

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

TRABAJO DE GRADO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA COMUNITARIA PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS EN LANA DE ALPACA EN
LA COMUNIDAD DE MOROCHOS, PARROQUIA QUIROGA,
CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CONTADORA PÚBLICA Y AUDITORA**

**AUTORA: ESCOBAR, B. Verónica
ASESOR: ING. JÁCOME, V. Walter PHD**

ABRIL DEL 2011

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad los proyectos deben tener sustentabilidad y sostenibilidad en el uso adecuado de los recursos naturales y dar el valor agregado en lo económico, social y tecnológico para los involucrados. Bajo este enfoque la producción de alpacas en la comunidad de Morochos se torna indispensable ya que se conserva y se maneja en una forma racional los páramos existentes en esta comunidad. Una manera de utilizar adecuadamente la producción de estos animales es usando la lana con interrelación artesanal y sociocultural del sector; para así obtener prendas de vestir y otros elementos de artesanías de alta calidad a nivel del mercado local y/o internacional.

El presente proyecto se delinea bajo dos ejes transversales fundamentales que son; manejar adecuadamente los páramos naturales de la comunidad con el pastoreo de las alpacas y aprovechar la lana de alpaca para producir artesanías de alto valor cultural y comercial y generar fuentes de empleo a la población económicamente activa de la comunidad de Morochos.

Las empresas comunitarias son los instrumentos que viabilizan la apertura de tecnologías, el desarrollo de competencias locales y el uso adecuado de los recursos naturales dando a la comunidad oportunidad de un adelanto económico, social y artesanal que indudablemente mejorará la calidad de vida de sus habitantes.

La realización del presente proyecto se valida en relación a los siguientes aspectos; del análisis preliminar efectuado en la comunidad de Morochos se establece que su población es eminentemente pobre, que carece de fuentes de trabajo, que no cuentan con proyectos productivos, que les permita tener alternativas de mejorar su situación económica–social.

En lo académico permitirá aplicar las competencias–científicas obtenidas durante el itinerario de profesionalización impartida por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, con lo que garantiza un alto rango de viabilidad–confiabilidad; del estudio de mercado, estudio técnico, estructura administrativa, análisis y evaluación financiera del proyecto, de creación de la empresa comunitaria. El aporte académico estará dado por la organización que tendrán los diferentes temas del proyecto, siguiendo criterios eminentemente cognitivos–cognoscitivos, constructivistas, didácticos secuenciales; que abarcará el mismo basado en la formulación de proyectos que exigen los Organismos Gubernamentales y no Gubernamentales para su aprobación, ejecución y puesta en marcha.

Los beneficiarios o usuarios favorecidos con la implementación del proyecto son alrededor de 200 familias de la comunidad de Morochos.

La elaboración de un Estudio de Factibilidad de Proyectos Productivos, es un mecanismo que establece una interrelación de los conocimientos adquiridos en las aulas y la puesta en práctica de éstos términos de competencias científicas–técnicas al servicio de la sociedad. Es de mucha importancia involucrarse en acontecimientos sociales, económicos de la provincia donde se reside, razón por la cual despertó el interés de realizar la presente investigación "Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Comunitaria para la Producción y Comercialización de Artesanías en lana de Alpaca en la comunidad de Morochos, parroquia Quiroga, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, con lo cual se busca un mejoramiento en el desarrollo socioeconómico y ambiental de la población que habita en la comunidad de Morochos.

EXECUTIVE SUMMARY

At present the projects must be sustainable and sustainability in the proper use of natural resources and provide added value in economic, social and technological development for those involved. Under this approach the production of alpacas in the community of Morochos becomes indispensable as it is conserved and managed in a rational way the moors exist in this community. One way to use an adequate production of these animals is to use the wool crafts and cultural interaction in the sector, in order to obtain clothing and other items of high quality crafts at the local market and / or internationally.

This project is outlined in two key cross-cutting themes are: properly handle the natural wilderness of the community grazing alpacas and alpaca wool to take to make crafts, commercial and cultural value and generating employment for the population economically active community Morochos.

Community enterprises are the instruments that make possible the opening of technologies, development of local skills and appropriate use of natural resources giving the community an opportunity to the economic, social and craft that will undoubtedly improve the quality of life for its inhabitants.

The implementation of this project is validated on the following aspects, the preliminary analysis conducted in the community of Morochos states that its population is predominantly poor, lacking jobs, they do not have productive projects that will enable them to alternatives to improve their socio-economic status.

