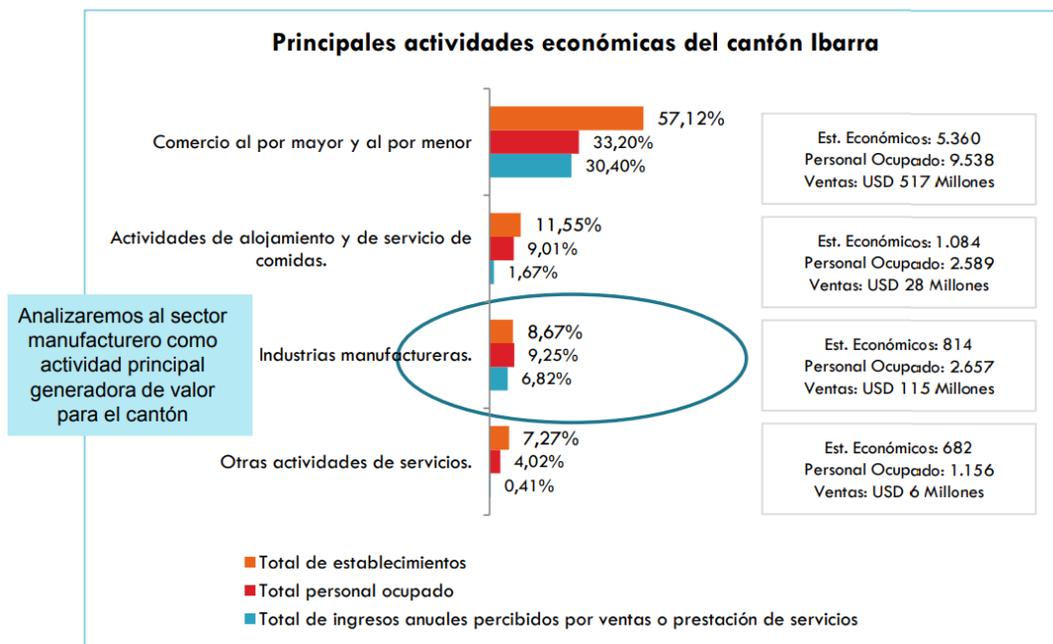


Figura 1. Actividades Económicas del Cantón Ibarra 2010

Entre las principales actividades económicas de la ciudad se encuentra las industrias manufactureras las cuales generan valor para el cantón, es decir, mediante este indicador se puede observar que este sector es un gran generador de ingresos para las personas que transforman la materia prima en nuevos productos, por lo que se puede decir que la creación de este tipo de emprendimientos es beneficiosa tanto para los emprendedores y trabajadores.

- **Salario Percibido**

El gobierno nacional fijó un incremento de \$11.00 al salario básico unificado para el año 2018, por lo que pasa de \$375.00 a \$386.00 mensuales. El incremento salarial beneficiará a cerca de 600 mil trabajadores privados que reciben actualmente la remuneración básica. Es por eso que los precios de los adornos decorativos varían, esto de acuerdo a su nivel de complejidad, por lo que los adornos podrán ser adquiridos por las familias de los niveles socioeconómicos alto, medio y bajo del PEA urbano.

1.6.2. Preferencias del Consumidor

- **Tipos de Adornos**

Bien es cierto que en todo compromiso social, ya sea cumpleaños, bodas, bautizos, entre otras festividades, los adornos son una parte esencial en la organización de la fiesta, pero existen adornos principales que son comunes en toda clase de evento, en este caso la microempresa se enfocará en la elaboración y comercialización de guirnaldas de papel, adornos de fomix y centros de mesa con botellas recicladas, dándole un valor agregado al emprendimiento, cada uno de los adornos se diferenciarán de acuerdo a sus especificaciones y detalles, dándole así un toque diferente e innovador a las existentes en el mercado.

Cuando tenemos ante nosotros la organización de un evento, debemos pensar ante qué tipo de fiesta estamos, no es lo mismo organizar un cumpleaños, un baby shower o una boda, pero por lo general los adornos usados en fiestas con más frecuencia son guirnaldas de papel, centros de mesa, arcos decorativos, adornos colgantes en fomix y mesas para regalos. (Belinda, 2018)

El valor de lo artesanal retoma relevancia y eso es ventaja para los pequeños productores de artesanías del país, gracias a sus productos y tradiciones. Hay una tendencia en la moda de preferir un producto hecho a mano. Una de las ventajas de estos artículos es que son hechos con sencillez, de calidad, con mucha creatividad y sobre todo son diferentes, además de que también pueden ser hechos con material de reciclaje; a la población por lo general siempre les atrae algo nuevo y más cuando son de reciclaje y amigables al medio ambiente; es por eso que cuando encuentran algo diferente y alternativo no lo piensan dos veces y lo adquieren, porque además los precios son módicos. (Escandón, 2014)

Se evidencia entonces que los artículos artesanales son una fuente viable para emprender, ya que las tendencias actuales de la población en general apuntan a comprar artículos hechos a mano por su calidad y originalidad en su elaboración, lo que genera una oportunidad de poner en marcha este emprendimiento que satisfaga sus necesidades.

1.6.3. Fuerzas Competitivas

Mediante la aplicación de la ficha de observación se pudo evidenciar que ninguno de los tres locales visitados venden adornos para fiestas artesanales, un adorno diferente que ofrece el emprendimiento y que la competencia no oferta son los centros de mesa, y en su mayoría los materiales de los adornos que ofertan son de espuma flex y cartón, además de que son importados y ,por ende, no venden adornos artesanales, por lo cual, este proyecto es viable, ya que la oferta existente no ofrece a la ciudadanía este tipo de artículos. **(Ver anexo N°2)**

1.6.4. Factores Tecnológicos

- Uso de la tecnología

Para promocionar tu empresa de decoración de eventos, un excelente recurso es el internet, claro que para hacerlo deberás invertir un dinero extra en la creación de un sitio web. (Díaz, 2018)

Bien lo dicen los expertos "si no estás en internet no existes", además, cuentas con Instagram y Facebook como las principales redes sociales que puedes utilizar para pronunciarte y darte a conocer. (Aguirre, 2014)

El uso de la tecnología hoy en día es una herramienta útil, la cual, es implementada y usada por las empresas para darse a conocer en el mercado. La mejor forma de darle uso es la creación de páginas web en donde se presente toda la información necesaria que el cliente desea saber. De igual manera a la hora de hacer publicidad en redes sociales como son Facebook e

Instagram. Además, por medio del internet se puede encontrar variedades de plataformas que pueden ayudar a la expansión y éxito de la microempresa, es más, se puede crear una aplicación,

1.7. Matriz AOOD

Tabla 3. *Matriz AOOD*

Aliados	Oponentes
<ul style="list-style-type: none"> ✓ El principal aliado son las familias de la ciudad de Ibarra, ya que estarían dispuestas a comprar los adornos. ✓ Adornos creativos, innovadores y llamativos ✓ Contar con conocimiento para la elaboración de los diferentes diseños de adornos decorativos. ✓ Los precios serán accesibles y competitivos, de acuerdo a los precios de la competencia. ✓ Hacer uso de la tecnología como herramienta útil para el emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ De acuerdo a la ficha de observación existen locales que ofertan productos sustitutos ✓ No ser una microempresa reconocida en el mercado
Oportunidades	Riesgos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ofrecer adornos nuevos, inexistentes en el mercado local. ✓ Aprovechar del reciclaje para la reutilización en adornos decorativos, ayudando así al medio ambiente. ✓ Los adornos no requieren de grandes herramientas para poder elaborarlos, ya que son elaborados artesanalmente. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ No conseguir las ventas esperadas. ✓ Poca utilidad al inicio de las operaciones del emprendimiento

1.8. Determinar la oportunidad para el emprendimiento.

Una vez que se ha analizado la recopilación de información en base al diagnóstico situacional, en la ciudad de Ibarra y haber realizado la Matriz AOOD, en la cual se identificaron diferentes aspectos como; aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, vinculados directamente con el emprendimiento, relacionado a los adornos decorativos artesanales para compromisos sociales.

Es fundamental mencionar que la creación de la microempresa es sumamente atractiva para la ciudadanía ibarreña, ya que será una microempresa en la cual se ofertará productos novedosos e innovadores al alcance de todos, ya que los mismo serán hechos a base de material reciclable amigables al medio ambiente, a través de un servicio de calidad con atención personalizada el cual se les va a permitir obtener sus adornos a su gusto y preferencias, en donde ellos puedan cubrir sus necesidades y quedar satisfechos.

Lo que se propone con este tipo de emprendimiento es elaborar adornos a base de materiales sustentables ecológicos con el medio ambiente, ya que en su mayoría son elaborados a base de ciertos materiales que contienen ciertos grados de toxicidad y sustancias químicas, que no son altamente nocivos, pero no dejan de ser contaminantes al ambiente.

Con lo analizado anteriormente se propone la **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ADORNOS DECORATIVOS PARA COMPROMISOS SOCIALES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

Capítulo II

2. Marco Teórico

2.1. Microempresa

La microempresa es una entidad económica financiera, creada para la venta de un producto o un servicio, que generalmente nace a partir de una idea, englobando objetivos económicos y sociales. Su conformación se lo hace con un máximo de 5 personas y su capital no supera los \$20,000, además de tener adaptabilidad al medio que se le presente. (Delgado & Chávez, 2014)

2.1.1. Objetivos De Las Microempresas

Los objetivos de una microempresa deben de ser medibles, alcanzables y reales, además deben enfocar los resultados o la situación en la que se encuentra la misma durante un periodo de tiempo determinado con la utilización de los recursos que disponga la microempresa. (Delgado & Chávez, 2014)

2.1.2. Importancia De Las Microempresas

La creación de las microempresas es muy importante para la economía local como nacional, ya que mediante ello se da la posibilidad de creación de nuevas fuentes de trabajo, debido que en el país no existe gran cantidad de empresas de este tipo, las cuales fomenten el desarrollo personal, profesional y tecnológico los cuales permitan suplir las necesidades actuales. (Delgado & Chávez, 2014)

2.1.3. Dificultades De Las Microempresas

Podemos decir que una microempresa no se encuentra inmune a la presencia de diversos problemas, dificultades o bien errores comunes que se siguen cometiendo, a pesar de gozar de diversas herramientas de planificación para su prevención. Para lo cual se deberá de hacer frente a los más comunes problemas como son:

desconocimiento del sector, falla en la planificación, ciclos repetitivos de trabajo, escasez de financiamiento o personal no capacitado, etc., los cuáles impiden el correcto funcionamiento y desarrollo de las mismas.

Las Pymes están pasando por un momento bastante complejo dado el escenario económico en el que estamos porque la marcha sobre el plano inclinado es difícil. El viento de la inflación que eleva los costos y achica la rentabilidad sigue soplando contra la pequeña y mediana empresa. La mochila impositiva se torna cada vez más pesada, y los consumidores, van perdiendo el aliento por el recorte de su poder adquisitivo. La devaluación, la eliminación o baja de retenciones y la suba de tasas de interés, para palear la inflación generan una contracara y con ello las líneas de crédito de corto plazo para las empresas se van achicando en volumen y también se encarecen. (Robredo, 2016)

2.1.4. Estabilidad De La Microempresa

La estabilidad de la microempresa es de vital importancia ya que mediante ella existe el desarrollo de diversas estrategias financieras, mediante la mezcla de habilidades y un sinnúmero de actividades y recursos que son destinados para cumplimiento de objetivos, crecimiento. Posicionamiento y estabilidad en el tiempo en el mercado. En la actualidad es de vital importancia que las PYMES cuenten con estrategias financieras que le permitan lograr sus objetivos y por ende el desarrollo de la entidad en el mercado local, por ende, que la empresa crezca y pueda ser competitiva con las demás empresas, brindando servicios de calidad y de manera interna, llevar una adecuada administración de los recursos y manejo de las finanzas, economía y contabilidad para la toma de decisiones. (Núñez, 2014)

2.2.Adornos

Un adorno se lo define como aquel elemento en el cual se emplean distintos materiales con la finalidad de decorar, bien sea a un objeto o a una persona. Esto se lo hace con la finalidad de satisfacer una mejor presencia y satisfacción.

“Un adorno es un objeto decorativo. Su función es aportar belleza para mejorar la apariencia de algo”. (Porto & Merino, 2015)

2.3.Manualidades

Una manualidad es considerada como aquel tipo de trabajo realizado de manera manual, es decir con las manos, sin la aplicación de ningún instrumento o equipo. Para ello se hace necesaria la creatividad con la finalidad de dar vida a distintos adornos manuales, creando oportunidades de trabajo a la comunidad y la satisfacción de crecer como personas ante la sociedad en general. Las Manualidades, en términos generales, son trabajos efectuados con las manos, con o sin ayuda de herramientas. También se denomina así a los trabajos manuales. Generalmente se denomina así a aquellas labores en las que se busca una realización personal, una creatividad casera, o en la mayoría de los casos una forma de desconectar del trabajo o bien como entretenimiento para combatir el tedio o el aburrimiento y en otros casos también como un negocio rentable. (Flores, 2009)

2.4.Eventos Sociales

Conocido como aquel suceso planificado de antemano e importante según la circunstancia, implicando distintas áreas de importancia como: fiestas o programas, incluyendo para su detalle a todo tipo de materiales: económicos, talento humano y materiales como es el caso de adornos decorativos, con el fin de satisfacer una necesidad de deseo de la persona.

Los eventos sociales son parte de la vida de la mayoría de la gente, ya que es muy común asistir de invitados a fiestas de cumpleaños, de bodas, a eventos culturales y otros tipos de eventos sociales. Cuando hablamos de eventos sociales nos estamos refiriendo a un suceso importante y programado que puede abarcar cualquier área social, artística, deportiva y los mismos pueden presentarse como seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones entre otros. (Vásquez, 2018)

2.5.El Reciclaje

Cuando hablamos de reciclaje hacemos referencia a aquel proceso en el cual se transforma un nuevo producto a través de todo un proceso que conlleva un sinnúmero de materiales o productos ya utilizados., con el fin de expandir el ciclo de vida del producto en beneficio al medio ambiente mediante la reutilización de sus recursos.

El reciclaje es un proceso que consiste en someter de nuevo una materia o un producto ya utilizado a un ciclo de tratamiento total o parcial para obtener una materia prima y a su vez la posibilidad de elaborar un nuevo producto. (Ramos Rosendo, 2010, pág. 7)

2.6.La Reutilización Del Reciclaje

Se entiende por reutilización como aquel proceso en el cual se vuelve a aprovechar el uso de aquel residuo, dándole las mismas funciones de cuando se encontraba en su estado original, pero para ello se hace necesario un conjunto de tratamientos.

Son numerosos los materiales que pueden llegar a ser recuperados y nuevamente utilizados antes de éstos lleguen a hacerse inservibles. La reutilización sin duda incentiva y promueve el ahorro tanto económico, tanto de materias primas como de las propias energías. (Ramos Rosendo, 2010, pág. 33)

2.7. Estudio De Mercado

Se conoce como estudio de mercado a aquel proceso sistémico de recopilación de información sobre el conjunto de entes que intervienen en su estudio, como son: clientes, competidores, vendedores, etc. Con la finalidad de estimar la cantidad necesaria o volumen previsto de producción que será posible vender y que la clientela tendrá la precepción necesaria sobre éstos.

El estudio del mercado no es más que un conjunto de técnicas útiles para obtener información acerca del medio ambiente del proyecto (demanda y oferta). En sí; consiste en estimar la cantidad de producto que es posible vender, las especificaciones que este debe exhibir y el precio que los consumidores potenciales están dispuestos a pagar. También determina en qué condiciones se podría efectuar la venta de los volúmenes previstos, así como los factores que podrían modificar la estructura comercial del producto en estudio, incluyendo la localización de los competidores, la distribución geográfica de los principales centros de consumo, etc. (Luna, Barragán, & Miranda, 2010, pág. 15)

2.7.1. Segmentación De Mercado

Consiste en dividir el mercado en sectores más pequeños que contengan características y necesidades de compra semejantes, con la finalidad de poder ofrecer o vender una oferta adaptada al público objetivo. Se lo hace con la ayuda y optimización de un adecuado uso del marketing mix.

Para llenar las diversas necesidades del mercado se deben de encausar los esfuerzos hacia grupos más pequeños o segmentos dentro del mercado total, entendiendo como segmento a cada uno de los cuales puede seleccionarse como mercado meta. Los

consumidores de cada segmento tienden a manifestar similitudes que los mantienen unidos, estas similitudes se basan en características personales, comportamiento en la compra o en la estructura psicológica. (Luna, Barragán, & Miranda, 2010, pág. 28)

2.7.2. Demanda

Comprendida como aquel conjunto de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir o bien necesita para su utilización, con la finalidad de satisfacer un deseo o necesidad insatisfecha.

Según Baca (2006) dice: “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (p. 17).

2.7.3. Oferta

Para Baca (2014) la oferta está conformada por las cantidades de bienes y servicios que los productores ponen a disposición del consumidor ofreciéndolos en el mercado. Para estos bienes que se ofertan se establece un precio en relación con el poder adquisitivo que los consumidores tengan.

2.7.4. Comercialización

Según Baca (2014) manifiesta que “la comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”, (p. 48). La comercialización es fundamental dentro de un negocio ya que se establecen estrategias para dar a conocer el producto y hacer llegar hacia el consumidor final es decir colocar el producto en el momento y en el sitio óptimo.

2.7.5. Elaboración

Según Debitoor (2016), elaborar es transformar la materia prima en otro producto útil para la sociedad, el proceso de transformación consiste en serie de pasos a los cuales se somete la materia prima mediante uso de tecnología.

2.7.6. Competencia

En el estudio de mercado se analiza variables como oferta, demanda, comercialización y competencia. Por lo tanto, corresponde identificar cuantas empresas producen y venden el mismo producto, y establecer estrategias para ser una empresa preferida por los clientes, Debitoor (2016),

2.8. Estudio Técnico

Cuando se habla del estudio técnico se refiere a un análisis técnico y operacional de una empresa ya que es donde se verifica la localización óptima para el emprendimiento, los equipos necesarios y las instalaciones requeridas para su puesta en marcha, Baca (2014).

2.8.1. Macro Localización

Marín (2012) analizó que la macro localización ayuda a identificar la zona donde se establecerá la micro-empresa y cuando se habla de macro quiere decir la ubicación en un área general como un país o una región.

2.8.2. Micro Localización

La micro localización es realizada para indicar el lugar específico del emprendimiento de la macro localización es decir es detallar el lugar justo en donde se ubicará para iniciar sus actividades productivas y de comercialización analizando variables como cercanía a la materia prima, el mercado meta y otros factores, Marín (2012).

2.8.3. Tamaño Del Proyecto

Según Baca (2014) describe que: “el tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año; se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica” (p. 75). Por lo tanto el tamaño de proyecto es una parte fundamental que se tiene que establecer en el estudio técnico ya que ayuda a identificar la capacidad de producción que el emprendimiento tenga, verificando con la teoría de Además para establecer el tamaño se debe relacionar la demanda del producto o servicio a ofertar.

2.8.4. Inversión

Baca (2014), indica que: “la inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa” (p. 143). Es el monto inicial requerido para poner en funcionamiento el proyecto o cualquier empresa ya que se establece en que se va a gastar, de la misma manera sirve para establecer un análisis de la rentabilidad, de acuerdo con el monto invertido y las ganancias que se espera obtener en el futuro con el funcionamiento del negocio.

2.8.5. CIF

Caro (2017), mencionó que los CIF o costos indirectos de fabricación están relacionados con costos suplementarios que se incurren en el proceso productivo o fabricación de un producto, conocido también como carga fabril; corresponden a esto costos, el consumo de energía eléctrica, depreciación, pago de seguro de la planta entre otros.

2.8.6. Gastos Administrativos

Según Marín (2011) dice que los gastos administrativos son aquellos gastos que provienen de las actividades empresariales que realiza la administración, además de las depreciaciones de los activos fijos de la empresa. (pág. 296)

2.8.7. Gastos De Ventas

Gastos de ventas son aquellos que provienen de las actividades que realizan el área de ventas y el área de marketing, por ejemplo, salarios y comisiones, gastos de representación, publicidad, marketing, entre otros. (Maldonado, 2018, p.84)

2.8.8. Gastos Financieros

El autor señala que los gastos financieros son aquellos que la empresa tiene a raíz de financiarse con terceros, es decir, son los pasivos que tiene la empresa. Montenegro (2017)

2.9.Presupuesto Operacional

2.9.1. Estados Financieros

2.9.1.1.Balance Inicial O General

El balance general es un informe en donde se presenta la relación de todas las cuentas de activos, pasivos y patrimonio que tiene la empresa, sirviéndole el mismo para mostrar la “situación financiera” de la empresa de un determinado periodo a otro, (Maldonado, 2018, p.86).

2.9.1.2.Flujo De Caja

Marcial (2011) señala: “EL flujo de caja es un informe en donde se presenta todos los movimientos de efectivo (ingresos y egresos), descartando las depreciaciones y amortizaciones que constituyen una salida de dinero” (pag.210). El flujo de caja permite conocer la liquidez de dinero que tiene la empresa.

2.9.1.3.Estado De Resultados

Maldonado (2018) dice: “El estado de resultados presenta todos los ingresos y egresos acumulados de un determinado período, el importe de la diferencia existente entre ambos conceptos representa la utilidad o pérdida ocurrida en el periodo”. (pág.109). Es por ello la importancia de registrar correctamente todas las operaciones del periodo.

2.10. Estructura Organizativa

2.10.1. Misión

Según Morales (2014) manifiesta la misión es la razón de ser de la empresa, es decir el motivo por el cual existe.

2.10.2. Visión

La visión es el camino por seguir de la empresa, es decir, los caminos futuros que la llevarán hacia el éxito empresarial y lo más importante “la posición que desea alcanzar en el mercado”, todo esto realizada por una adecuada administración. (Hernández & Martínez, 2011, pág. 177).

2.10.3. Políticas

Las políticas de la empresa son reglas creadas por altas jerarquías hacia sus colaboradores en donde cada uno debe cumplirlas y así lograr grandes resultados para todos. (Angel & Encinas, 2009).

2.10.4. Organigrama Funcional

El organigrama funcional es una representación gráfica utilizada por las empresas indicando en ella las funciones asignadas a cada integrante de la misma, funciones que deben ser cumplidos por todos. (Thomson, 2017)

2.10.5. Proceso Administrativo

El proceso administrativo tiene la finalidad de optimizar los recursos de la empresa como son los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos, todo esto mediante la realización de actividades interrelacionadas acorde a la función de administración. (Ramos, 2014)

2.10.6. Manual De Funciones

Documento donde se indican las especificaciones de los cargos y funciones de todos los colaboradores de la empresa, de igual manera la relación que tiene con otros procesos, todo esto con la ayuda de normas de coordinación entre ellos (Obando, 2013).

2.11. Impactos

2.11.1. Económicos

Cerón (2005) indica que:

Un impacto económico es aquel que sirve para poder evaluar los resultados, ventajas y desventajas de una inversión ya sean en infraestructuras o cualquier otra eventualidad que sugieren en el transcurso del desarrollo de una entidad. Por tal razón es importante tomar en consideración todos aquellos recursos directos e indirectos para cumplir con dicha actividad, los mismos generarán impactos positivos y negativos, en el cual se busca la generación de futuras utilidades disminuyendo el impacto de las pérdidas; siguiendo como margen regulatorio los cambios legislativos. (p.45)

2.11.2. Ambientales

Gómez Orea & Gómez Villarino (2013) plantean que:

Se refiere a impacto ambiental a toda aquella acción positiva o negativa que provoca una alteración en el medio ambiente en cualquiera de sus distintos aspectos, alterando

su línea de acción, por ello es importante aconsejar y educar a la sociedad desde edades tempranas para cultivar en los mismos actitudes y aptitudes de responsabilidad y medidas correctivas necesarias a los problemas actuales que se están generando.

(p.155)

Capítulo III

3. Estudio De Mercado

3.1. Objetivos

3.1.1. *Objetivo General*

Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda de adornos decorativos para compromisos sociales en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

3.1.2. *Objetivos Específicos*

- Determinar la demanda que tienen los adornos decorativos en la ciudad de Ibarra a través de la aplicación de encuestas hacia los consumidores.
- Conocer la oferta existente de adornos decorativos en la ciudad de Ibarra.
- Identificar los gustos y preferencias del consumidor sobre los adornos decorativos artesanales para compromisos sociales.
- Determinar los precios que los consumidores están dispuestos a pagar por los adornos.
- Definir los medios de publicidad para que los adornos decorativos sean conocidos.

3.1.3. Variables

- ✓ Demanda
- ✓ Oferta
- ✓ Producto
- ✓ Precio
- ✓ Estrategias de comercialización

3.1.4. Indicadores

Demanda

- ❖ Segmento del Mercado

- ❖ Aceptación del Producto

Oferta

- ❖ Competencia

Producto

- ❖ Características del producto
- ❖ Gustos y preferencias

Precio

- ❖ Precios existentes en el mercado actual
- ❖ Factores que incurren en la fijación de precios

Estrategias de comercialización

- ❖ Producto
- ❖ Precio
- ❖ Plaza
- ❖ Promoción

3.2. Matriz de Relación del Estudio de Mercado

Tabla 4. *Matriz de Relación del Estudio de Mercado*

Objetivos Específicos	Variables	Indicadores	Técnica	Fuente
<ul style="list-style-type: none"> Determinar la demanda que tienen los adornos decorativos en la ciudad de Ibarra a través de la aplicación de encuestas hacia los consumidores. 	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> Segmento de Mercado Aceptación del producto 	Encuesta	Primaria (Consumidores)
<ul style="list-style-type: none"> Conocer la oferta existente de adornos decorativos en la ciudad de Ibarra. 	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> Competencia 	Entrevista Ficha de Observación	Primaria (Locales comerciales)
<ul style="list-style-type: none"> Identificar los gustos y preferencias del consumidor sobre los adornos decorativos artesanales para compromisos sociales. 	Producto	<ul style="list-style-type: none"> Características del producto Gustos y preferencias 	Encuesta	Primaria (Consumidores)
<ul style="list-style-type: none"> Determinar los precios que los consumidores están dispuestos a pagar por el producto. 	Precio	<ul style="list-style-type: none"> Precios existentes en el mercado actual Factores que incurren en la fijación de precios 	Encuesta Entrevista	Primaria (Consumidores y Locales comerciales)
<ul style="list-style-type: none"> Definir los medios de publicidad para que los adornos decorativos sean conocidos. 	Estrategias de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> Producto Precio Plaza Promoción 	Encuesta	Primaria (Consumidores)

3.3. Demanda

3.3.1. Segmento de Mercado

Para el desarrollo del emprendimiento se tomó en cuenta la población de la ciudad de Ibarra, a la zona urbana, la cual, cuenta con una población total de 131,856 al 2010 y que proyectada al 2018 representa 154,700.

Para la segmentación de mercado se tomó en cuenta las siguientes variables:

Tabla 5. Variables de Segmentación

Variable Geográfica	Segmento de Mercado
Región	Sierra
Provincia	Imbabura
Ciudad	Ibarra
Zona	Urbana

3.3.1.1. Mercado Meta

El mercado objetivo al cual irán dirigidos los productos del emprendimiento son las familias formadas en el PEA urbano. Se escogió a las familias del PEA urbano como mercado meta apropiado, ya que la compra de adornos para la organización de fiestas, eventos o compromisos sociales suelen ser de carácter familia.

3.3.2. Población y Muestra

Para el cálculo de la muestra se escogió a la PEA urbana de la ciudad de Ibarra, que en el año 2010 fue de 63.984 habitantes y que proyectada al año 2018, con una tasa de crecimiento del 2.99% es de 80.990 habitantes y a partir de este dato se obtuvo el número de familias, con un promedio de personas por hogar de 3.67, todos los datos reflejados se obtuvieron del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorio del Cantón Ibarra 2015-2023.

A continuación, se detalla el cálculo de la muestra:

- **Proyección PEA urbana**

Para la proyección del PEA urbano al 2018 se la realizó con la siguiente fórmula:

$$Q_t = Q_o (1+i)^n$$

Dónde:

Q_t= Cantidad Proyectada

Q_o= Cantidad inicial (63.984, 2010)

i= Tasa de crecimiento (2.99%)

n= Periodo de tiempo a proyectar (8 años)

$$Q_t = Q_o (1+i)^n$$

$$Q_t = 63,984 (1+2,99\%)^8$$

$$Q_t = 80,990 \text{ habitantes (PEA Urbano, 2018)}$$

- **Número de familias del PEA urbano**

Promedio de personas por hogar en la ciudad de Ibarra: 3,67

$$\text{Total familias en Ibarra} = \frac{80,990}{3,67}$$

$$\text{Total familias en Ibarra} = 22,068$$

3.3.3. Cálculo de la muestra

Después de haber proyectado la PEA urbana, y haber calculado el promedio de familias del sector urbano de la ciudad de Ibarra, se calculó la muestra con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NK^2PQ}{e^2(N-1) + K^2PQ}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

k= percentil de la distribución normal para una confiabilidad determinada. **(1,96)**

Aproximado de Z= estadígrafo de la distribución normal. Depende de la confiabilidad $(1-\alpha/2)$. A:

nivel de significación= 0.05 (100% - nivel de confianza=95%)

N= Tamaño de la población **(22,068)**

P= probabilidad que se produzca un fenómeno o proporción muestra

Q= probabilidad contraria a que se produzca

e= error absoluto

$$n = \frac{NK^2PQ}{e^2(N-1) + K^2PQ}$$

$$n = \frac{22,068 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2(22,068 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 378 \text{ encuestas}$$

3.3.4 Tabulación y análisis de la encuesta

La siguiente investigación fue dirigida a las familias del PEA urbano del cantón Ibarra, provincia de Imbabura, para medir el nivel de aceptación que tendrá el elaborar y comercializar adornos decorativos hechos artesanalmente para fiestas o compromisos sociales, en donde se consideró las siguientes preguntas:

1. ¿Con qué frecuencia su familia acostumbra a comprar adornos para decorar sus fiestas?

ANÁLISIS: De acuerdo con los resultados obtenidos se pudo determinar que el 45% de las familias encuestas suelen comprar 2 veces al mes, ya que por lo general tienden a organizar fiestas con la misma frecuencia, ya sean ocasiones como bautizos, cumpleaños, comuniones, entre otras. Por lo que el desarrollo de este tipo de emprendimiento lo vuelve atractivo, debido a las nuevas variedades que se pueden ofrecer al organizar una fiesta, como es el caso de los adornos hechos a base de material reciclable.

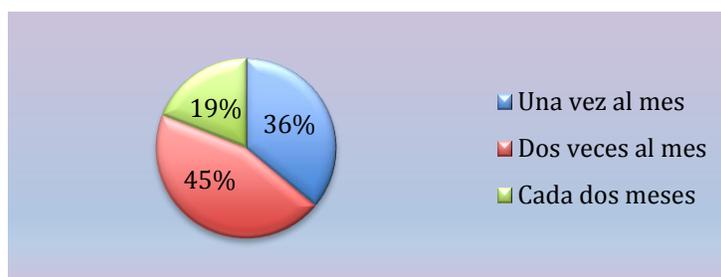


Figura 2. Frecuencia en la compra de adornos

2. ¿Qué tipos de eventos celebran con más frecuencia?

ANÁLISIS: Según los datos recopilados se pudo determinar que en su mayoría suelen celebrar eventos de cumpleaños, que son los más habituales en la ciudadanía, por lo que se ha puesto un mayor énfasis para este tipo de eventos; cabe mencionar que las demás celebraciones no serían excepción, con previo aviso de quien lo quisiera realizar.

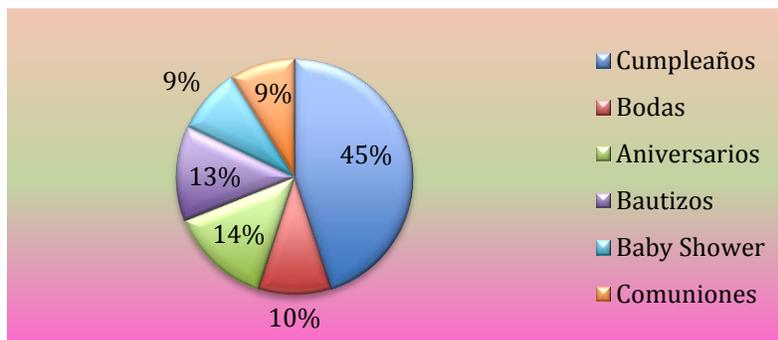


Figura 3. Eventos celebrados con más frecuencia

3. ¿En su familia estarían dispuestos a comprar adornos hechos artesanalmente a base de botellas de reciclaje, papel y fomix para decorar sus fiestas?

ANÁLISIS: Mediante los datos recopilados el 72% de las familias están dispuestos a comprar adornos decorativos hechos a base de estos materiales, ya que es un plus diferente y novedoso a lo que normalmente se suele ver en el mercado, en una fiesta o evento. Con esta pregunta se demuestra que la puesta en marcha del proyecto es posible.

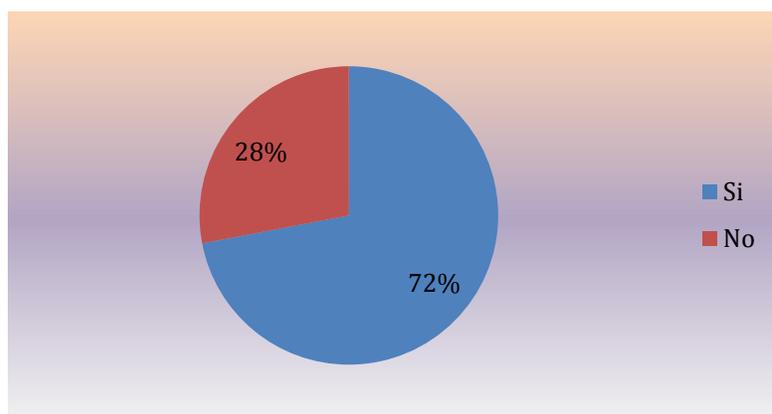


Figura 4. Porcentaje de aceptación de los adornos

4. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por los adornos hechos artesanalmente para decorar sus fiestas?

ANÁLISIS: Conforme a los resultados obtenidos en la encuesta se aprecia que el 40% de encuestados están dispuestos a pagar entre \$5,00 a \$10,00, dólares, lo cual es un precio cómodo conforme a su poder adquisitivo.

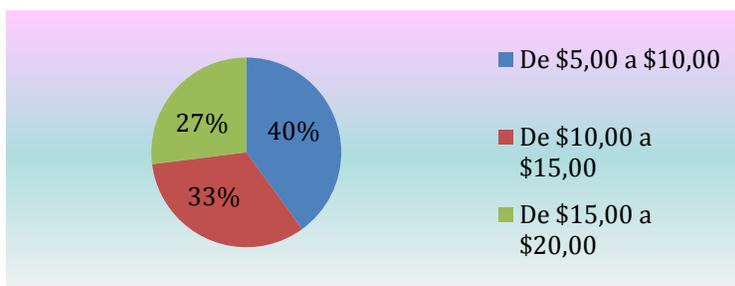


Figura 5. Valor que están dispuestos a pagar

5. ¿Qué tipo de adornos necesita más para decorar sus fiestas?

ANÁLISIS: De los adornos decorativos para eventos que se van a realizar, el 50% necesitan más los adornos de papel, esto de acuerdo al lugar donde se desarrolle el evento, ya que supieron manifestar que cuando el lugar es más grande necesitan más guirnaldas para adornar todo el espacio físico, por ende, el emprendimiento se enfocará en satisfacer las necesidades del comprador elaborando más guirnaldas que los otros adornos.

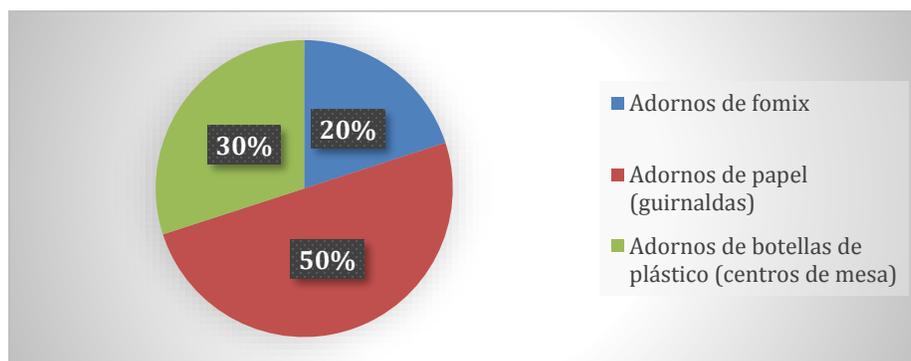


Figura 6. Adorno de mayor adquisición

6. ¿Por qué medios publicitarios le gustaría conocer sobre esta microempresa?

ANÁLISIS: Uno de los medios de publicidad que ha sido más aceptado por los encuestados son las hojas volantes, en las cuáles se dará a conocer sobre esta microempresa, cabe mencionar que este no será el único medio para su publicidad, sino también un porcentaje considerable de alrededor del 27% estimó que las redes sociales son un buen medio para dar a conocer este emprendimiento.

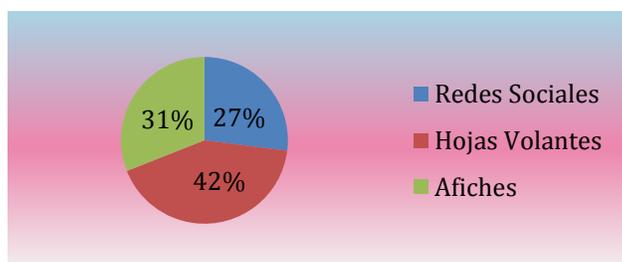


Figura 7. Medios publicitarios

7. ¿Conoce usted otra empresa o persona que venda adornos artesanales para fiestas o eventos sociales en la ciudad de Ibarra?