Will apply in the academic and scientific skills acquired during the professional itinerary provided by the Faculty of Administrative Sciences

and Economics, which ensures a high range of feasibility, reliability, market research, technical study, management structure, analysis and financial evaluation of the project, creation of community enterprises. The academic contribution is given by the organization that have different themes of the project, following criteria eminently cognitive-cognitive, constructivist, sequential learning, that cover the same based on the formulation of projects that require the Government and Non-Governmental Organizations for approval implementation and commissioning.

Beneficiaries or users favored the implementation of the project are around 200 families from the community Morochos.

The development of a Feasibility Study of Productive Projects, is a mechanism that establishes a relationship of knowledge acquired in the classroom and the implementation of these terms of scientific and technical society serving. It is very important to engage in social events, economic of the province where you reside, why aroused the interest of carrying out this investigation "Feasibility Study for the Creation of a Community Enterprise for the Production and Marketing of Wool Crafts Alpaca Morochos community, parish Quiroga Cotacachi County, Imbabura Province, with which it seeks an improvement in the socioeconomic and environmental development of the population living in the community of Morochos.

AUTORÍA

Yo, Escobar Baldeón Verónica Lizbeth, portadora de la cédula de ciudadanía 100301020-2, declaro bajo juramento que el Trabajo de Grado: “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Comunitaria para la Producción y Comercialización de Artesanías en lana de Alpaca en la comunidad de Morochos, parroquia Quiroga, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura”, previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, Contadora Pública y Auditora, es auténtico y original, las ideas y comentarios de este trabajo de investigación, son de responsabilidad exclusiva de la autora.

ESCOBAR, B. Verónica

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado: “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Comunitaria para la Producción y Comercialización de Artesanías en lana de Alpaca en la comunidad de Morocho, parroquia Quiroga, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura”, presentado por la estudiante Escobar Baldeón Verónica Lizbeth, previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, Contadora Pública y Auditora. Doy fe que dicho trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

ING. JÁCOME, V. Walter PhD

DIRECTOR DE TESIS

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

Yo, Escobar Baldeón Verónica Lizbeth, portadora de la cédula de ciudadanía 100301020-2, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica Del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del Trabajo de Grado: ““Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Comunitaria para la Producción y Comercialización de Artesanías en lana de Alpaca en la comunidad de Morocho, parroquia Quiroga, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura”, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, Contadora Pública y Auditora, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Nombre: _____

Cédula: _____

Ibarra, a los _____ días del mes de _____ del 20 _____

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE CIUDADANÍA:		100301020-2	
APELLIDOS Y NOMBRES:		Escobar Baldeón Verónica Lizbeth	
DIRECCIÓN:		Cotacachi, 24 de Mayo 15-32 y Morales	
EMAIL:		vescobar23@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	062915544	TELÉFONO MÓVIL:	091970711

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	““Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Comunitaria para la Producción y Comercialización de Artesanías en lana de Alpaca en la comunidad de Morochos, parroquia Quiroga, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura”
AUTORA:	Escobar Baldeón Verónica Lizbeth
FECHA:	11 de abril del 2011
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, Contadora Pública y Auditora
DIRECTOR DE TESIS:	ING. JÁCOME, V. Walter PhD

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

Yo, Escobar Baldeón Verónica Lizbeth, portadora de la cédula de ciudadanía 100301020-2, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos; para ampliar la disponibilidad del material y como

X

apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

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

EL AUTOR:

Nombre: _____

Cédula: _____

ACEPTACIÓN:

Nombre: _____

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Consejo Universitario: _____

DEDICATORIA

Con infinito amor:

**Al ángel máspreciado que Dios me envió, mi
inolvidable hijita Liz Angelita Echeverría Escobar**

A mi esposo Dr. Cristian Echeverría

**Por ser los soportes incondicionales de todas mis
fortalezas y debilidades.**

ESCOBAR, B. Verónica

AGRADECIMIENTO

A Dios por concederme la vida, la fortaleza y sabiduría para proyectarme en el camino correcto.

A mis padres, herman@s, sobrin@s y amig@s por la confianza que emanaron para la consecución de este objetivo.

**Al ING. JÁCOME V. Walter PhD,
Director de Tesis, por su orientación y dedicación
brindada para el desarrollo de la presente obra.**

ESCOBAR, B. Verónica

PRESENTACIÓN

El presente estudio de factibilidad tiene establecido sus componentes en relación a los objetivos específicos del mismo. El proyecto es manejado con una serie de actividades científicas técnicas orientadas hacia una inversión planificada coherente, que viabilice en forma óptima los recursos humanos, económicos financieros y materiales que se requieren para el mismo.