ANÁLISIS: En su totalidad de las encuestas realizadas los encuestados manifestaron que desconocen sobre algún otro sitio que oferte este tipo de productos, por lo cual es positivo ya que se abre la oportunidad de que este microemprendimiento tenga la solvencia necesaria para su buen acogimiento, ya que no es común ver esto en el mercado local.

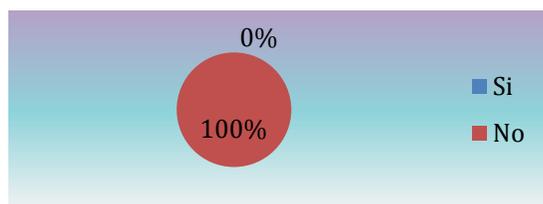


Figura 8. Existencia de otra microempresa

8. ¿En qué lugares han adquirido los adornos decorativos para sus fiestas?

ANÁLISIS: Los datos obtenidos a través de las encuestas, dicen que el lugar más adquirido para este tipo de productos es en Súper Fiesta, la cual se encuentra especializado en la comercialización de adornos decorativos, sin embargo y como supieron manifestar los encuestados no venden adornos a base de material reciclable y artesanales, esta es otra de las oportunidades que se captó para crear y desarrollar esta microempresa.

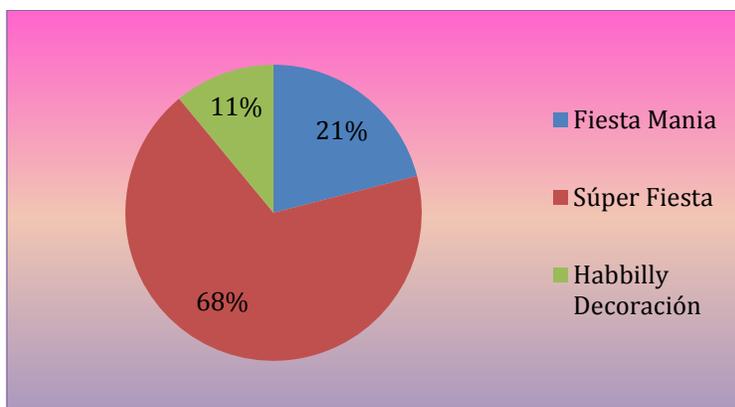


Figura 9. Competencia

3.3.5. Análisis de las Encuestas Dirigidas a las Familias del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

Conforme a los datos obtenidos en la encuesta dirigida a las familias del PEA urbano de la ciudad de Ibarra, se obtuvo los siguientes resultados, lo que servirá de base para futuros análisis, las personas encuestada manifestaron que su frecuencia de compra de adornos para sus fiestas es de dos veces al mes, y por lo general la realización las celebraciones más frecuentes son los cumpleaños.

El 72% de las familias del PEA urbano indicaron que si están dispuesto a adquirir los adornos artesanales para decorar sus fiestas por lo que se tuvo una reacción favorable hacia ello, así también en lo referente al precio ya que se acomoda a las necesidades actuales y vigentes de los mismos, considerando además que los adornos constituyen toda una gama de variedad en un evento como éstos.

Los adornos de mayor preferencia y adquisición por parte de los encuestados son las guirnaldas, debido a que y como supieron manifestar los compran más, ya que les sirven para decorar todo la habitación o espacio en donde se lleva a cabo la fiesta o evento, lo que da un toque más llamativo y apropiado para sus eventos.

En la ciudad de Ibarra no han existido microempresas que se dediquen exclusivamente al desarrollo de este tipo de actividades, por lo que la ciudadanía ha tenido una excelente reacción ante la propuesta de un proyecto como tal, en el cual se lo dará a conocer inicialmente en hojas volantes y posteriormente a través de redes sociales al público en general.

Cabe decir que la encuesta tuvo una buena acogida por parte de las familias, obteniendo respuestas acordes y favorables para el desarrollo del presente proyecto. Aquí podemos hacer referencia de que los adornos son muy utilizados para todo tipo de evento, por lo que, se ha

propuesto la generación de estos, de una manera mucho más ecológica, protectora y de cuidado hacia el medio ambiente.

3.3.6. Análisis de la Demanda

Para establecer la demanda de adornos decorativos para eventos sociales en la ciudad de Ibarra se tomó como referencia la investigación realizada a través de: encuestas aplicadas a las familias ibarreñas.

- **Cálculo de la Demanda**

Para identificar la demanda actual de los adornos decorativos en la ciudad de Ibarra, se tomó como referencia la investigación realizada a través de encuestas a la población representada por las familias del PEA urbano de la ciudad, mediante los cuales se indago en la pregunta número 1 y 3 acerca de la frecuencia de consumo de adornos decorativos. A continuación, se presenta lo siguientes resultados.

Tabla 6. *Cálculo de la Demanda*

Total Mercado Meta	Aceptación de Compra	N° de familias dispuestas a consumir	Frecuencia de compra en %	Disponibilidad de consumo por familias	Cantidad de compra	Demanda Mensual	Demanda Anual
22,068	72%	15,889	45%	7,150	2 al mes	14,300	171,602

- **Cálculo de la demanda por tipo de adorno**

Tabla 7. *Demanda por tipo de adorno*

Tipo de adorno	% de preferencia de compra por tipo de adorno	Demanda por tipo de adorno
Adornos de Fomix	20%	2860
Adornos de Papel	50%	7150
Adornos de Botellas	30%	4290

De acuerdo a la encuesta aplicada en la pregunta N°5, los encuestados manifestaron que el 50% prefieren más los adornos hechos a base de papel, en este caso son las guirnaldas, mientras que el 30% prefieren los de botellas y por último el 20% de encuestados prefieren los adornos hechos a base de fomix. Estos datos servirán como indicador para posteriormente calcular el número de adornos a elaborar por cada tipo.

3.4 Oferta

3.4.1 Estudio de la Competencia

❖ Análisis de la competencia

En cuanto a la competencia se pueden apreciar la existencia de tres locales que ofertan adornos decorativos para eventos sociales ubicadas en la provincia de Imbabura perteneciente a la ciudad de Ibarra, los mismos que han marcado una demanda significativa, contando con la experiencia y el reconocimiento que le ha otorgado el posicionamiento ya en el mercado, estos son:

Tabla 8. *Cuadro Comparativo de la Competencia*

	FIESTA MANIA	SUPER FIESTA	HABBILLY DECORACIÓN
Características			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Con la ayuda de la ficha de observación aplicada a los locales comerciales, se pudo ver que existe similitudes entre ellos, de diferentes aspectos como: infraestructura, variedad en sus productos, precios semejantes, ubicación, entre otros.

3.4.2 Fortalezas y debilidades de la competencia

Fortalezas

- ❖ Locales ya posicionados en el mercado
- ❖ Afluencia de los consumidores
- ❖ Experiencia en el sector comercial
- ❖ Variedad de artículos que ofertan
- ❖ Cuentan con proveedores directos
- ❖ Personal capacitado

Debilidades

- ❖ Modelos y diseños muy repetitivos
- ❖ No ofrecen artículos personalizados
- ❖ Productos que no contribuyen al cuidado del medio ambiente
- ❖ Publicidad en pocos medios para dar a conocer el producto

3.4.3 Análisis de la oferta

En cuanto a la oferta y a través de la ficha de observación y entrevista se pudo determinar que ninguno de los locales oferta adornos decorativos para fiestas hechas artesanalmente y con material de reciclaje; por lo que se puede comprobar que no existe competencia directa, esta información también se puede corroborar a través de la pregunta 7, en donde el 100% de los encuestados afirmaron no conocer de una empresa o persona que elaboren este tipo de productos

3.4.4 Cálculo de la Oferta

Para el cálculo de la oferta actual se consideró la entrevista aplicada a los diferentes locales comerciales que se dedican a la venta de adornos decorativos para fiestas.

Tabla 9. Cálculo de la Oferta

OFERTA		
Datos	Cantidad Mensual	Anual
Fiesta Manía	2.400	28800
Super Fiesta	2.500	30000
Hability Decoración	2.000	24000
Otros	4.000	
Total Oferta	10.500	130800

3.4.5. Análisis de la Entrevista Dirigida a los Locales Comerciales del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

Análisis General de la Entrevista

La entrevista fue aplicada a 3 locales ubicados en el centro de la ciudad, los cuales tienen mayor acceso los ciudadanos ibarreños; para tener datos relevantes de la investigación los locales entrevistado fueron: Fiesta Manía, Super Fiesta y Hability Decoración,

Al aplicar las entrevistas a los diferentes locales se determinó que ninguno de estos comercializa adornos decorativos elaborados con materiales de reciclaje hechos artesanalmente, y de la misma forma manifestaron que no conocen de una empresa o persona que se dedique a hacer este tipo de adorno; por lo que, se puede evidenciar que el emprendimiento actual es factible, ya que no existe otro negocio que se dedique a este tipo de actividad, además de que cuenta con la aceptación del público.

Asimismo, se determinó que el precio de venta de los adornos va desde los \$5.00 a \$10.00, similar a los precios que tiene la microempresa. La forma de comercialización de la competencia es a través de sus propios negocios ubicados en el centro de la ciudad y a través de medios publicitarios como la radio, esto es un referente para que el emprendimiento pueda sobresalir en el mercado a través de la publicidad en redes sociales y así poder llegar a más clientes potenciales.

(Ver anexo N°3)

3.4.6. Análisis General de las Fichas de Observación Realizados a la Competencia

Al realizar las observaciones en los locales que ofertan productos similares en este caso adornos para compromisos sociales se pudo ver que existen diferentes modelos y diseños de adornos, artículos que varían en cuanto al material, calidad, precio, etc. Se puede apreciar que estos locales ofertan artículos decorativos para toda clase de compromisos sociales, sin embargo, la variedad de sus artículos es muy monótonos y semejantes entre ellos, además de que ofertan adornos importados.

La calidad mantiene un índice de bueno en su mayoría con tendencia a excelente, pero este aspecto se lo debe mejorar debido a que los clientes aprecian mucho el material, presentación y diseño de lo que ellos observan a primera vista, por lo que se pudo ver también que no venden adornos hechos artesanalmente ni con material reciclable, por lo que ya no representan un atractivo muy potencial y la gente actualmente tiende a preferir cosas nuevas o no vistas en el mercado.

La tendencia de los precios es medianamente alta y esto analíticamente no mantiene una relación estándar con las variables que representa a cada local, para lo cual se debe hacer una reestructuración de precios en la cual se oferte sobre todo calidad y servicio al cliente.

Finalmente, en todo lo analizado el análisis de las variables tomadas en cuenta nos da una oportunidad de no cometer las mismas falencias, de lo que ya se ha vuelto una costumbre, por lo tanto, hay que considerar todas estas variables en el momento de poner en marcha el emprendimiento y para así marcar una diferencia ante de los demás locales ya posicionados en el mercado. (Ver anexo N°2)

3.5. Producto

3.5.1. Características del Producto

- Una de las características que ofrece el emprendimiento es la elaboración de adornos con diferentes materiales, hechos totalmente de forma artesanal, los productos que se van a realizar son hermosos adornos como guirnaldas, portarretrato a base de fomix en donde el festejado podrá tomarse fotos con los invitados, centros de mesa, dulceros y adornos de pared, los puntos para conseguir estos materiales son las papelerías, mientras que el 70% de las botellas recicladas serán obtenidas a través del reciclaje propio, de amigos y familiares; y el otro 30% serán adquiridas en centros de reciclaje.
- Los diseños de los adornos decorativos se basarán a eventos sociales o compromisos sociales como: matrimonios, bautizos, cumpleaños, etc. En base a esto se seleccionarán los colores y modelos para elaborar cada adorno; así también se dará apertura a un gusto personalizado por el cliente.
- Los adornos serán vendidos individualmente o por juego en caso del que el cliente así lo requiera, dependiendo de la magnitud del evento.
- Otra de las características con las que cuenta el emprendimiento es que los adornos serán hechos con botellas reciclables, es decir amigables con el ambiente lo cual ayudará a reducir la contaminación.

Adornos de Fomix



Adornos de Papel



Centros de Mesa con Botellas Plásticas



3.5.2. Preferencia del cliente

En la pregunta 5 de la encuesta, los encuestados manifestaron su preferencia por los adornos hechos a base de papel en un 50%, los cuales adquieren más de acuerdo a su necesidad, es decir, dependiendo del espacio físico a decorar, por ende, el emprendimiento se enfocará en satisfacer las necesidades del comprador, elaborando más guirnaldas que los otros adornos.

Existe una tendencia en la moda de preferir un producto hecho a mano y una de las ventajas de estos artículos es que son hechos con sencillez, de calidad, con mucha creatividad y sobre todo son diferentes, se evidencia entonces que los artículos artesanales son una fuente viable para emprender, ya que las tendencias actuales de la población en general apuntan a comprar artículos hechos a mano por su calidad y originalidad en su elaboración, lo que genera una oportunidad de poner en marcha este emprendimiento que satisfaga sus necesidades.

3.6. Precio

Debido a la calidad del producto y a la forma artesanal de elaborar los productos, en donde requieren de más mano de obra y tiempo y de acuerdo a la competencia la tendencia de los precios es medianamente alta, ya que puede variar desde \$5,00 a \$10,00; de acuerdo a las especificaciones del cliente; precio que además las familias encuestadas están dispuestas a pagar. A continuación, se detallan de los precios de cada tipo de adorno.

Tabla 10. *Precio de Venta de los Adornos de Fomix*

Adornos de fomix	
Concepto	Costo por unidad
Materia Prima directa	\$ 0,80
Mano de Obra directa	\$ 3,50
CIF	\$ 1,60
Gastos Administrativos	\$ 0,83
Gastos de Ventas	\$ 0,25
Costo de venta	\$ 6,98
Ganancia 15%	\$ 1,07
Precio de venta al público	\$ 8,05

Tabla 11. *Precio de Adornos de Papel*

Adornos de Papel	
Concepto	Costo por unidad
Materia Prima directa	\$ 1,28
Mano de Obra directa	\$ 1,03
CIF	\$ 1,60
Gastos Administrativos	\$ 0,83
Gastos de Ventas	\$ 0,25
Costo de venta	\$ 4,99
Ganancia 15%	\$ 0,76
Precio de venta al público	\$ 5,75

Tabla 12. *Precio de Adornos de Botellas Plásticas*

Centros de mesa – dulceros	
Concepto	Costo por unidad
Materia Prima directa	\$ 0,09
Mano de Obra directa	\$ 3,50
CIF	\$ 1,60
Gastos Administrativos	\$ 0,83
Gastos de Ventas	\$ 0,25
Costo de venta	\$ 6,27
Ganancia 15%	\$ 0,93
Precio de venta al público	\$ 7,20

3.7. Estrategias de comercialización

3.7.1. Estrategias del producto

- ❖ Ofertar variedad de diseños
- ❖ Identificar y realizar los diseños exclusivos según las preferencias por los clientes.
- ❖ Se diseñará un logo creativo y llamativo para estar presente en la mente del consumidor.

- ❖ Los artículos serán elaborados por materiales como papel, fomix y botellas que serán recicladas y que contribuirán al cuidado del medio ambiente.
- ❖ Los colores de cada artículo se realizarán de acuerdo al evento social que el cliente tenga.
- ❖ Los productos serán elaborados con un alto grado de calidad.
- ❖ Se manejará un catálogo tanto físico como digital de la gama de productos a ofrecer.
- ❖ Se realizará una fiesta de inauguración de la microempresa que será promocionada a través de redes sociales y con amigos y conocidos; en donde se exhibirán los adornos decorativos para dar a conocer el producto.

Se amplificará los atributos del producto que son los adornos decorativos artesanales para compromisos sociales; así también se tomará en cuenta las sugerencias de los clientes en cuanto a algún aspecto que consideren necesario y óptimo para mejor calidad y la imagen del mismo.

El diseño del producto se lo hará en base a distintos modelos conforme al gusto y preferencia del cliente, pero lo más fundamental de este proyecto es que es base a diseños personalizados, es decir, adaptados al gusto y preferencia del cliente.

3.7.2. Estrategias del precio

- ❖ Brindar promociones a los primeros clientes de la microempresa.
- ❖ Realizar descuentos del 6% de acuerdo a la magnitud del evento que tenga el cliente.
- ❖ Mantener precios justos para el cliente y competitivos.

Se fijarán precios competitivos conforme a la situación económica del cliente, esto se ha basado en un análisis de precios en relación a costos fijos, costos variables, utilidad esperada y conforme al sector en el cual se va a fijar el emprendimiento y el entorno de su competencia.

Como estrategia se puede establecer tipos de promociones, esto es conforme a temporadas o bien fechas significativas, en los cuales el precio del producto tenderá a rebajas considerables por un periodo de tiempo determinado.

3.7.3. Estrategias de publicidad y promoción

- ❖ Para dar a conocer el local y los artículos se realizará anuncios en redes sociales.
- ❖ Se repartirá hojas volantes, y se los colocará en puntos estratégicos anunciando la inauguración y las características de los productos.
- ❖ Se exhibirán los adornos artesanales en mostradores del local en donde el cliente podrá apreciar los detalles y la calidad del producto.
- ❖ Se establecerá un punto de venta en un lugar adecuado.
- ❖ En caso de que el cliente lo solicite se realizará entregas a domicilio.

La promoción del producto se lo realizará mediante los anuncios publicitarios que más aceptación hayan tenido por parte de la ciudadanía ibarreña, en la actualidad las redes sociales se han convertido en el medio social y publicitario más solicitado y cotizado para todo tipo de edad.

Uno de los medios en el cual se dará a conocer el emprendimiento será por medio de papeles volantes, en el cual se brinda un detalle sobre las características esenciales y la ubicación de donde se podrá dirigir y adquirir dicho producto.

3.8. Conclusiones

La demanda de los adornos decorativos para eventos sociales tiene una representación significativa por parte de las familias del cantón Ibarra, ya que mantienen un consumo mínimo mensual por lo que se proyecta que el emprendimiento tiene un atractivo potencial.

En relación a la oferta se encuentra representada por 3 locales que comercializan artículos decorativos por lo que se ha visto que no son suficientes para satisfacer la demanda actual.

Se puede apreciar que en el mercado local se puede encontrar alternativas para adornar cualquier tipo de fiesta, pero lo que no se conoce es una alternativa diferente a un precio accesible a la comodidad del cliente, por lo que mediante el proyecto se pretende dar un giro para presentar una alternativa diferente y personalizada. Las estrategias propuestas tienen como finalidad introducir y posicionar el proyecto en el mercado de Ibarra, su principal atractivo es que es personalizado en la cual juega un papel competitivo la calidad de la materia prima que es relativa a la no utilización de sustancias químicas o nocivas que perjudiquen la salud del usuario o cliente final.

Capítulo IV

4. Estudio Técnico

4.1. Presentación del Capítulo

En el presente capítulo se pretende analizar factores técnicos los cuales permitan determinar si el emprendimiento es viable o no, analizando de esta manera lo siguiente:

- La localización del proyecto
- El tamaño del proyecto
- Disponibilidad y costos de los suministros e insumos
- Identificación y descripción del proceso
- Inversión del proyecto

En donde el objetivo principal de realizar un estudio técnico es la optimización de recursos a la hora de producir un bien o un servicio, para así lograr eficiencia y eficacia, contando con los recursos necesarios para obtener un producto de calidad en la cual se dará a conocer también dicha distribución de la planta y todos los insumos y materiales incurridos con sus respectivas cantidades y precios.

4.2. Localización del Proyecto

Este permite determinar la ubicación óptima del proyecto de emprendimiento para ello se analizará las siguientes variables.

4.2.1. *La Macro localización*

La macro localización de la microempresa para la elaboración y comercialización de adornos decorativos estará ubicada:

- **País:** Ecuador
- **Región:** Sierra

4.2.3. Matriz de localización

Tabla 13. *Matriz de Localización*

MATRIZ DE LOCALIZACIÓN							
Método de Implantación Óptima por Puntos o Ponderación							
Opciones		Parroquia El Sagrario		Parroquia San Francisco		Parroquia Los Ceibos	
Factores	Peso	Ponderación	Calificación Ponderada	Ponderación	Calificación Ponderada	Ponderación	Calificación Ponderada
Costos y medios de transporte	0.20	4	0.80	4	0.80	3	0.60
Disponibilidad de materia prima	0.20	4	0.80	3	0.60	3	0.60
Infraestructura y servicios básicos	0.20	5	1.00	3	0.60	2	0.40
Comportamiento de la competencia	0.20	5	1.00	2	0.40	3	0.60
Cercanía al centro de la ciudad	0.20	5	1.00	4	0.80	2	0.40
TOTAL	1		4.60		3.20		2.60

Tabla 14. *Nivel de Calificación*

1	Malo
2	Regular
3	Bueno
4	Muy bueno
5	Óptimo

4.2.4. Selección de la alternativa óptima

Es conveniente que la micro localización del proyecto de emprendimiento se lo realice en el sector de la Parroquia El Sagrario, ya que representa una mejor alternativa conforme a los factores que se ha tomado a consideración:

- **Costos y medios de transporte**

Las vías de acceso en la parroquia El Sagrario son totalmente adoquinadas, lo cual hace fácil el traslado de la materia prima e insumos para la elaboración de los adornos decorativos para eventos sociales. En lo que respecta al transporte que existe en el sector es variado y a su vez económico para que el cliente puede acercarse a las instalaciones del emprendimiento, ya que no existe distancia tan larga entre barrio y el centro de la ciudad, por lo tanto, este aspecto es favorable para el consumidor o cliente.

- **Disponibilidad de materia prima**

En lo que se refiere a la materia prima esencial para la elaboración de adornos decorativos se dispondrá de proveedores aledaños a la zona que serán las papelerías, además se tomará en cuenta a pequeños locales como bazares que provean de insumos relacionados a los detalles de un adorno, esto es por su cercanía al proyecto a realizarse.

- **Infraestructura y servicios básicos**

La infraestructura con la que contará el proyecto será arrendada, se cuenta con todos los servicios básicos necesarios para que el mismo no presente ningún inconveniente al momento de realizarse el proceso de elaboración de los adornos decorativos.

- **Comportamiento de la competencia**

En la ciudad de Ibarra existe una cultura de organizar cualquier tipo de compromiso, por lo que se puede mencionar que la competencia que existe ofrece productos sustitutos, tales locales ya

son conocidos y ya posicionados en el mercado lo que ha hecho que los consumidores se adapten y familiaricen con los mismo, pero afortunadamente el ser humano cada vez busca nuevas alternativas y nuevas presentaciones, y esto se quiere proponer mediante este proyecto.

- **Cercanía al centro de la ciudad**

Esta ubicación es óptima ya que se encuentra en el centro de la ciudad, lo cual contribuye al emprendimiento a acceder de manera más fácil a los compradores potenciales y a dar a conocer a la microempresa.

4.3. Tamaño del Proyecto

El objetivo de establecer el tamaño del proyecto se determinó los siguientes factores:

- **Disponibilidad de materia prima**

La disponibilidad de la materia prima será en base a la capacidad de producción mensual del emprendimiento; se adquirirán todos los materiales esenciales para los adornos en las papelerías ubicadas en el centro de la ciudad tales como: Papelería Popular, Provesum, El Colegial, entre otras. Los materiales se comprarán de acuerdo a los tipos de adornos a elaborar.

- **Transporte de la mercadería**

En este factor el cliente podrá ir personalmente hacia el local del emprendimiento a través de transporte propio o de transporte público ya que la microempresa al estar ubicada en el centro de la ciudad, cuenta con la vías de acceso necesarias; de modo que se pueda atender a todas sus necesidades y respondiendo a sus inquietudes; de igual manera se ofrecerá el servicio a domicilio para los clientes que no tengan disponibilidad de tiempo para retirar sus productos, con el objetivo de brindar un mejor servicio y atención, logrando obtener la satisfacción del cliente.

- **Disponibilidad de mano de obra**

Para que se lleve a cabo este proyecto se requiere del personal que tenga los conocimientos necesarios sobre los adornos decorativos que se vayan a realizar conforme a la ocasión o el evento social a llevarse a cabo, por lo tanto, la mano de obra con la que contara la microempresa será directa y todo lo relacionado a beneficios sociales será de acuerdo a la ley. Por ende, el proyecto contará con la suficiente mano de obra para la realización del trabajo diario puesto que esta actividad es de tipo manual y de manera personalizada en caso del que el cliente lo requiera.

- **Disponibilidad de Recursos Financieros**

El financiamiento del proyecto estará constituido por el aporte económico de 2 personas que mantienen una relación de carácter familiar, cada una hará un aporte del 50% del total de la inversión.

- **Dimensión del Mercado**

La demanda que presenta este emprendimiento es favorable, ya que, según los resultados obtenidos, se puede comprobar que existe una demanda insatisfecha a satisfacer; debido a que en la ciudad de Ibarra no existe otro tipo de lugar que ofrezca este tipo de productos hechos artesanalmente. El emprendimiento está en la capacidad de cubrir el 9% de la demanda insatisfecha de acuerdo a la capacidad de producción.

Tabla 15. *Dimensión del Mercado*

Demanda Insatisfecha	
Demanda	14300
Oferta	10500
Demanda Insatisfecha	3800
% de captación	9%
Producción Mensual de Adornos Decorativos	353

- **Capacidad de Producción**

La capacidad de producción fue determinada en base a la demanda insatisfecha, la disponibilidad de mano de obra y al tiempo de elaboración de cada adorno, la microempresa contará con 2 trabajadoras, una de las cuáles se encargará de elaborar los adornos en fomix y de papel (guirnaldas) en 8 horas de trabajo; y la otra persona se encargará de la elaboración de los adornos de plástico (centros de mesa y dulceros) en 5 horas de trabajo, mientras que las otras 3 horas serán destinadas para la administración y las ventas, contando así con una producción diaria de 15 adornos decorativos en 8 horas de trabajo, con un total de 284 adornos mensuales.

La capacidad mínima representa la producción mensual del primer mes de vida del emprendimiento, llegando a cubrir con el 9% de captación de la demanda insatisfecha en el mes de diciembre; debido a que, en los primeros meses de la puesta en marcha, el emprendimiento se dará a conocer a la ciudadanía ibarreña hasta lograr cubrir con su capacidad máxima de producción al mes de diciembre.

Tabla 16. *Capacidad Instalada*

Responsable	Tipo de Adorno	Tiempo promedio en cada adorno	Producción diaria	Producción mensual (C. MIN)	10% (C. MÁX)
Trabajador 1	ADORNOS DE FOMIX	1h 15 min	4	57	71
Trabajador 1	ADORNOS DE PAPEL	0,42h (25 min)	6	142	177
Trabajador 2	ADORNOS DE PLÁSTICO	1 h	5	85	106
Total producción			15	284	353

4.4. Ingeniería del Proyecto

4.4.1. Diseño de la Planta

La microempresa cuenta con un área de 30 m² en donde estará ubicada tanto el área productiva como el área de administración y ventas. El área productiva estará instalada en la parte

posterior del local, mientras que el área de administración y ventas será la zona frontal y a donde podrá acceder el cliente para conocer los adornos.

A continuación, se presenta las dimensiones de la planta:

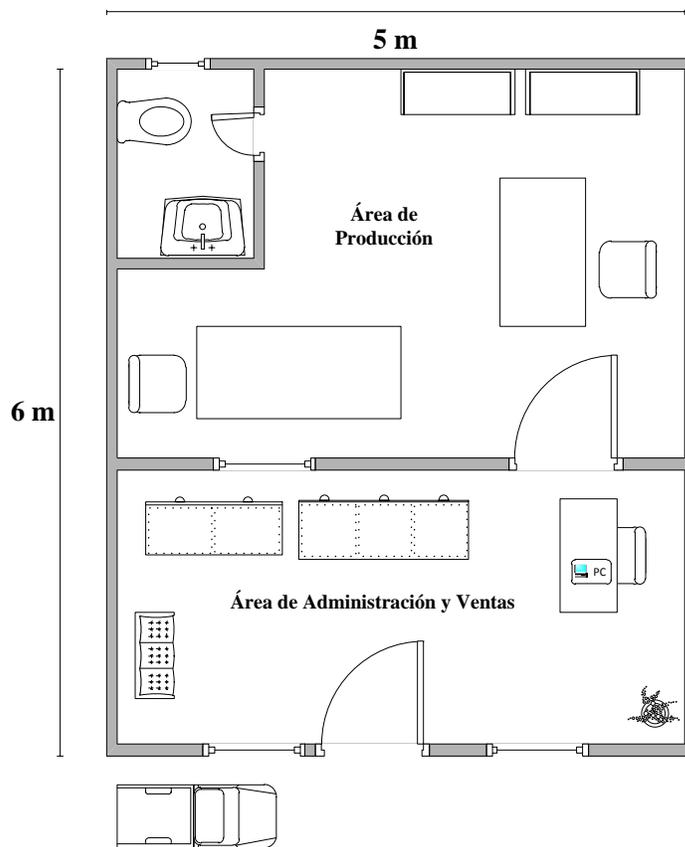


Figura 11. Distribución de la Planta

4.4.2. Flujograma de Procesos

La microempresa contará con dos tipos de procesos, uno es el proceso de producción de todos los adornos decorativos; y el otro proceso será el de comercialización o la venta del adorno.

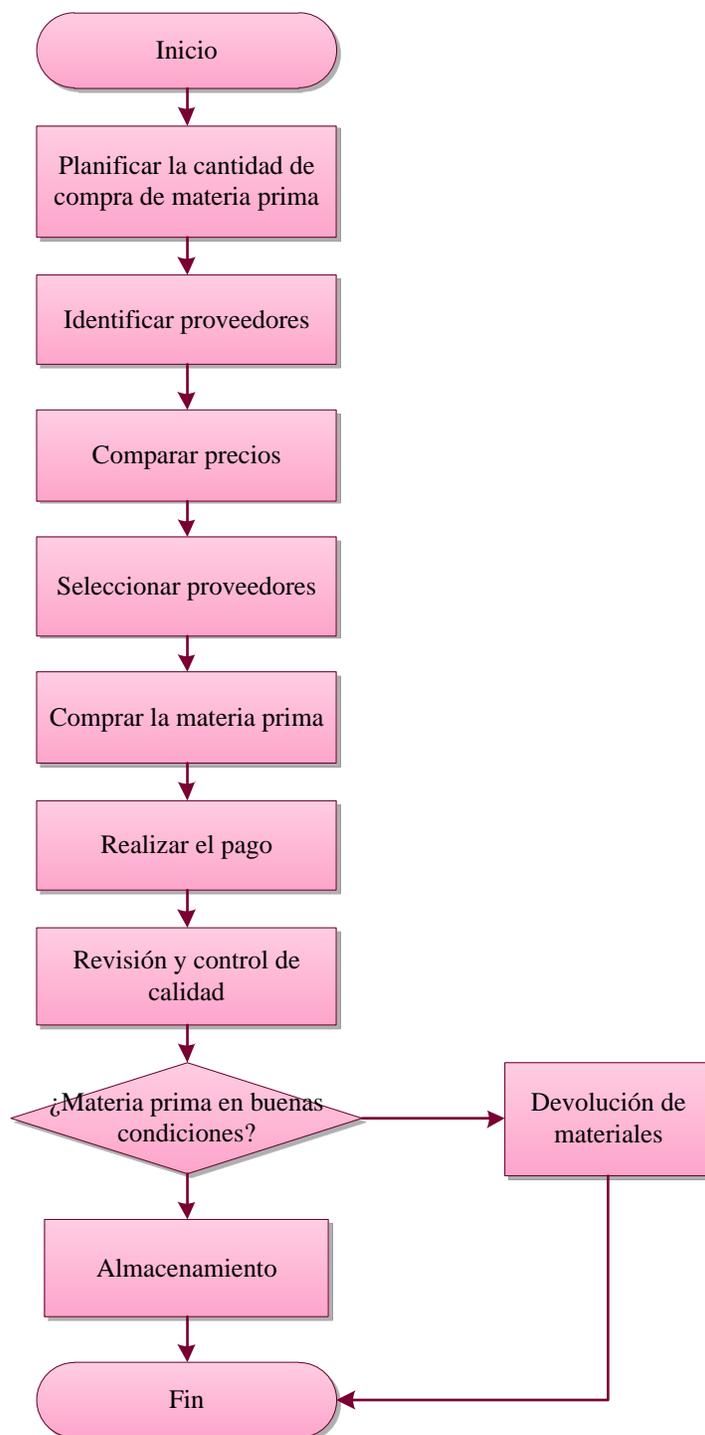


Figura 12. Proceso de Compra de la Materia Prima

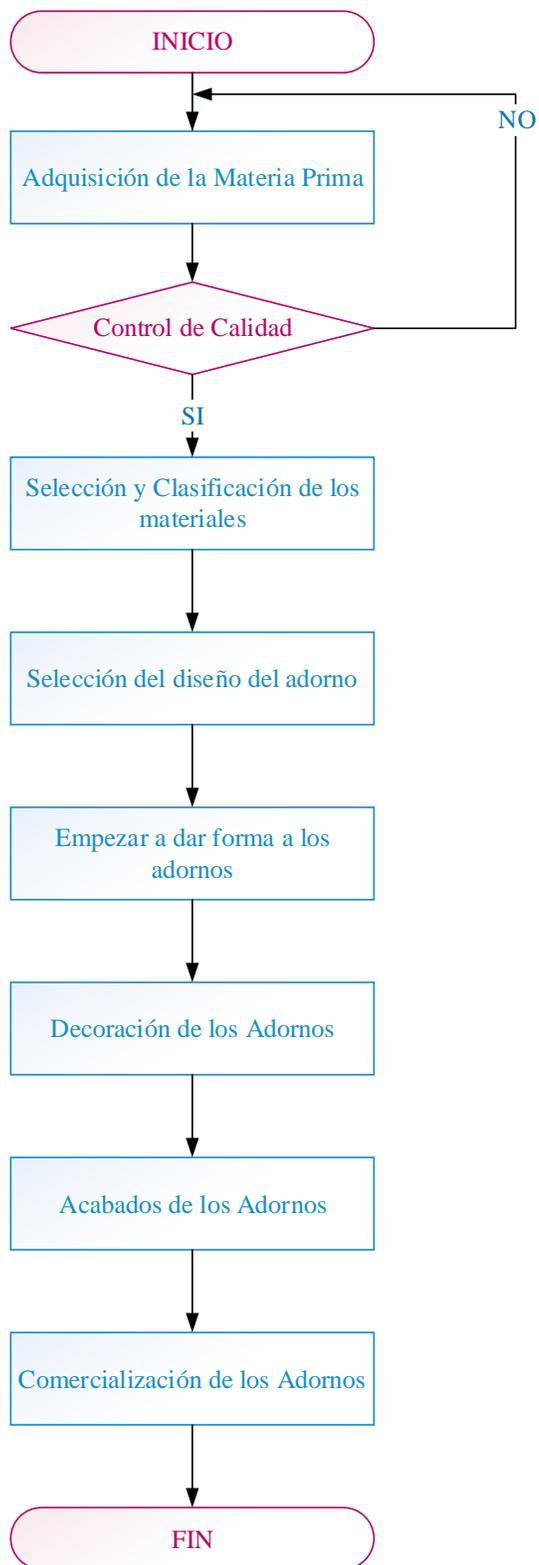


Figura 13. Proceso Productivo de los Adornos

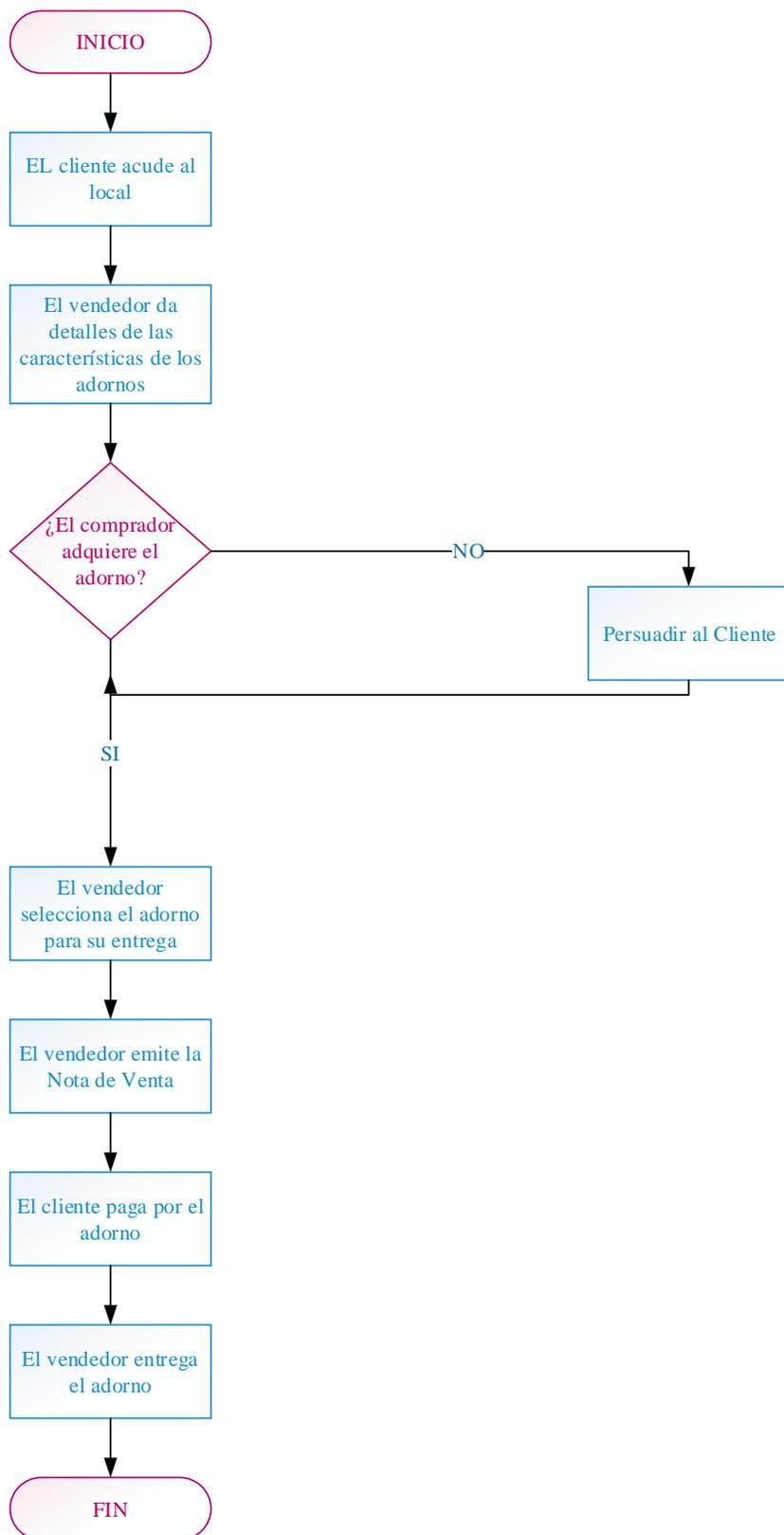


Figura 14. Proceso de Comercialización

4.4.2.1. Descripción del Proceso Productivo

- **Adquisición del Materia Prima:** Las materias primas y demás materiales tales como: papel bond, seda y crepe; fomix, tijeras, goma, silicona, etc., se adquirirán en varias de las papelerías ubicadas en el centro de la ciudad, mientras que las botellas de plásticos serán adquiridas a través del reciclaje propio, de amigos y familiares.
- **Control de Calidad:** Se hará una verificación de la calidad de los materiales y que se encuentren en óptimas condiciones para dar comienzo a la elaboración de los adornos.
- **Selección y clasificación de los materiales:** Antes de dar inicio con la elaboración de cada adorno, se optará por seleccionar y clasificar los materiales de acuerdo al tipo de adorno decorativo, es decir se establecerán grupos de materiales.
- **Selección del diseño del adorno:** Para dar inicio a la preparación de los adornos se adoptará un diseño para cada tipo de adorno, de modo que durante el transcurso de la transformación del adorno no se cometan errores ni imperfecciones, elaborando así un producto de calidad para la satisfacción del cliente.
- **Empezar a dar forma a los adornos:** Una vez establecido el diseño del adorno se procederá a dar forma a través de la medición y corte para así obtener la figura establecida.
- **Decoración de los adornos:** Obtenida la figura o la forma del adorno se iniciará con el decorado, que no es más que convertir al adorno decorativo visualmente, para que tenga un mayor atractivo a la vista del comprador. La decoración se la realizará de acuerdo al tipo de adorno y material.
- **Acabados de los adornos:** establecido la decoración se procederá a la colocación de detalles finales, tales como cintas entre otros.