La formulación se constituye en la información básica para la factibilidad del proyecto cuyos resultados permitan dar respuesta a la justificación del mismo.

Se empieza elaborando un diagnóstico estratégico situacional con la finalidad de determinar la situación interna que tendrá la empresa (Producción y Comercialización de Artesanías en lana de Alpaca) y su entorno operativo. Con este diagnóstico estratégico situacional se identifica los aliados y oponentes que en un escenario operativo tiene la empresa así como sus oportunidades y riesgos. Con esta información se puede implementar acciones estratégicas que viabilicen las oportunidades, potencialicen los aliados y minimicen los oponentes y riesgos.

En segunda instancia se organiza un marco teórico de la estructura del proyecto con la finalidad de tener un enfoque científico-técnico que viabilice el mismo. En esta parte del proyecto se obtiene los niveles conceptuales, científicos de los diferentes componentes y subcomponentes del proyecto.

Esta visión científica permite tener un enfoque técnico sobre las características y alcances que constituyan la viabilidad y factibilidad del proyecto. Estos argumentos científicos serán en forma descriptiva, clara, tipo proposiciones que coadyuven a un conocimiento científico de las partes del proyecto.

Se efectúa un estudio de mercado mediante el cual se enfoca un marco de desarrollo del mismo, la demanda, oferta, los canales de comercialización, los precios y otros factores de mercado que son de importancia para fundamentar el tamaño, la capacidad instalada y operativa del proyecto. Una vez analizada la oferta y la demanda se procede a hacer sus proyecciones, segmentación, topología de los futuros clientes y un análisis de marketing mix que viabilice la implementación desde el punto de vista del proyecto. Con el estudio de mercado se consolidan las estrategias de marketing que debe tener la empresa para tener alta probabilidad de ingresar al mercado local, posicionar sus productos y tener una demanda sustentable de las artesanías que elabore la empresa.

En el capítulo estudio técnico se empieza fundamentando el tamaño óptimo del proyecto en relación a su capacidad instalada y operativa, en términos de volumen de producción y uso adecuado de los recursos institucionales. Se establece la macro y microlocalización optima que debe tener la empresa de tal manera que contribuya a optimizar los recursos que se inviertan en el proyecto en forma sustentable y sostenible. En la ingeniería se socializa los productos que va elaborar la empresa y sus características. Se describe los procesos tecnológicos, en forma de diagrama de bloques y flujograma operativo de producción que contribuyan a una especificación técnica de los procesos de producción que tendrá la empresa. En lo referente a la descripción de las obras civiles que tiene la empresa se fundamenta sus ambientes, la ubicación de sus implementos, así como el requerimiento de recursos humanos y materiales directos e indirectos que son necesarios para su operatividad.

En la fase del análisis organizativo de la empresa se determina la estructura administrativa del proyecto, los factores organizacionales, los sistemas y procedimientos administrativos que deberá tener el mismo. Se describe la forma estructural legal, su fase organizacional matricial y el análisis de los puestos y del recurso humano que forma parte de la empresa.

En el análisis y evaluación financiera se establece las inversiones totales que se requieren para implementar la empresa describiendo los activos

fijos, capital de trabajo y los activos preoperativos que tiene la misma. Se efectúa un análisis de los costos, gastos y los ingresos proforma que tiene la empresa en su etapa operativa. Se realiza un análisis de los estados financieros; balance general proforma, estado de pérdidas y ganancias y flujo de caja que fundamenten la viabilidad económica del proyecto. En el análisis financiero se empieza calculando; el costo de oportunidad y la tasa de descuento, que serán la base para la actualización y obtención del VAN, TIR, Periodo de Recuperación de la Inversión, Beneficio/Costo y Punto de Equilibrio, de tal forma que se sustente el proyecto desde el punto de vista financiero.

En la parte final del proyecto se tiene diferentes matrices de medición de la factibilidad económica, social, administrativa, comercial, ambiental, que tiene el proyecto. En estas matrices se analiza los distintos indicadores en forma cualitativa y cuantitativa que viabilicen la factibilidad del proyecto.