- **Comercialización de los adornos:** La venta de los adornos inicia con la visita del cliente a las instalaciones del emprendimiento, en donde el comprador podrá observar y escoger el producto que más le llame la atención y la comercialización terminará cuando se concrete la venta.

4.5. Inversión del emprendimiento

Para las inversiones del emprendimiento se tomó a consideración de los activos fijos y del capital de trabajo.

4.5.1. Inversión fija

En inversión fija se tomó en cuenta todos los muebles y enseres para la parte productiva y de ventas, y equipo de computación para la parte administrativa. A continuación, se detalla la inversión fija:

Tabla 17. Inversión Fija

Inversión Fija			
Rubro	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Muebles y Enseres			
Mesas de Trabajo	\$120,00	3	\$360,00
Estanterías	\$100,00	2	\$200,00
Vitrina Mostrador	\$100,00	3	\$300,00
Sillas	\$ 27,00	4	\$108,00
SUBTOTAL			\$968,00
Muebles de Oficina			
Escritorio	\$80,00	1	\$ 80,00
Silla	\$75,00	1	\$ 75,00
SUBTOTAL			\$155,00
Equipo de Cómputo			
Computadora Portátil	\$500,00	1	\$500,00
Impresora	\$250,00	1	\$250,00
Teléfono Convencional	\$ 30,00	1	\$ 30,00
SUBTOTAL			\$780,00
Herramientas de Trabajo			
Tijeras	\$ 5,00	6	\$30,00
Pistola de Silicona	\$15,00	2	\$30,00
SUBTOTAL			\$60,00
TOTAL			\$1.963,00

4.5.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo está conformado por todos los costos de producción, gastos administrativos y de ventas en los cuales se va a incurrir para poner en funcionamiento la microempresa; el capital total de trabajo asciende a: \$ 1.815,79

- **Materia Prima Directa**

La materia prima directa está conformada por todos los materiales indispensables para la elaboración de los adornos decorativos artesanales. Las cantidades de adquisición para el primer mes la puesta en marcha de emprendimiento fueron determinadas de acuerdo con la capacidad de producción.

Tabla 18. *Materia Prima Directa*

Descripción	Cantidad	Medida	Precio Unitario	Valor Mensual
Fomix v/c	80	Pliegos	\$ 1,00	\$ 80,00
Papel Seda	80	Pliegos	\$ 0,10	\$ 8,00
Papel Crepe	120	Pliegos	\$ 0,25	\$ 30,00
Papel Brillante	80	Pliegos	\$ 0,10	\$ 8,00
Botellas Plásticas	210	Unidades	\$ 0,05	\$ 10,50
TOTAL				\$ 136,50

- **Mano de Obra Directa**

La mano de obra directa estará conformada por 2 personas quienes estarán encargadas de la elaboración de los adornos y quienes tiene participación directa en la elaboración del producto:

Tabla 19. *Mano de Obra Directa*

Cargo	Trabajador 1	Trabajador 2
Remuneración	\$ 400,00	\$ 400,00
Décimo Tercero	\$ 33,33	\$ 33,33
Décimo Cuarto	\$ 33,33	\$ 33,33
Aporte Patronal	\$ 44,60	\$ 44,60
SUELDO MENSUAL	\$ 511,27	\$ 511,27

- **Costos Indirectos de fabricación**

Los costos indirectos están conformados por los costos extras necesarios para la elaboración de los adornos decorativos. A continuación, se detalla los CIF en los que incurrirá el emprendimiento; las cantidades de compra fueron determinadas en bases al número de adornos a producir.

- ✓ **Materia Prima Indirecta**

Tabla 20. *Materia Prima Indirecta*

Descripción	Cantidad	Medida	Precio Unitario	Valor Mensual
Goma	4	Litros	\$ 3,00	\$ 12,00
Barras de Silicona	2	Paquete x 80unid	\$ 9,00	\$ 18,00
Silicona Líquida	5	Frascos	\$ 3,65	\$ 18,25
Pintura en Aerosol v/c	37	Frascos	\$ 3,00	\$ 111,00
Regla	4	Unidades	\$ 2,00	\$ 8,00
Lápices	13	Unidades	\$ 0,25	\$ 3,25
Escarcha Líquida	13	Unidades	\$ 2,50	\$ 32,50
Cintas v/c	11	Unidades	\$ 2,00	\$ 22,00
Lentejuelas	11	Unidades	\$ 2,10	\$ 23,10
Marcadores	13	Unidades	\$ 0,60	\$ 7,80
Cinta Scotch	7	Unidades	\$ 0,30	\$ 2,10
Palos de Pincho	3	Paquete x 100unid	\$ 5,00	\$ 15,00
Encaje	11	Unidades	\$ 3,25	\$ 35,75
TOTAL				\$ 308,75

- ✓ **Depreciación**

La depreciación está conformada por los activos fijos de la parte productiva, para el cálculo se utilizó el método de línea recta, el cual consiste en dividir el valor o precio del activo entre la vida útil en años del mismo y se muestran a continuación:

Tabla 21. *Depreciación del Área Productiva*

Depreciación del Área Productiva		
Descripción	Muebles y Enseres	Herramientas de Trabajo
Precio Actual	\$ 968,00	\$ 60,00
Duración en Años	10	3
Depreciación Anual	\$ 96,80	\$ 20,00
Depreciación Mensual	\$ 8,07	\$ 1,67

✓ Servicios Básicos

El consumo de la luz se estableció de acuerdo a los kWh de las herramientas de trabajo como pistola de silicona, focos del área productiva entre otros. Mientras que el consumo del agua fue determinado a través de la base mínima que establece EMAPA-I, ya que el emprendimiento no utiliza grandes cantidades de agua. Y por último el costo del internet se dividió la mitad para el área productiva y la otra mitad para el área administrativa.

Tabla 22. *Servicios Básicos del Área Productiva*

Servicios Básicos	Precio Mensual
Agua	\$ 4,00
Luz	\$ 13,00
Internet	\$ 10,00
TOTAL	\$ 27,00

✓ Útiles de Aseo

Se tomó en cuenta los útiles de aseo necesarios para mantener las instalaciones del emprendimiento aseadas y en orden.

Tabla 23. *Útiles de Aseo*

Descripción	Cantidad	Medida	Precio Unitario	Valor Anual	Valor Mensual
Jabón de Manos	12	Paquete x 3unidad	\$ 2,50	\$ 30,00	\$ 2,50
Escoba	2	Unidades	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 0,25
Trapeador	2	Unidades	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 0,33
Recogedor	2	Unidades	\$ 1,25	\$ 2,50	\$ 0,21
Fundas de Basura	36	Paquetes x 10unidad	\$ 1,50	\$ 54,00	\$ 4,50
Papel Higiénico	48	Paquetes x 4unidad	\$ 1,00	\$ 48,00	\$ 4,00
Mandiles	4	Unidades	\$ 8,00	\$ 32,00	\$ 2,67
Toallas	4	Unidades	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 0,67
Basureros	3	Unidades	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 0,75
Desinfectante	6	Unidades	\$ 2,00	\$ 12,00	\$ 1,00
Ambiental	12	Unidades	\$ 2,25	\$ 27,00	\$ 2,25
TOTAL				\$ 229,50	\$ 19,13

✓ **Arriendo**

Tabla 24. Arriendo

Descripción	Valor Mensual
Arriendo	\$ 150,00

● **Total CIF**

Tabla 25. Total CIF

Detalle	Costo Mensual
Materia Prima Indirecta	\$ 308,75
Depreciación	\$ 9,73
Servicios Básicos	\$ 27,00
Útiles de Aseo	\$ 19,13
Arriendo	\$ 150,00
TOTAL	\$ 514,61

● **Gastos Administrativos**

A continuación, se detalla los gastos administrativos del emprendimiento necesarios para el funcionamiento de la microempresa:

Tabla 26. Depreciación del Área Administrativa

Depreciación del Área Administrativa		
Descripción	Muebles de Oficina	Equipo de Computo
Precio Actual	\$ 155,00	\$ 780,00
Duración en Años	10	3
Depreciación Anual	\$ 15,50	\$ 260,00
Depreciación Mensual	\$ 1,29	\$ 21,67

✓ **Gastos de Constitución**

Son los gastos exigidos por la ley para poner en marcha la actividad económica de la microempresa:

Tabla 27. Gastos de constitución

Detalle	Valor
Patente Municipal	\$30,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	\$20,00
RISE	\$ -
TOTAL	\$ 50,00

✓ **Servicios Básicos del Área Administrativa**

Tabla 28. Servicios Básicos

Luz	\$	2,16
Teléfono	\$	10,00
Internet	\$	10,00
TOTAL	\$	22,16

✓ **Suministros de Oficina**

Tabla 29. Suministros de Oficina

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Anual	Valor Mensual
Carpeta Archivadora	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 0,42
Resmas de Papel	2	\$ 3,50	\$ 7,00	\$ 0,58
Esferos	24	\$ 0,35	\$ 8,40	\$ 0,70
Perforadora	1	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 0,33
TOTAL			\$ 24,40	\$ 2,03

● **Total Gastos Administrativos**

Tabla 30. Total Gastos Administrativos

Detalle	Costo Mensual
Depreciación	\$ 22,96
Servicios Básicos	\$ 22,16
Gastos de Constitución	\$ 50,00
Suministros de Oficina	\$ 2,03
TOTAL	\$ 97,15

- **Gasto de Ventas**

Se detallan todos los valores con los que incurre la microempresa para la promoción y comercialización de los adornos:

Tabla 31. Gasto Publicidad

Gastos de Venta	
Descripción	Valor Mensual
Hojas Volantes	\$ 20,00
Afiches	\$ 25,00
TOTAL	\$ 45,00

- **Resumen del Capital de Trabajo**

Tabla 32. Resumen del Capital de Trabajo

Detalle	Valor Mensual
Materia Prima Directa	\$ 136,40
Mano de Obra Directa	\$ 1,022,53
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 514,61
Gastos Administrativos	\$ 97,15
Gastos de Ventas	\$ 45,00
TOTAL	\$ 1.815,79

El emprendimiento para poder iniciar sus actividades requiere de recursos para poder cubrir sus necesidades de insumo, materia prima, mano de obra, etc. Para el presente proyecto se considera un capital de trabajo de 1.815,79.

4.5.3. Inversión Total

El emprendimiento tendrá una inversión total conformada por la inversión fija, el capital de trabajo y los gastos de constitución y se detallan a continuación:

Tabla 33. Total de la Inversión

Detalle	Valor
Inversión Activos Fijos	\$ 1.963,00
Capital de Trabajo	\$ 1.815,79
TOTAL INVERSIÓN	\$ 3.778,79

4.5.4. Financiamiento del Emprendimiento

Para cubrir con el total de la inversión del emprendimiento, la forma de financiamiento será propia; ya que contará con 2 trabajadoras y cada una contribuirá con el 50%. Llegando a cubrir con los \$ 3.778,79 de la inversión total.

Tabla 34. *Financiamiento*

Detalle	Porcentaje	Valor
Trabajadora 1	50%	\$ 1.889,40
Trabajadora 2	50%	\$ 1.889,40
TOTAL	100%	\$ 3.778,79

Capítulo V

5. Presupuesto Operacional

5.1 Inversión Inicial

La inversión inicial del emprendimiento está conformada por los activos fijos y el capital de trabajo, para iniciar con las operaciones del emprendimiento:

Tabla 35. *Inversión Inicial*

Detalle	Valor
Inversión Activos Fijos	\$ 1.963,00
Capital de Trabajo	\$ 1.815,79
TOTAL INVERSIÓN	\$ 3.778,79

5.2 Presupuesto de Ventas

El presupuesto de ventas fue realizado en función de un pronóstico de unidades a vender con un incremento del 2%; con este porcentaje se podrá cubrir con el total de la capacidad de la planta hasta el mes de diciembre; se estableció este porcentaje debido a que en los primeros meses de vida, el emprendimiento tendrá que darse a conocer ante la ciudadanía ibarreña, por ende, se realizará una publicidad masiva en redes sociales, a través de hojas volantes y afiches hasta posicionar los productos, y lograr cubrir con el total de la capacidad instalada que es del 9% de captación de la demanda insatisfecha.

Tabla 36. Presupuesto de Venta

Descripción	Enero	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Ventas planeadas Adornos de fomix (2%)	57	58	59	60	61	63	64	65	67	68	69	71	762
Precio de venta	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92
Ventas (\$) Adornos de Fomix	\$449,94	\$458,94	\$468,12	\$477,48	\$487,03	\$496,77	\$506,71	\$516,84	\$527,18	\$537,72	\$548,48	\$559,45	\$6.034,68
Ventas planeadas guirnaldas (2%)	142	145	148	151	154	157	160	163	166	170	173	177	1905
Precio de venta	\$ 5,63	\$ 5,63	\$ 5,63	\$ 5,63	\$ 5,63	\$ 5,63	\$ 5,63	\$ 5,63	\$ 5,63	\$ 5,63	\$ 5,63	\$ 5,63	\$ 5,63
Ventas (\$) Adornos de Papel	\$799,19	\$815,17	\$831,47	\$848,10	\$865,06	\$882,37	\$900,01	\$918,01	\$936,37	\$955,10	\$974,20	\$993,69	\$10.718,75
Ventas planeadas centros de mesa (2%)	85	87	89	90	92	94	96	98	100	102	104	106	1143
Precio de venta	\$ 7,08	\$ 7,08	\$ 7,08	\$ 7,08	\$ 7,08	\$ 7,08	\$ 7,08	\$ 7,08	\$ 7,08	\$ 7,08	\$ 7,08	\$ 7,08	\$ 7,08
Ventas (\$) Adornos de Botellas Plásticas	\$ 602,82	\$ 614,88	\$ 627,18	\$ 639,72	\$ 652,52	\$ 665,57	\$ 678,88	\$ 692,45	\$ 706,30	\$ 720,43	\$ 734,84	\$ 749,54	\$ 8.085,12
TOTAL VENTAS	\$ 1.851,95	\$ 1.888,99	\$ 1.926,77	\$ 1.965,31	\$ 2.004,61	\$ 2.044,71	\$ 2.085,60	\$ 2.127,31	\$ 2.169,86	\$ 2.213,25	\$ 2.257,52	\$ 2.302,67	\$ 24.838,55

5.3 Presupuesto de Materia Prima

Las materias primas para el emprendimiento son el fomix, el papel seda, crepé y brillante ya que las guirnaldas serán elaboradas de estos 3 tipos de papeles y por último las botellas plásticas las cuales el 70% se obtendrá del reciclaje propio y mientras que el otro 30% se adquirirá en recicladoras.

Se prevé dejar como inventario final de materiales el 5% con el fin de atender una demanda de 15 adornos para el inicio del siguiente mes, hasta la compra de los materiales.

Tabla 37. *Presupuesto de Materia Prima Directa Fomix*

Presupuesto Materia Prima Directa (Fomix)													
Meses	Enero	Feb	Mar	Abr	Mayo	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Unidades a producirse	57	58	59	60	61	63	64	65	67	68	69	71	762
(x) Materia Prima por unidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
(=) Materiales para producción total	57	58	59	60	61	63	64	65	67	68	69	71	761,81
(+) Inventario final de material deseado	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	38
(=) Necesidades totales de material	60	61	62	63	65	66	67	69	70	71	73	74	800
(-) Inventario inicial de materiales	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
(=) Materiales a comprarse	60	58	59	60	62	63	64	65	67	68	69	71	765
(x) Precio por unidad	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00
(=) Costo total de la compra	\$59,64	\$57,99	\$59,15	\$60,34	\$61,54	\$62,77	\$64,03	\$65,31	\$66,62	\$67,95	\$69,31	\$70,69	\$765,34
(=) Inventario inicial de materiales	\$0,00	\$2,84	\$2,90	\$2,95	\$3,01	\$3,07	\$3,14	\$3,20	\$3,26	\$3,33	\$3,39	\$3,46	\$34,56
(=) Inventario final de material deseado	\$2,84	\$2,90	\$2,95	\$3,01	\$3,07	\$3,14	\$3,20	\$3,26	\$3,33	\$3,39	\$3,46	\$3,53	\$38,09

Tabla 38. Presupuesto de Materia Prima Papel

Presupuesto Materia Prima Directa (Papel)													
Meses	Enero	Feb	Mar	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Unidades a producirse	142	145	148	151	154	157	160	163	166	170	173	177	1905
(x) Materia Prima por unidad	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
(=) Materiales para producción total	284	290	295	301	307	314	320	326	333	339	346	353	3809,03
(+) Inventario final de material deseado	14	14	15	15	15	16	16	16	17	17	17	18	190
(=) Necesidades totales de material	298	304	310	316	323	329	336	343	349	356	364	371	3999
(-) Inventario inicial de materiales	0	14	14	15	15	15	16	16	16	17	17	17	173
(=) Materiales a comprarse	298	290	296	302	308	314	320	327	333	340	347	353	3827
(x) Precio por unidad	\$0,15	\$0,15	\$0,15	\$0,15	\$0,15	\$0,15	\$0,15	\$0,15	\$0,15	\$0,15	\$0,15	\$0,15	\$0,15
(=) Costo total de la compra	\$44,73	\$43,49	\$44,36	\$45,25	\$46,16	\$47,08	\$48,02	\$48,98	\$49,96	\$50,96	\$51,98	\$53,02	\$574,00
(=) Inventario inicial de materiales	\$0,00	\$2,13	\$2,17	\$2,22	\$2,26	\$2,31	\$2,35	\$2,40	\$2,45	\$2,50	\$2,55	\$2,60	\$25,92
(=) Inventario final de material deseado	\$2,13	\$2,17	\$2,22	\$2,26	\$2,31	\$2,35	\$2,40	\$2,45	\$2,50	\$2,55	\$2,60	\$2,65	\$28,57

Tabla 39. Presupuesto Materia Prima Botellas

Presupuesto Materia Prima Directa (Botellas)													
Meses	Ene	Feb	Mar	Abril	Mayo	Junio	Julio	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Unidades a producirse	85	87	89	90	92	94	96	98	100	102	104	106	1143
(x) Materia Prima por unidad	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
(=) Materiales para producción total	179	182	186	190	194	198	201	206	210	214	218	222	2399,69
(+) Inventario final de material deseado	9	9	9	9	10	10	10	10	10	11	11	11	120
(=) Necesidades totales de material	188	192	195	199	203	207	212	216	220	225	229	234	2520
(-) Inventario inicial de materiales	0	9	9	9	9	10	10	10	10	10	11	11	109
(=) Materiales a comprarse	188	183	186	190	194	198	202	206	210	214	218	223	2411
(x) Precio por unidad	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,05
(=) Costo total de la compra	\$9,39	\$9,13	\$9,32	\$9,50	\$9,69	\$9,89	\$10,08	\$10,29	\$10,49	\$10,70	\$10,92	\$11,13	\$120,54
(=) Inventario inicial de materiales	\$0,00	\$0,45	\$0,46	\$0,47	\$0,47	\$0,48	\$0,49	\$0,50	\$0,51	\$0,52	\$0,53	\$0,55	\$5,44
(=) Inventario final de material deseado	\$0,45	\$0,46	\$0,47	\$0,47	\$0,48	\$0,49	\$0,50	\$0,51	\$0,52	\$0,53	\$0,55	\$0,56	\$6,00

5.4 Presupuesto de Mano de Obra Directa

La mano de obra directa estará conformada por dos personas que intervendrán en el proceso productivo; cada una de las cuales ganará \$400 más los beneficios de ley. En el caso de este emprendimiento serán las dos socias las encargadas de elaborar los adornos y una de ellas también tendrá funciones administrativas; sin embargo, el mayor tiempo lo utilizará en el área productiva.

Tabla 40. *Presupuesto de Mano de Obra*

Presupuesto MOD													
Meses	Ene	Feb	Mar	Abril	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Sueldo de las 2 traba	\$800	\$800	\$800	\$800	\$800,	\$800	\$800,	\$800,	\$800	\$800,	\$800	\$800,	\$9.600
Décimo tercero	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$800,00
Décimo cuarto	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$800,00
Aporte Patronal	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$1.070,40
(=) Costo total de la MOD	\$1.022,53	\$12.270,40											

5.5 Presupuesto de los Gastos Generales de Fabricación

El presupuesto de CIF ayuda a establecer los costos indispensables que se requerirán cada mes; de igual manera se clasifico los cotos en fijos y en variables.

Tabla 41. Presupuesto de los CIF

Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación													
Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Novie	Dic	Total
Gastos indirectos de fabricación fijos													
Depreciación	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$116,80
Arriendo Planta	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$1.800,00
Útiles de Aseo	\$19,13	\$19,13	\$19,13	\$19,13	\$19,13	\$19,13	\$19,13	\$19,13	\$19,13	\$19,13	\$19,13	\$19,13	\$229,50
Servicios Básicos base	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$324,00
(=) Total CIF Fijos	\$205,86	\$2.470,30											
Gastos indirectos de fabricación Variables													
Unidades a producir	57	58	59	60	61	63	64	65	67	68	69	71	762
MPI por unidad	\$5,44	\$5,44	\$5,44	\$5,44	\$5,44	\$5,44	\$5,44	\$5,44	\$5,44	\$5,44	\$5,44	\$5,44	\$5,44
(=) Total CIF variables	\$308,75	\$314,93	\$321,22	\$327,65	\$334,20	\$340,88	\$347,70	\$354,66	\$361,75	\$368,98	\$376,36	\$383,89	\$4.140,98
Total CIF Fijos y Variables	\$514,61	\$520,78	\$527,08	\$533,51	\$540,06	\$546,74	\$553,56	\$560,52	\$567,61	\$574,84	\$582,22	\$589,75	\$6.611,28
(-) Depreciación	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$9,73	\$116,80
(=) Desembolso de caja CIF	\$504,88	\$511,05	\$517,35	\$523,77	\$530,33	\$537,01	\$543,83	\$550,78	\$557,87	\$565,11	\$572,49	\$580,02	\$6.494,48

5.6 Presupuesto de Gastos Operacionales

Aquí se toma en cuenta aquellos gastos administrativos tales como los suministros de oficina y por otra parte los gastos de ventas en donde se tomará en cuenta los gastos de publicidad hechas en hojas volates y afiches.

Tabla 42. *Presupuesto de Gastos Operacionales*

Presupuesto de Gastos Operacionales													
Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agos	Sept	Octubre	Nov	Dic	Total
Gastos de administración y de venta fijos													
Publicidad	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$540,00
Servicios básicos	\$22,16	\$22,16	\$22,16	\$22,16	\$22,16	\$22,16	\$22,16	\$22,16	\$22,16	\$22,16	\$22,16	\$22,16	\$265,92
Depreciación	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$275,50
Suministros de oficina	\$2,03	\$2,03	\$2,03	\$2,03	\$2,03	\$2,03	\$2,03	\$2,03	\$2,03	\$2,03	\$2,03	\$2,03	\$24,40
Total Fijos	\$92,15	\$1.105,82											
(-) Depreciación	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$22,96	\$275,50
Desembolso de caja para gastos operacionales	\$69,19	\$830,32											

5.7 Estados Financieros Proforma

5.7.1. Estado de Situación Inicial Proforma

Para la elaboración del estado de situación inicial se tomó en cuenta los activos fijos y el capital de trabajo para el mes de Enero; en donde se muestra además todos los activos con los que se dará inicio a las actividades del emprendimiento.

Tabla 43. Estado de situación inicial proforma

DIVERADORNOS			
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL PROFORMA			
Al 1 de enero del 2019			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes		Pasivos corrientes	
Efectivo	\$ 1.815,79	Cuentas por pagar	0
Total Activo Corriente	\$ 1.815,79	Total Pasivo	0
Propiedad, planta y equipo		PATRIMONIO	
Muebles y Enseres	\$ 968,00	Inversión total	\$ 3.778,79
Muebles de oficina	\$ 155,00	Total Patrimonio	\$ 3.778,79
Equipo de cómputo	\$ 780,00		
Herramientas	\$ 60,00		
Total activos fijos	\$ 1.963,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 3.778,79	TOTAL PASIVOS + PATROMONIO	\$ 3.778,79

5.7.2 Estado de Costos de Producción y Ventas

Este presupuesto muestra los costos en los que se incurre para producir y vender los adornos decorativos artesanales, ayuda a determinar el costo de venta de los productos.

Tabla 44. Estado de costos producción y ventas

DIVERADORNOS													
ESTADO DE COSTO PRODUCCIÓN Y VENTAS PROFORMA													
Año 2018													
Meses	Ene	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Octubre	Nov	Diciembre	Total
Inventario Inicial de materia prima directa	\$0,00	\$5,42	\$5,53	\$5,64	\$5,75	\$5,86	\$5,98	\$6,10	\$6,22	\$6,35	\$6,47	\$6,60	\$65,92
(+) Compras Netas Materia Prima Directa	\$113,76	\$110,62	\$112,83	\$115,09	\$117,39	\$119,74	\$122,13	\$124,58	\$127,07	\$129,61	\$132,20	\$134,85	\$1.459,88
(=) Materia prima directa disponible total	\$113,76	\$116,04	\$118,36	\$120,73	\$123,14	\$125,60	\$128,12	\$130,68	\$133,29	\$135,96	\$138,68	\$141,45	\$1.525,80
(-) Inventario final de materia prima directa	\$5,42	\$5,53	\$5,64	\$5,75	\$5,86	\$5,98	\$6,10	\$6,22	\$6,35	\$6,47	\$6,60	\$6,74	\$72,66
(=) Materia Prima directa utilizada en el periodo	\$108,35	\$110,51	\$112,72	\$114,98	\$117,28	\$119,62	\$122,02	\$124,46	\$126,94	\$129,48	\$132,07	\$134,71	\$1.453,15
(+) Mano de obra directa	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$12.270,40
(+) Gastos generales de fabricación	\$514,61	\$520,78	\$527,08	\$533,51	\$540,06	\$546,74	\$553,56	\$560,52	\$567,61	\$574,84	\$582,22	\$589,75	\$6.611,28
(=) COSTO DE VENTAS	\$1.645,49	\$1.653,83	\$1.662,34	\$1.671,02	\$1.679,87	\$1.688,90	\$1.698,11	\$1.707,50	\$1.717,09	\$1.726,86	\$1.736,83	\$1.747,00	\$20.334,83

5.7.3 Estado de Resultados Proforma

Estado de resultados es el informe que permite ver los ingresos, egresos y la utilidad durante un periodo económico.

Tabla 45. *Estado de resultados proforma*

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA		
Año 2018		
Ventas Netas		\$24.838,55
Adornos de Fomix	\$ 6.034,68	
Adornos de Papel	\$ 10.718,75	
Adornos con Botellas Plásticas	\$ 8.085,12	
(-) Costos de ventas		\$ 20.334,83
(=) Utilidad bruta en ventas		\$ 4.503,72
(-) Gastos administrativos y de ventas		\$ 1.105,82
(=) Utilidad Neta		\$ 3.397,90

5.8 Flujo de Caja Proforma

El flujo de caja pronostica las entradas y salidas de efectivo del emprendimiento, información que es relevante para conocer si existe faltante o sobrante. La recuperación de la inversión de la microempresa se logra en el mes de noviembre del primer año de vida del emprendimiento.

Tabla 46. Flujo de caja

Flujo de caja													
Año 2018													
Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Saldo efectivo inicial	\$511,41	\$653,00	\$828,59	\$1.033,45	\$1.268,17	\$1.533,34	\$1.829,57	\$2.157,48	\$2.517,70	\$2.910,89	\$3.337,70	\$3.798,80	\$22.380,08
Entradas de dinero:													
Ingreso por ventas	\$1.851,95	\$1.888,99	\$1.926,77	\$1.965,31	\$2.004,61	\$2.044,71	\$2.085,60	\$2.127,31	\$2.169,86	\$2.213,25	\$2.257,52	\$2.302,67	\$24.838,55
Total ingresos de efectivo	\$1.851,95	\$1.888,99	\$1.926,77	\$1.965,31	\$2.004,61	\$2.044,71	\$2.085,60	\$2.127,31	\$2.169,86	\$2.213,25	\$2.257,52	\$2.302,67	\$24.838,55
Desembolsos de dinero:													
Materiales directos	\$113,76	\$110,62	\$112,83	\$115,09	\$117,39	\$119,74	\$122,13	\$124,58	\$127,07	\$129,61	\$132,20	\$134,85	\$1.459,88
Mano de obra directa	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$1.022,53	\$12.270,40
Gastos generales de fabricación	\$504,88	\$511,05	\$517,35	\$523,77	\$530,33	\$537,01	\$543,83	\$550,78	\$557,87	\$565,11	\$572,49	\$580,02	\$6.494,48
Gastos operacionales	\$69,19	\$69,19	\$69,19	\$69,19	\$69,19	\$69,19	\$69,19	\$69,19	\$69,19	\$69,19	\$69,19	\$69,19	\$830,32
Total desembolsos de efectivo	\$1.710,36	\$1.713,40	\$1.721,91	\$1.730,59	\$1.739,44	\$1.748,48	\$1.757,69	\$1.767,09	\$1.776,67	\$1.786,45	\$1.796,42	\$1.806,59	\$21.055,08
Flujo de caja	\$141,59	\$175,59	\$204,86	\$234,72	\$265,17	\$296,23	\$327,91	\$360,23	\$393,19	\$426,81	\$461,10	\$496,08	\$3.783,47
Saldo efectivo final o acumulado	\$653,00	\$828,59	\$1.033,45	\$1.268,17	\$1.533,34	\$1.829,57	\$2.157,48	\$2.517,70	\$2.910,89	\$3.337,70	\$3.798,80	\$4.294,88	\$26.163,55

5.9. Toma de decisiones

5.9.1. Punto de Equilibrio

Mediante el punto de equilibrio se establece el nivel de producción en unidades que debe mantener el emprendimiento para no generar pérdidas. Para establecer el punto de equilibrio se consideró los costos fijos y los costos variables mensuales.

Tabla 47. *Costos variables mensuales*

Costos Variables Adornos de Fomix												
Costos Variables	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Julio	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic
Materia prima directa	\$11,97	\$11,64	\$11,87	\$12,11	\$12,35	\$12,60	\$12,85	\$13,11	\$13,37	\$13,64	\$13,91	\$14,19
CIF Variables	\$61,97	\$63,21	\$64,47	\$65,76	\$67,08	\$68,42	\$69,79	\$71,18	\$72,60	\$74,06	\$75,54	\$77,05
Total	\$73,94	\$74,85	\$76,34	\$77,87	\$79,43	\$81,02	\$82,64	\$84,29	\$85,97	\$87,69	\$89,45	\$91,24
CVU Adornos de fomix	\$0,74	\$0,75	\$0,76	\$0,78	\$0,79	\$0,81	\$0,83	\$0,84	\$0,86	\$0,88	\$0,89	\$0,91
Costos Variables Adornos de Papel												
Materia prima directa	\$29,82	\$29,00	\$29,58	\$30,17	\$30,77	\$31,39	\$32,01	\$32,65	\$33,31	\$33,97	\$34,65	\$35,35
CIF Variables	\$154,38	\$157,46	\$160,61	\$163,82	\$167,10	\$170,44	\$173,85	\$177,33	\$180,87	\$184,49	\$188,18	\$191,95
Total	\$184,20	\$186,46	\$190,19	\$193,99	\$197,87	\$201,83	\$205,87	\$209,98	\$214,18	\$218,47	\$222,84	\$227,29
CVU Adornos de papel	\$1,02	\$1,04	\$1,06	\$1,08	\$1,10	\$1,12	\$1,14	\$1,17	\$1,19	\$1,21	\$1,24	\$1,26
Costos Variables Adornos de Botellas de Plástico												
Materia prima directa	\$17,85	\$17,36	\$17,70	\$18,06	\$18,42	\$18,79	\$19,16	\$19,55	\$19,94	\$20,34	\$20,74	\$21,16
CIF Variables	\$92,41	\$94,26	\$96,14	\$98,06	\$100,02	\$102,03	\$104,07	\$106,15	\$108,27	\$110,44	\$112,64	\$114,90
Total	\$110,26	\$111,61	\$113,84	\$116,12	\$118,44	\$120,81	\$123,23	\$125,69	\$128,21	\$130,77	\$133,39	\$136,06
CVU Adornos de botellas de plástico	\$0,92	\$0,93	\$0,95	\$0,97	\$0,99	\$1,01	\$1,03	\$1,05	\$1,07	\$1,09	\$1,11	\$1,13

Tabla 48. Costos Fijos Mensuales

Costos Fijos	
Mano de Obra Directa	1022,5
CIF Fijos	205,9
Gastos Administrativos y de Ventas Fijos	92,2
TOTAL	1320,5

Tabla 49. Punto de equilibrio mensual

Producto	Unid a vender	% Part	Precio de venta	Costo variable unitario	Margen de Contri	Margen de Pond	Punto de equilibrio	Ingresos
Enero								
Adornos de Fomix	57	20%	\$7,92	\$0,74	\$7,18	\$1,44	47	\$375,82
Adornos de Papel	142	50%	\$5,63	\$1,02	\$4,60	\$2,30	118	\$665,18
Adornos de Botellas de Plástico	85	30%	\$7,08	\$0,92	\$6,16	\$1,84	71	\$500,57
Total	284	100%		\$2,68		\$5,59	236	\$1.541,57
Febrero								
Adornos de Fomix	145	45%	\$7,92	\$0,75	\$7,17	\$3,26	97	\$768,29
Adornos de Papel	87	27%	\$5,63	\$1,04	\$4,59	\$1,25	58	\$327,51
Adornos de Botellas de Plástico	87	27%	\$7,08	\$0,93	\$6,15	\$1,68	58	\$411,74
Total	319	100%		\$1,78		\$6,19	213	\$1.507,54
Marzo								
Adornos de Fomix	59	20%	\$7,92	\$0,76	\$7,16	\$1,43	48	\$376,60
Adornos de Papel	148	50%	\$5,63	\$1,06	\$4,57	\$2,29	119	\$668,91
Adornos de Botellas de Plástico	89	30%	\$7,08	\$0,95	\$6,13	\$1,84	71	\$504,56
Total	295	100%		\$2,77		\$5,56	238	\$1.550,07
Abril								
Adornos de Fomix	60	20%	\$7,92	\$0,78	\$7,14	\$1,43	48	\$377,91
Adornos de Papel	151	50%	\$5,63	\$1,08	\$4,55	\$2,28	119	\$671,25
Adornos de Botellas de Plástico	90	30%	\$7,08	\$0,97	\$6,11	\$1,83	72	\$506,32
Total	301	100%		\$2,82		\$5,54	239	\$1.555,48
Mayo								
Adornos de Fomix	61	20%	\$7,92	\$0,79	\$7,13	\$1,43	48	\$379,26
Adornos de Papel	154	50%	\$5,63	\$1,10	\$4,53	\$2,26	120	\$673,64
Adornos de Botellas de Plástico	92	30%	\$7,08	\$0,99	\$6,09	\$1,83	72	\$508,13
Total	307	100%		\$2,88		\$5,52	239	\$1.561,03
Junio								
Adornos de Fomix	63	20%	\$7,92	\$0,81	\$7,11	\$1,42	48	\$380,65
Adornos de Papel	157	50%	\$5,63	\$1,12	\$4,51	\$2,25	120	\$676,11
Adornos de Botellas de Plástico	94	30%	\$7,08	\$1,01	\$6,07	\$1,82	72	\$509,98
Total	314	100%		\$2,94		\$5,50	240	\$1.566,74