ÍNDICE DE PÁGINAS PRELIMINARES

PORTADA	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
EXECUTIVE SUMMARY	IV
AUTORÍA	VI
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	VII
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VIII
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	IX
DEDICATORIA	XII
AGRADECIMIENTO	XIII
PRESENTACIÓN	XIV

ÍNDICE DE CAPÍTULOS

CAPITULO I	33
DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO SITUACIONAL	33
ANTECEDENTES	33
OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	34
OBJETIVO GENERAL	34
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	34
IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES DIAGNOSTICAS	35
VARIABLES E INDICADORES DEL DIAGNÓSTICO	35
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA	36
DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO	38
INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	38
OPERATIVIZACIÓN DEL DIAGNÓSTICO	38
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	39
DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	39
EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	40
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POBLADORES DE LA COMUNIDAD DE MOROCHOS	40
CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ DE ALIADOS, OPONENTES, OPORTUNIDADES Y RIESGOS	58
CRUCES ESTRATÉGICOS ALIADOS-RIEGOS, ALIADOS-OPORTUNIDADES, OPONENTES-OPORTUNIDADES Y Oponentes-RIESGOS	60
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO	62

CAPITULO II **63**

MARCO TEÓRICO	63
LA EMPRESA	63
CARACTERÍSTICAS DE UNA EMPRESA	63
ASOCIATIVIDAD	64
OBJETIVOS DE LA ASOCIATIVIDAD	65
COMPONENTES DEL PROYECTO	65
ESTUDIO DE MERCADO	65
OFERTA	66
DEMANDA	66
PRODUCTO	66
PRECIO	67
PUBLICIDAD O PROPAGANDA	67
CLIENTES	67
CALIDAD	67
PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	67
ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO	68
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	68
TIPOS DE SOCIEDADES	70
CICLO DE DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES	70
ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA	71
CLASES DE INVERSIONES	71
COSTOS DE PRODUCCIÓN	72
BALANCE GENERAL	74
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	74
FLUJO DE CAJA	75
VALOR PRESENTE NETO (VAN)	75
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	75
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)	76
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (RB/C)	76

XX

EVALUACIÓN DE IMPACTOS	77
ESTUDIO AMBIENTAL	78
ASPECTOS LEGALES	79
EL MANEJO DE ALPACAS	79
LA ALPACA	80
RAZAS	81
MANTENIMIENTO	82
BENEFICIOS	83
LA FIBRA	84
CARACTERÍSTICAS DE LA FIBRA DE ALPACAS	85
EXPERIENCIAS DE MANEJO DE CRIANZA DE LAS ALPACAS AL PÁRAMO TUSHIN BURGAY	85
LA CONSTRUCCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA	86

CAPITULO III **87**

ESTUDIO DE MERCADO	87
INTRODUCCIÓN	87
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	87
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	87
MARCA	90
MERCADO META O MERCADO OBJETIVO	90
MERCADO META DE LA SEGUNDA FASE	91
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	92
DESDE EL PUNTO DE VISTA GEOGRÁFICO	92
SEGMENTACIÓN POR VENTAJAS Y PREFERENCIAS	93
SEGMENTACION SEGÚN EL SEXO	94
SEGMENTACION SEGÚN ESTILOS DE VIDA	94

IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	94
CONCEPTOS	95
CONCEPTO 1	95
CONCEPTO 2	95
CONCEPTO 3	96
PRUEBA DE CONCEPTOS	96
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	99
IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA	101
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	103
CON PRODUCTOS SUSTITUTOS	103
EN RELACIÓN AL TIPO DE EMPRESA	105
BALANCE OFERTA-DEMANDA	105
ANÁLISIS DE PRECIOS	106
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	107
PUBLICIDAD	108
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	108

CAPITULO IV **110**

ESTUDIO TÉCNICO	110
ASPECTOS BÁSICOS A CONSIDERAR EN EL	
ESTUDIO TÉCNICO	110
MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	110
FACTORES GEOGRÁFICOS	111
FACTORES LEGALES	111
MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	111
FACTORES ESTRATÉGICOS	112
CERCANÍA A LA MATERIA PRIMA	112

SECTOR COMERCIAL	113
CERCANÍA AL MERCADO POTENCIAL	113
SERVICIOS BÁSICOS	113
MÉTODOS PARA LA EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS DE LA LOCALIZACIÓN	113
RIESGO DE COMERCIALIZACIÓN	116
RIESGO FINANCIERO	117
RIESGO DE MERCADO	117
RIESGO DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO	117
INGENIERÍA DEL PROYECTO	117
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	117
SECUENCIA OPERATIVA	117
DISEÑO DE INSTALACIONES	117

CAPITULO V **136**

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO	136
MISIÓN	136
VISIÓN	136
VALORES DE LA ORGANIZACIÓN	136
ASPECTOS CONSTITUTIVOS	136
ASPECTOS LEGALES	137
ESTATUTOS	137
LA RAZÓN SOCIAL	138
EL DOMICILIO	138
FINALIDAD DE LA EMPRESA	138
CULTURA, HABILIDADES, COMPROMISOS Y COMPRENSIÓN	139
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	139

ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	138
CALIDAD Y COMPETITIVIDAD	141
ESTRUCTURA DE FUNCIONES ADMINISTRATIVAS	143

CAPÍTULO VI	151
--------------------	------------

ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA	151
INVERSIONES DEL PROYECTO	151
DESTINO DE LAS INVERSIONES	151
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	152
DETERMINACIÓN DE INGRESOS	153
PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS	154
COSTOS DE PRODUCCIÓN	154
MATERIALES DIRECTOS E INSUMOS	154
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	156
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	157
GASTOS ADMINISTRATIVOS	157
GASTOS GENERALES DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN	158
GASTOS DE FINANCIAMIENTO	159
COSTOS DE OPERACIÓN Y	
FINANCIAMIENTO (COSTOS TOTALES)	160
DEPRECIACIONES DE INVERSIONES FIJAS	162
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS PREOPERATIVOS	164
BALANCE GENERAL PROFORMA AL AÑO CERO	164
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	165
FLUJO DE CAJA LIBRE PROYECTADO	167
EVALUADORES FINANCIEROS	169
COSTO DE OPORTUNIDAD	169

TASA DE REDESCUENTO	169
VALOR PRESENTE NETO (VAN)	170
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	170
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)	171
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (RB/C)	172

CAPITULO VII **173**

EVALUACIÓN DE IMPACTOS	173
HERRAMIENTA DE VALIDACIÓN DE IMPACTOS	173
IMPACTOS NEGATIVOS	174
EN RELACIÓN AL AGUA	175
DESCRIPCIÓN DEL IMPACTO	176
SOBRE EL SUELO	176
DESCRIPCIÓN DEL IMPACTO	177
EL AIRE	177
DESCRIPCIÓN DEL IMPACTO	178
VEGETACIÓN Y FAUNA	178
DESCRIPCIÓN DEL IMPACTO	179
IMPACTOS POSITIVOS	179
ECONÓMICO	179
SOCIAL	181
EDUCATIVO–CULTURAL	182
COMERCIAL O DE MERCADO	183
CONCLUSIONES	185
RECOMENDACIONES	187
FUENTES DE INFORMACIÓN	188
BIBLIOGRAFÍA	188

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1	
VARIABLES E INDICADORES DEL DIAGNÓSTICO	37
Cuadro N°2	
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA	38
Cuadro N° 3	
POBLACIÓN	40
Cuadro N° 4	
MATRIZ DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades Y RIESGOS	60
Cuadro N° 5	
CRUCES ESTRATÉGICOS ALIADOS-RIEGOS, ALIADOS- OPORTUNIDADES, Oponentes-OPORTUNIDADES Y OPONENTES-RIESGOS	62
Cuadro N° 6	
PREFERENCIAS POR CUALIDADES GRUPO 1	98
Cuadro N° 7	
PREFERENCIAS POR CUALIDADES GRUPO 2	99
Cuadro N° 8	
PREFERENCIAS POR CUALIDADES GRUPO 3	99
Cuadro N° 9	
CÁLCULO DE LA TASA DE CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO CONSUMO HISTÓRICO	101
Cuadro N° 10	
ESTIMACIÓN DEL CONSUMO POTENCIAL	102
Cuadro N° 11	
SERIE HISTORICA DE LA OFERTA	103
Cuadro N° 12	
PROYECCIÓN DE LA OFERTA	103