Julio								
Adornos de Fomix	64	20%	\$7,92	\$0,83	\$7,10	\$1,42	48	\$382,07
Adornos de Papel	160	50%	\$5,63	\$1,14	\$4,48	\$2,24	121	\$678,64
Adornos de Botellas de Plástico	96	30%	\$7,08	\$1,03	\$6,05	\$1,81	72	\$511,89
Total	320	100%		\$3,00		\$5,48	241	\$1.572,60
Agosto								
Adornos de Fomix	65	20%	\$7,92	\$0,84	\$7,08	\$1,42	48	\$383,54
Adornos de Papel	163	50%	\$5,63	\$1,17	\$4,46	\$2,23	121	\$681,24
Adornos de Botellas de Plástico	98	30%	\$7,08	\$1,05	\$6,03	\$1,81	73	\$513,86
Total	326	100%		\$3,06		\$5,45	242	\$1.578,63
Septiembre								
Adornos de Fomix	67	20%	\$7,92	\$0,86	\$7,06	\$1,41	49	\$385,04
Adornos de Papel	166	50%	\$5,63	\$1,19	\$4,44	\$2,22	122	\$683,91
Adornos de Botellas de Plástico	100	30%	\$7,08	\$1,07	\$6,01	\$1,80	73	\$515,87
Total	333	100%		\$3,12		\$5,43	243	\$1.584,83
Octubre								
Adornos de Fomix	68	20%	\$7,92	\$0,88	\$7,04	\$1,41	49	\$386,59
Adornos de Papel	170	50%	\$5,63	\$1,21	\$4,41	\$2,21	122	\$686,66
Adornos de Botellas de Plástico	102	30%	\$7,08	\$1,09	\$5,99	\$1,80	73	\$517,94
Total	339	100%		\$3,18		\$5,41	244	\$1.591,19
Noviembre								
Adornos de Fomix	69	20%	\$7,92	\$0,89	\$7,03	\$1,41	49	\$388,18
Adornos de Papel	173	50%	\$5,63	\$1,24	\$4,39	\$2,20	123	\$689,49
Adornos de Botellas de Plástico	104	30%	\$7,08	\$1,11	\$5,96	\$1,79	74	\$520,08
Total	346	100%		\$3,24		\$5,39	245	\$1.597,74
Diciembre								
Adornos de Fomix	71	20%	\$7,92	\$0,91	\$7,01	\$1,40	49	\$389,82
Adornos de Papel	177	50%	\$5,63	\$1,26	\$4,37	\$2,18	123	\$692,39
Adornos de Botellas de Plástico	106	30%	\$7,08	\$1,13	\$5,94	\$1,78	74	\$522,27
Total	353	100%		\$3,31		\$5,37	246	\$1.604,48
Totales anuales adornos de fomix	849						628	\$4.973,78
Totales anuales adornos de papel	1847						1337	\$7.630,00
Totales anuales adornos de botellas de plástico	1143						854	\$5.529,35
Total Punto de Equilibrio anual	3838						2819	\$18.133,13

Tabla 50. Resumen punto de equilibrio

Producto	precio de venta	Unidades a vender anual	Unidades a vender mensuales	Ingresos	Punto de equilibrio anual	Punto de equilibrio mensual	Ingresos
Adornos de Fomix	\$7,92	849	71	\$ 560,39	628	52	\$414,48
Adornos de Papel	\$5,63	1847	154	\$ 866,06	1337	111	\$627,20
Adornos de Botellas Plásticas	\$7,08	1143	95	\$ 673,64	854	71	\$503,60
Total		3838	320	\$ 2.100,09	2819	235	\$1.545,28

Diferencia entre el Punto de Equilibrio y las Unidades a Vender	85
------------------------------------------------------------------------	-----------

Conclusiones

Se constató que la inversión de \$ 3.778,79 es rentable porque mediante los análisis efectuados en el estudio de presupuestos se determina que: la recuperación de la inversión se logra en el primer año de vida del emprendimiento, siempre y cuando se cumpla con los parámetros establecidos en los presupuestos elaborados.

La microempresa genera ganancias desde el primer mes; considerando que el punto de equilibrio mensual en promedio es de 235 en general, siendo para los adornos de fomix 52 unidades, para los adornos de papel 111 y para los adornos de botellas 71 unidades, menor a la producción establecida por el emprendimiento que será de 320 adornos en promedio. Elaborando 85 unidades más que representan las ganancias de la microempresa.

CAPITULO VI

6. Estructura Organizacional

6.1. Constitución Legal

Para el correcto funcionamiento del emprendimiento se debe considerar el cumplimiento legal para poner en marcha a la microempresa, para cumplir con lo que estipula la ley se obtendrán los permisos necesarios como persona natural a nombre de: Mirian Tenelema, es decir será la representante legal y asumirá las funciones administrativas.

✓ RISE

Los beneficios que provee el RISE a las microempresas es reemplazable el pago del IVA y la Declaración Impuesto a la Renta por pagos mensuales de acuerdo a los ingresos del emprendimiento. El emprendimiento se acoge al RISE porque al ser pequeño solo contará en nómina con dos personas.

Requisitos para obtener el RISE

- ☐ Ser persona natural
- ☐ No tener ingresos a \$60.000 en el año
- ☐ No dedicarse a alguna de las actividades restringidas
- ☐ No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años
- ☐ Cedula de identidad
- ☐ Certificado de votación actual
- ☐ Y cualquier documento que certifique el lugar donde se realizará la actividad comercial, pudiendo ser planillas de agua, luz o teléfono; contrato de arrendamiento; estados de cuenta de otros servicios; o comprobante de pago de impuesto predial.

✓ **Patente Municipal o Uso de Suelo**

El certificado de uso de suelo permite que la microempresa pueda iniciar sus actividades legalmente y garantice que la actividad económica está autorizada para operar en la zona donde se ubicará el emprendimiento

Requisitos

- RISE
- Solicitud dirigida al alcalde
- Croquis del predio y la ubicación exacta del local en el predio, dimensionado
- Especie valorada para certificar vacía
- Tasa por servicios administrativos
- Copia de la carta de pago del impuesto del propietario del bien inmueble
- Copia de la cedula y papeleta de votación del dueño de la actividad económica
- Certificado de tesorería de no adeudar al municipio
- Realizar el pago del uso del suelo

✓ **Permiso del Cuerpo de Bomberos**

El permiso de funcionamiento es la autorización que el cuerpo de bomberos emite a todo local para su funcionamiento.

Requisitos

- ✓ Solicitud de inspección del local
- ✓ Informe de inspección aprobada por bomberos 2019
- ✓ Copia de cedula y papeletea de votación del representante legal
- ✓ Copia del RUC o RISE

✓ Copia de patente comercial municipal 2019

6.2 Nombre de la Microempresa

Se ha determinado que el nombre de la microempresa será “DIVERADORNOS” con relación a su operación, ya que la actividad económica del emprendimiento será la elaboración y venta de adornos decorativos artesanales para fiestas; además de que el nombre es novedoso y fácil de recordad para los clientes.

6.3 Logotipo y Eslogan



Figura 15. Logo del Emprendimiento

6.4 Misión

Somos una microempresa dedicada a la producción y comercialización de artículos decorativos para eventos sociales, los cuales son elaborados a base de diferentes materiales, uno de ellos es con material reciclable, buscando así ofrecer un aspecto y caracterización diferente, imponiendo el buen gusto, procesos eficientes y amigables con el medio ambiente.

6.4.1 Visión

Para el 2022 seremos una microempresa posicionada en el mercado local como una de las principales en el mercado, con un excelente equipo humano, adecuado y capaz de aprovechar las oportunidades de expansión que se presenten a lo largo del camino; innovando constantemente en diseños y sobre todo comprometidos con el mejoramiento continuo para lograr el éxito deseado.

6.4.2 Principios Organizacionales

- **Trabajo en equipo:** Mejorar el trabajo en equipo y los procesos delegados a cada uno de los miembros, para una oportuna toma de decisiones.
- **Calidad:** Fijar estándares de calidad en cuanto al proceso de elaboración de los adornos, para cuidar cada detalle del producto, logrando obtener artículos de primera, para llegar a la satisfacción del cliente.
- **Liderazgo:** Fomentar un ambiente amigable tanto con los colaboradores de la microempresa como con los clientes, para lograr el cumplimiento de los objetivos del emprendimiento.
- **Mejoramiento Continuo:** Innovar constantemente en nuevos diseños de adornos de diversos materiales, para captar un mayor número de clientes potenciales.
- **Responsabilidad Ambiental:** Contribuir al cuidado del medio ambiente, a través del reciclaje de botellas de plástico para la elaboración de adornos decorativos.

6.4.3 Valores Organizacionales

- **Respeto:** Mantener el respeto hacia nuestros clientes, creando buenas relaciones basadas en el buen trato.

- **Responsabilidad:** La microempresa será responsable en efectuar todos los requerimientos solicitados por el cliente; cumpliendo un trabajo con dedicación y entrega.
- **Honestidad:** Diveradornos mantendrá el compromiso de siempre ser justos ante nuestros clientes.

6.5 Estructura Organizacional

A continuación, la microempresa propone un modelo de organigrama para la producción y comercialización de artículos decorativos para toda clase de eventos sociales.

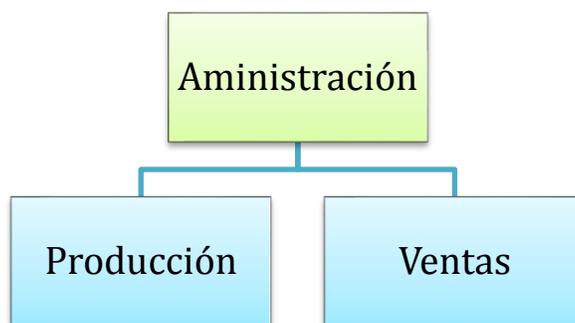


Figura 16. Organigrama Estructural

En el nivel administrativo se encuentran las dos personas que conforman la microempresa para así poder tomar las decisiones en conjunto, pero las actividades administrativas serán realizadas por una sola persona, la misma que también se encargará de manejar el departamento de ventas, ya que, al ser el proyecto un emprendimiento, son los mismos emprendedores quienes se encargan de varias actividades para poner en marcha el emprendimiento por ende las trabajadoras de esta microempresa tendrán multifunciones, mientras que en el nivel operativo las actividades la realizaran las dos personas por lo que las mismas tienen los conocimientos necesarios para la elaboración de los adornos.

6.6 Políticas

Políticas Administrativas

- Se utilizará los recursos financieros de acuerdo con los presupuestos establecidos.
- Los colaboradores conservarán un comportamiento profesional y ético al ejecutar sus funciones.

Todos los integrantes de la microempresa velaran por un ambiente laboral solidario y positivo a fin de establecer relaciones cordiales entre el personal y los clientes.

Políticas de Producción

- Se atenderá a tiempo los pedidos de los consumidores siempre y cuando sean hechos con anticipación destacando la puntualidad y el respeto.
- Se utilizará botellas de plástico recicladas para la elaboración de los adornos.

Se utilizará materia prima de calidad para satisfacción del cliente.

Políticas de Venta

- Las ventas serán realizadas al contado
- Se realizarán descuentos a los clientes que adquieran un valor mayor a \$100,00

Se elaborarán estrategias de publicidad y comercialización, alcanzando posicionamiento en el mercado.

6.7. Descripción de Puestos

La descripción de puestos es un documento con el que cuenta la microempresa en donde se describe las funciones y competencias que debe tener el personal para una adecuada realización de tareas dentro del emprendimiento para su buen desempeño. A continuación, se detalla la descripción de puestos con la que se contará:

- **Puesto Administrativo**

Tabla 51. Descripción de puesto Administrativo

Descripción de Puesto Administrativo	
Identificación del Puesto	
Nombre del Cargo	Administrador
Nivel Ocupacional	Administrativo
Área a la cual pertenece	Área de Administración de Ventas
Experiencia Laboral	No requerido
Misión	
Controlar las actividades de administración, contabilidad y comercialización de la microempresa; generando información contable óptima y oportuna necesaria para garantizar una efectiva distribución de recursos materiales y financieros, a través de la oportuna toma de decisiones.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ser el representante legal de la empresa <input type="checkbox"/> Vigilar por el cumplimiento de la misión, visión, principios, valores y políticas del emprendimiento. <input type="checkbox"/> Selecciona y diseña productos y servicios que signifiquen ventajas competitivas y diferenciadas en la oferta de la empresa. <input type="checkbox"/> Definir e implementar estrategias de comercialización. <input type="checkbox"/> Establecer vínculos entre el cliente y la microempresa para facilitar las negociaciones. <input type="checkbox"/> Elaborar un registro contable de todas las transacciones realizadas y llevar apropiadamente la situación económica del emprendimiento. <input type="checkbox"/> Realizar publicaciones en redes sociales que incluyan información, modelos y diseños de los adornos; así como promociones del producto. <input type="checkbox"/> Definir y describir los roles y responsabilidades de los trabajadores de la empresa, <input type="checkbox"/> Atender los reclamos del cliente, tomando en cuenta su origen y naturaleza <input type="checkbox"/> Recibir el pago de los adornos decorativos 	
Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Responsabilidad <input type="checkbox"/> Orientación a los resultados <input type="checkbox"/> Toma de decisiones <input type="checkbox"/> Habilidad de negociación <input type="checkbox"/> Habilidad de comunicación 	
Conocimientos	
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Conocimientos en contabilidad <input type="checkbox"/> Conocimientos en técnicas de negociación <input type="checkbox"/> Conocimiento en técnicas de comercialización <input type="checkbox"/> Creatividad <input type="checkbox"/> Pensamiento estratégico para planificar <input type="checkbox"/> Conocimientos sobre características de los productos y servicios ofertados 	

- **Puesto Operario**

Tabla 52. Descripción de puestos Operativo

Descripción de Puesto Operario	
Identificación del Puesto	
Nombre del Cargo	Operario
Nivel Ocupacional	Operativo
Área a la cual pertenece	Área de Producción
Experiencia Laboral	No requerido
Misión	
Elaborar los adornos decorativos en base a estándares de calidad controlando todo que todo el proceso productivo se lleve con normalidad, cumpliendo con los objetivos de producción y comercialización, manteniendo la innovación y creatividad.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Realizar análisis, cotización y propuesta de compra de materias primas, insumos y equipos requeridos en función de los productos <input type="checkbox"/> Realizar la adquisición de la materia prima <input type="checkbox"/> Verificar que la materia prima cumpla con las especificaciones de calidad y de cantidad. <input type="checkbox"/> Conservar la calidad de los materiales adquiridos, inspeccionando que sean almacenados en condiciones adecuadas. <input type="checkbox"/> Planificar la producción del día <input type="checkbox"/> Realizar periódicamente el control de stocks, verificando el abastecimiento de materias primas y de productos finales. <input type="checkbox"/> Cuidar del área de trabajo <input type="checkbox"/> Elaborar los adornos de acuerdo con el tipo de material <input type="checkbox"/> Elaborar los adornos manteniendo el control de la cantidad de los materiales, mediante el uso de herramientas y técnicas adecuadas en los tiempos convenidos. <input type="checkbox"/> Decorar los adornos cuidando los detalles de acuerdo con el tipo de adorno 	
Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Responsabilidad <input type="checkbox"/> Compromiso laboral <input type="checkbox"/> Adecuado manejo de la información <input type="checkbox"/> Trabajar bajo presión <input type="checkbox"/> Trabajar en equipo 	
Conocimientos	
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Creatividad e innovación <input type="checkbox"/> Conocimiento en la elaboración de adornos artesanales <input type="checkbox"/> Identificación de tipos de materiales <input type="checkbox"/> Conocimiento en control de calidad 	

Capítulo VII

7. Impactos

Los impactos son el resultado final causado por los efectos de un proyecto, que pueden ser tanto positivos como negativos. Identificando cambios con el antes y el después de la puesta en marcha del emprendimiento. Por tal motivo en este capítulo se analizarán las consecuencias de los impactos más relevantes y en los que mayor incidencia tiene el proyecto de emprendimiento; siendo estos el impacto económico y ambiental. La valoración para la evaluación de los impactos tanto para sus efectos negativos como positivos responde a los siguientes criterios:

Tabla 53. *Valoración de los Impactos*

Impacto Positivo	Valoración	Impacto Negativo	Valoración
Impacto Alto	3	Impacto Alto	-3
Impacto Medio	2	Impacto Medio	-2
Impacto Bajo	1	Impacto Bajo	-1
No existe impacto	0		

7.1. Impacto Económico

El impacto económico es el primer impacto que se debe analizar en un proyecto de emprendimiento puesto que los pequeños emprendedores desean que sus negocios sean rentables y les generen ganancias. El impacto económico hace referencia al progreso económico de las organizaciones, en el caso de este emprendimiento se referirá a la elaboración y comercialización de adornos decorativos para eventos sociales. Este emprendimiento al momento de su aplicación y mediante su crecimiento tiene como principal impacto económico la generación de puestos de trabajo; con el fin de contribuir al dinamismo de la economía familiar de las emprendedoras.

Tabla 54. Matriz de Impacto Económico

Factores	Nivel de Impactos							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Nivel de Ingresos						X		2
Generación de Empleo							X	3
Rentabilidad						X		2
Total	0	0	0	0	0	4	3	7

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\text{Sumatoria de Impactos}}{\text{Número de Factores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = \frac{7}{3} = 2,33$$

$$\text{Impacto Económico} = \text{Impacto Medio Positivo}$$

De acuerdo con los resultados logrados a través de la elaboración de la matriz de impactos, el presente emprendimiento tendrá una aportación en el ámbito familiar y positivo, porque la ejecución del proyecto permitirá obtener utilidades mediante la expansión y el crecimiento de este;

- **Nivel de Ingresos:** El emprendimiento generará ingresos desde el primer mes de ejecución del proyecto, con ingresos anuales de \$ **4.259,54** considerando que cada trabajadora cuenta con su sueldo mensual fijo aparte de las utilidades que genera la microempresa; las cuales serán reinvertidas para el crecimiento y mejoramiento de la microempresa. Por ende, se considera que el nivel de ingresos es de impacto económico positivo ya que se logar cubrir con todos los costos y gastos en los que incurre el proyecto.
- **Generación de Empleos:** De acuerdo con el resultado obtenido el emprendimiento contribuye a generar dos nuevos empleos que en este caso es para las dos emprendedoras del proyecto, brindando oportunidades de trabajo.

- **Rentabilidad:** Ya que los adornos artesanales no son comercializados ni ofertados en ninguna otra parte de la ciudad, además de poseer precios aceptados por el público, si el emprendimiento marcha bien generará rentabilidad, lo cual hará que la empresa se mantenga a lo largo del tiempo en el mercado.

7.2. Impacto Ambiental

El impacto ambiental representa a todas las modificaciones de las condiciones ambientales sean estas positivas o negativas provocadas por el accionar del proyecto de emprendimiento. El objetivo del proyecto es garantizar que el emprendimiento sea ambientalmente sostenible al corto plazo y al largo plazo a medida que vaya creciendo.

Tabla 55. *Matriz de Impacto Ambiental*

Factores	Nivel de Impactos							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Manejo de desechos							X	3
Protección del medio ambiente							X	3
Total	0	0	0	0	0	0	6	6

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{\text{Sumatoria de Impactos}}{\text{Número de Factores}}$$

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{6}{2} = 3$$

$$\text{Impacto Ambiental} = \text{Impacto Alto Positivo}$$

De acuerdo con la matriz planteada el nivel de impacto ambiental es alto positivo lo que significa que el emprendimiento tendrá una aportación útil para el medio ambiente, sin cambiar sus condiciones ambientales negativamente.

- **Manejo de desechos:** El proyecto al utilizar materiales de papelería los materiales sobrantes serán utilizados ya sea para dar los acabados finales a los adornos o elaborando

subproductos como adornos pequeños que puedan ser obsequiados al cliente junto con su compra.

- **Protección del medio ambiente:** Al utilizar las botellas plásticas como materia prima de nuevos productos, se reducen los costos en la obtención de estas y se convierten en nuevas alternativas de negocios para las emprendedoras, contribuyendo a la protección del medio ambiente y elaborando productos novedosos.

7.3. Impacto cultural

Tabla 56. *Matriz de impacto cultural*

Factores	Nivel de Impactos							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Creación de una cultura ambiental							X	3
Habilidad Artesanal							x	
Total	0	0	0	0	0	0	6	6

$$\text{Impacto cultural} = \frac{\text{Sumatoria de Impactos}}{\text{Número de Factores}}$$

$$\text{Impacto Cultural} = \frac{6}{2} = 3$$

- **Habilidad artesanal:** A través de la matriz se puede evidenciar que el impacto cultural es positivo, ya que el emprendimiento muestra mediante la producción y comercialización de adornos decorativos artesanales, la habilidad y creatividad de cada trabajadora, demostrando sus destrezas y ofertando adornos diversos que satisfagan las expectativas de los clientes.

- **Creación de una cultura ambiental:** Mediante la elaboración de adornos con botellas de reciclaje se desea crear una cultura ambiental a través de las ventas a los clientes potenciales del emprendimiento, contribuyendo a un cambio de mentalidad acerca del cuidado del medio ambiente.

Conclusiones

El objetivo del emprendimiento es crear una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de adornos decorativos para eventos sociales, en la ciudad de Ibarra. Y de acuerdo con los estudios realizados se establecieron las siguientes conclusiones:

- A través del capítulo I correspondiente al Diagnóstico Situacional se ha dado constancia de que las variables e indicadores establecidos se encuentran fuertemente ligadas al proyecto, esto es: población económicamente activa del cantón Ibarra (PEA), del cual se obtuvo la muestra que sirvió como referente para desarrollar las técnicas e instrumentos de campo.
- Los lineamientos y bases teóricas ayudaron a definir puntos importantes como conocer y discernir los fundamentos indispensables en un proyecto de emprendimiento; los conceptos descritos contribuyen a una mejor visión de lo expuesto.
- Con el Estudio de Mercado se pudo identificar el número de locales de venta existentes de este tipo de producto o bien sus derivados, obteniendo un referente de tres locales comerciales ubicados en el centro de la ciudad, se concluye que: los adornos son aceptados por el 72% de los ciudadanos ibarreños, lo cual determinó que la competencia no ofrece adornos decorativos artesanales; por lo que estos adornos se diferencian de la competencia. El precio de venta establecido en el emprendimiento es competitivo en el mercado; ya que, mediante la encuesta, las personas afirmaron poder pagar desde los \$5.00 a \$10.00 dólares por los adornos decorativos, obteniendo una utilidad anual de \$ 3.397,90
- Mediante el desarrollo del capítulo 4 se determinó la ubicación más apropiada para la ubicación de la microempresa, tomando en cuenta los diferentes factores que pueden favorecer a la misma, tales como movimientos del comercio, facilidad de acceso y otros

factores comerciales, de igual manera se pudo determinar la capacidad del emprendimiento, su inversión y los recursos necesarios para el desarrollo de la microempresa.

- Se constató que la inversión de \$ 3.778,79 es rentable porque mediante los análisis efectuados en el estudio de presupuestos se determina que: la recuperación de la inversión se logra en el primer año de vida del emprendimiento, siempre y cuando se cumpla con los parámetros establecidos en los presupuestos elaborados.
- Con la realización del análisis organizacional, se determinó que el establecimiento de la misión, visión, políticas y principios; servirán como directrices por los cuales se regirán la microempresa y sus empleadas; así como las descripciones de puestos realizadas, que se usarán de guía para que las trabajadoras cumplan con las funciones establecidas, de manera eficaz.
- A través de la evaluación de los impactos económico y ambiental, se concluye que el emprendimiento genera impactos positivos tales como: contribuye al mejoramiento de los ingresos familiares, a la creación de dos nuevos empleos de las socias del emprendimiento y no contamina el medio ambiente.

Recomendaciones

- Debido a los análisis realizados a lo largo de toda la investigación, se recomienda ejecutar la inversión del emprendimiento. Cumpliendo con los parámetros establecidos, en los estudios realizados.
- Afianzar día a día los criterios teóricos para que gracias a ellos se pueda obtener nuevas ideas y poderlas aplicar en la implantación del proyecto, es por eso recomendable actualizar las bases teóricas en cada proyecto.
- Se recomienda mantener actualizada la opinión de los clientes mediante encuestas breves en redes sociales que permitan identificar los gustos y preferencias, a fin de conseguir su fidelidad y satisfacción, para así estar al tanto de las expectativas y necesidades de los clientes.
- Realizar la adecuación necesaria del espacio físico, brindando así un buen servicio a los clientes y ofreciendo una presentación impecable de la microempresa.
- Se recomienda mantener los niveles de producción por encima del punto de equilibrio con el fin de obtener las ganancias esperadas y solventar todos los egresos generados, haciendo el uso adecuado de la tecnología a través de la publicidad y promoción de los adornos de forma continua para una mayor captación de los clientes.
- Es necesario tomar en cuenta el análisis organizacional para una oportuna toma de decisiones, así como la aplicación de medidas correctivas en caso de ser necesario para un correcto funcionamiento de la microempresa.
- Los impactos que provienen del emprendimiento son positivos, por lo que a largo plazo se deberá hacer un análisis de las incidencias ambientales y económicas, tomando en cuenta que el mundo es cambiante, lo cual obliga a estar innovado cada día.

Bibliografía

- Administración*. (14 de Mayo de 2010). Recuperado el 23 de Noviembre de 2017, de
Administración: <http://citlali-solis.blogspot.com/2010/05/valores-institucionales.html>
- Aguirre, R. (2014). *Emprender Fácil*. Obtenido de <https://www.emprender-facil.com/es/tiendas-de-decoracion/>
- Angel, L., & Encinas, V. (31 de 01 de 2009). Recuperado el 22 de 07 de 2018, de
<http://politicaempresarialfaca.blogspot.com/>
- Belinda. (03 de Julio de 2018). *itparty*. Obtenido de itparty: <http://itparty.es/tendencias-en-decoracion-para-fiestas-2018/>
- Caviedes, Y. (09 de Mayo de 2014). *Impacto Ambiental, Social y Económico de un Proyecto*.
Recuperado el 23 de Noviembre de 2017, de Impacto Ambiental, Social y Económico de
un Proyecto: <https://prezi.com/rm0xq6qirtag/impacto-ambiental-social-y-economico-del-proyecto/>
- Delgado, D., & Chávez, G. (Abril de 2014). *Eumed*. Obtenido de
<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html>
- Flores, J. (1 de Enero de 2009). *Que son las Manualidades: Concepto, Historia, Tipos e Importancia*. Obtenido de Que son las Manualidades: Concepto, Historia, Tipos e Importancia: <https://www.mamaflor.com/2009/01/que-son-las-manualidades.html>
- Hernández, S., & Martínez, A. P. (2011). *Fundamentos de Gestión Empresarial*. México: McGRAW-HILL.

Luna, G., Barragán, V., & Miranda, A. (2010). Formulación y Evaluación de Poryectos de Inversión. En G. Luna Fernández, V. Barragán Mayagoitia, & A. Miranda Quintero, *Formulación y Evaluación de Poryectos de Inversión* (pág. 28). México: INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL.

MamaFlor. (23 de Noviembre de 2017). Obtenido de MamaFlor:

<http://www.mamaflor.com/2009/01/que-son-las-manualidades.html>

Núñez, J. (5 de Noviembre de 2014). *Estrategia financiera para la pequeña y mediana empresa*

Pyme. Obtenido de Estrategia financiera para la pequeña y mediana empresa Pyme:

<https://www.gestiopolis.com/estrategia-financiera-para-la-pequena-y-mediana-empresa-pyme/>

Obando, J. (23 de 06 de 2013). *jobandtalent*. Recuperado el 22 de 07 de 2018, de

<https://blog.jobandtalent.com/el-manual-de-funciones-de-la-empresa/>

Porto, J. P., & Merino, M. (2015). *Definición*. Obtenido de Definición:

<https://definicion.de/adorno/>

Ramos Rosendo, D. (2010). EL RECICLAJE en la SOCIEDAD ACTUAL. En D. Ramos

Rosendo, *EL RECICLAJE en la SOCIEDAD ACTUAL* (pág. 7). Sevilla: WANCEULEN.

Ramos, A. (04 de 11 de 2014). *Gestiopolis*. Recuperado el 22 de 07 de 2018, de

<https://www.gestiopolis.com/importancia-del-proceso-administrativo-en-las-empresas/>

Robredo, G. (22 de Mayo de 2016). *LOS PROBLEMAS DE LAS PYMES*. Obtenido de LOS

PROBLEMAS DE LAS PYMES: <http://www.cartafinanciera.com/pymes/los-problemas-de-las-pymes>

Tapia, E. (31 de Octubre de 2017). *EL COMERCIO*. Obtenido de

<http://www.elcomercio.com/actualidad/reforma-tributaria-importaciones-microempresas-ecuador.html>

Thomson, I. (08 de 2017). *Promonegocios*. Recuperado el 22 de 07 de 2018, de

<https://www.promonegocios.net>

Vásquez, A. (26 de Julio de 2018). *Planificación de eventos sociales*. Obtenido de Planificación

de eventos sociales: <http://www.fiestasdeboda.com/eventos-sociales/>

ANEXOS

ANEXO 1: Encuesta aplicada a la población ibarreña



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE IBARRA

OBJETIVO: Medir el nivel de aceptación que tendrá el elaborar y comercializar adornos decorativos para compromisos sociales en la ciudad de Ibarra.

INSTRUCCIONES: Marque con una X donde crea conveniente

CUESTIONARIO

1. **¿Con qué frecuencia su familia acostumbra a comprar adornos para decorar sus fiestas?**
 - Una vez al mes
 - Dos veces al mes
 - Cada dos meses

2. **¿Qué tipos de eventos celebra con más frecuencia?**
 - Cumpleaños
 - Bodas
 - Aniversarios
 - Bautizos
 - Baby Shower
 - Comuniones

3. **¿En su familia estarían dispuestos a comprar adornos hechos artesanalmente a base de botellas de reciclaje, papel y fomix para decorar sus fiestas?**
 - Si
 - No

4. **¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por los adornos hechos artesanalmente para decorar sus fiestas?**
 - De \$5,00 a \$10,00
 - De \$10,00 a \$15,00
 - De \$15,00 a \$20,00

5. ¿Qué tipo de adornos necesita más para decorar sus fiestas?

- Adornos de botellas (Centros de mesa)
- Adornos de papel (Guirnaldas)
- Adornos de fomix

6. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría conocer sobre esta microempresa?

- Redes sociales
- Hojas volantes
- Afiches

7. ¿Conoce usted otra empresa o persona que venda adornos artesanales para fiestas o eventos sociales en la ciudad de Ibarra?

- Si
- No

8. ¿En qué lugares ha adquirido los adornos decorativos para sus fiestas?

- Fiesta Manía
- Super Fiesta
- Hability Decoración

Anexo 2: Fichas de observación aplicada a los locales que venden adornos decorativos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**FICHA DE OBSERVACIÓN DIRIGIDA A LOS LOCALES QUE COMERCIALIZAN
ARTICULOS DECORATIVOS PARA EVENTOS SOCIALES.**

Ficha de Observación N°1

NOMBRE DE LA EMPRESA VISITADA: Fiesta Manía
DIRECCIÓN: Calle Obispo Mosquera y Bolívar
FECHA: 22 de julio del 2018

FIESTA MANIA					
ASPECTOS GENERALES A VALORAR					
ASPECTO A VALORAR	MALO	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
IMAGEN DE LA EMPRESA			X		
SERVICIO DE LA EMPRESA			X		
PRECIO			X		
CALIDAD DEL PRODUCTO			X		
VARIEDAD DE LOS ARTÍCULOS			X		
MATERIAL DE LOS ARTÍCULOS					
MATERIAL	SI		NO		
FOMIX	X				
PAPEL	X				
BOTELLAS DE PLÁSTICO			X		
OTROS	Espuma Flex				
ADORNOS ARTESANALES			X		



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRIGIDA A LOS LOCALES QUE COMERCIALIZAN
 ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EVENTOS SOCIALES.

Ficha de Observación N°2

NOMBRE DE LA EMPRESA VISITADA: Súper Fiesta
DIRECCIÓN: Calle Bolívar y Obispo Mosquera
FECHA: 22 de julio del 2018

SUPER FIESTA					
ASPECTOS GENERALES A VALORAR					
ASPECTO A VALORAR	MALO	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
IMAGEN DE LA EMPRESA				X	
SERVICIO DE LA EMPRESA			X		
PRECIO			X		
CALIDAD DEL PRODUCTO			X		
VARIEDAD DE LOS ARTÍCULOS			X		
MATERIAL DE LOS ARTÍCULOS					
MATERIAL	SI		NO		
FOMIX	X				
PAPEL	X				
BOTELLAS DE PLÁSTICO			X		
OTROS	Espuma Flex, Cartón				
ADORNOS ARTESANALES				X	



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRIGIDA A LOS LOCALES QUE COMERCIALIZAN
 ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EVENTOS SOCIALES.

Ficha de Observación N°3

NOMBRE DE LA EMPRESA VISITADA: Hability Decoración

DIRECCIÓN: Calle Sánchez y Cifuentes

FECHA: 22 de julio del 2018

HABILITY DECORACIÓN					
ASPECTOS GENERALES A VALORAR					
ASPECTO A VALORAR	MALO	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
IMAGEN DE LA EMPRESA		X			
SERVICIO DE LA EMPRESA			X		
PRECIO			X		
CALIDAD DEL PRODUCTO			X		
VARIEDAD DE LOS ARTÍCULOS		X			
MATERIAL DE LOS ARTÍCULOS					
MATERIAL	SI		NO		
FOMIX	X				
PAPEL	X				
BOTELLAS DE PLÁSTICO			X		
OTROS	Espuma Flex				
ADORNOS ARTESANALES			X		

ANEXO 3: Entrevista aplicada a los locales comerciales



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS LOCALES QUE COMERCIALIZAN ARTÍCULOS
DECORATIVOS PARA EVENTOS SOCIALES.

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA: Determinar las fuerzas competitivas de los adornos dentro de la ciudad de Ibarra.

NOMBRE DEL LOCAL VISITADO: Fiesta Manía

FECHA: 20 de julio del 2018

ENTREVISTADO: Ricardo López (propietario del local)

Entrevista N°1

- 1. ¿Usted vende adornos decorativos hechos artesanalmente y de materiales de reciclaje?**

Por lo general no vendemos esos tipos de adornos, ya que nuestro local está dedicado solamente a la comercialización y no la elaboración de los mismos.

- 2. ¿Qué cantidad de adornos decorativos usted vende mensualmente?**

En promedio vendemos 2.400 adornos mensuales

- 3. ¿Cuál es el precio promedio de los adornos decorativos que usted vende?**

El precio de los adornos varía de acuerdo a modelo, tamaño y calidad, por lo general su precio va desde los \$5.00 dólares en adelante

- 4. ¿Cómo comercializa los adornos decorativos?**

Nosotros hacemos la publicidad por medio de la radio, ya que es un medio de comunicación que por lo general toda la ciudadanía escucha

- 5. ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique a la elaboración de adornos decorativos hechos artesanalmente con materiales como fomix, papel y botellas plásticas?**

Hasta ahora no he escuchado que existan locales o personas que oferten este tipo de adornos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS LOCALES QUE COMERCIALIZAN ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EVENTOS SOCIALES.

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA: Determinar las fuerzas competitivas de los adornos dentro de la ciudad de Ibarra.

NOMBRE DEL LOCAL VISITADO: Fiesta Manía

FECHA: 20 de julio del 2018

ENTREVISTADO: Javier Ramírez (propietario del local)

Entrevista N°2

1. ¿Usted vende adornos decorativos hechos artesanalmente y de materiales de reciclaje?

Nuestro local se enfoca más en la compra y venta de productos, es decir que no elaboramos nuestros productos.

2. ¿Qué cantidad de adornos decorativos usted vende mensualmente?

El promedio de ventas mensuales es de 2.500

3. ¿Cuál es el precio promedio de los adornos decorativos que usted vende?

Los precios de nuestros productos se enfocan de acuerdo más que todo al material, porque existe todo tipo de material unos más caros que otros, entonces los precios los fijamos a partir de los \$5.00 dólares.

4. ¿Cómo comercializa los adornos decorativos?

La publicidad que usamos es mediante redes sociales, radio, a veces usamos hojas volantes, pero por lo general son por las redes porque son más económicas.

5. ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique a la elaboración de adornos decorativos hechos artesanalmente con materiales como fomix, papel y botellas plásticas?

Por el momento no he conocido a personas o que existan locales que vendan estos tipos de adornos, solamente la competencia existente en el medio que son los locales que oferta productos similares a los nuestros.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS LOCALES QUE COMERCIALIZAN ARTÍCULOS DECORATIVOS PARA EVENTOS SOCIALES.

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA: Determinar las fuerzas competitivas de los adornos dentro de la ciudad de Ibarra.

NOMBRE DEL LOCAL VISITADO: Hability Decoración

FECHA: 20 de julio del 2018

ENTREVISTADO: Nataly Andrade (propietaria del local)

Entrevista N°3

1. ¿Usted vende adornos decorativos hechos artesanalmente y de materiales de reciclaje?

No vendemos adornos decorativos hechos artesanalmente nosotros compramos los adornos solo para venderlos los compramos en materiales en su mayoría de espuma Flex, papel y cartón.

2. ¿Qué cantidad de adornos decorativos usted vende mensualmente?

En promedio vendemos 2.000 artículos de adornos para las fiestas

3. ¿Cuál es el precio promedio de los adornos decorativos que usted vende?

El precio promedio de los adornos que venden esta entre un rango de \$5.00 a \$10.00, dependiendo del tipo de adorno.

4. ¿Cómo comercializa los adornos decorativos?

Para la publicidad de nuestros artículos lo hacemos por redes sociales y hojas volantes

5. ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique a la elaboración de adornos decorativos hechos artesanalmente con materiales como fomix, papel y botellas plásticas?

La verdad no se ha escuchado en donde vendan adornos hechos manualmente