Cuadro N° 13	
PREFERENCIAS DE CONSUMO	105
Cuadro N° 14	
MATRIZ DE POSICIONAMIENTO DE PRODUCTOS	105
Cuadro N° 15	
BALANCE OFERTA-DEMANDA	107
Cuadro N° 16	
PRECIOS DE ARTÍCULOS EN LANA	107
Cuadro N° 17	
PROYECCIÓN DE PRECIOS REFERENCIALES DE SACOS EN LANA DE ALPACA	108
Cuadro N° 18	
MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS	116
Cuadro N° 19	
MATRIZ DE SAATY	117
Cuadro N° 20	
MAQUINARIA-EQUIPOS Y MOBILIARIO PARA PRODUCCIÓN	123
Cuadro N° 21	
EQUIPO-MOBILIARIO Y VEHÍCULO PARA ADMINISTRACION Y VENTAS	124
Cuadro N° 22	
DISEÑO DE AMBIENTES FÍSICOS	125
Cuadro N° 23	
CUADRO DE UTILIZACIÓN DE CAPACIDAD INSTALADA DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN POR ARTÍCULOS	135
Cuadro N° 24	
CUADRO DE PARÁMETROS PROPUESTOS PARA LA SELECCIÓN DEL PERSONAL DE LA EMPRESA	148
Cuadro N° 25	
INVERSIONES TOTALES DEL PROYECTO	152
Cuadro N° 26	
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	153

Cuadro N° 27	
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	154
Cuadro N° 28	
DETERMINACION DE INGRESOS	154
Cuadro N° 29	
COSTOS DE MATERIA PRIMA DIRECTA (LANA DE ALPACA)	156
Cuadro N° 30	
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA/UNIDADES PRODUCIDAS	157
Cuadro N° 31	
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	158
Cuadro N° 32	
COSTOS DE PRODUCCIÓN CONSOLIDADOS	158
Cuadro N° 33	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	159
Cuadro N° 34	
GASTOS DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN	160
Cuadro N° 35	
AMORTIZACIÓN	161
Cuadro N° 36	
COSTOS OPERATIVOS Y NO OPERATIVOS	162
Cuadro N° 37	
DEPRECIACIONES DE INVERSIONES FIJAS	164
Cuadro N° 38	
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS PREOPERATIVOS	165
Cuadro N° 39	
BALANCE GENERAL PROFORMA AL AÑO CERO	166
Cuadro N° 40	
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	167
Cuadro N° 41	
FLUJO DE CAJA LIBRE PROYECTADO	169

Cuadro N° 42	
COSTO DE OPORTUNIDAD	170
Cuadro N° 43	
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN EN DINERO	
CORRIENTE	172
Cuadro N° 44	
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN EN DINERO	
REAL	173
Cuadro N° 45	
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (RB/C)	173
Cuadro N° 46	
VALIDACIÓN DE IMPACTOS	175
Cuadro N° 47	
MATRIZ DE IMPACTO AGUA	176
Cuadro N° 48	
MATRIZ DE IMPACTO SUELO	177
Cuadro N° 49	
MATRIZ DE IMPACTO AIRE	178
Cuadro N° 50	
MATRIZ DE IMPACTO VEGETACIÓN Y FAUNA	179
Cuadro N° 51	
MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO	180
Cuadro N° 52	
MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL	182
Cuadro N° 53	
MATRIZ DEL IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL	183
Cuadro N° 54	
MATRIZ DEL IMPACTO COMERCIAL O DE MERCADO	184

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1	
LA ALPACA	80
Figura N° 1.1	
REBAÑO DE ALPACAS	82
Figura N° 1.2	
MANTENIMIENTO DE ALPACAS	83
Figura N° 1.3	
BENEFICIOS DE LA ALPACA	84
Figura N° 2	
TAPIZ DE PARED	88
Figura N° 2.1	
TAPIZ DE PARED	89
Figura N° 3	
SACOS, GORRAS, GUANTES EN DIFERENTES DISEÑOS Y COLORES	89
Figura N° 4	
CANAL DE DISTRIBUCIÓN CORTO	108
Figura N° 5	
AMÉRICA DEL SUR	110
Figura N° 6	
CANTÓN COTACACHI	111
Figura N° 6.1	
COMUNIDAD DE MOROCHOS	112
XXXI	

Figura N° 7	
PLANTA ARQUITECTÓNICA DE LA EMPRESA COMUNITARIA	
“MOROCHOS”	125
Figura N° 7.1	
FACHADA PRINCIPAL	126
Figura N° 7.2	
FACHADA POSTERIOR	126
Figura N° 7.3	
INSTALACIONES HIDROSANITARIAS Y ELÉCTRICAS	127
Figura N° 8	
DIAGRAMA DE BLOQUES DE PRODUCCIÓN DE ARTESANÍAS	
EN LANA DE ALPACA	129
Figura N° 9	
PLANILLA DE CONTROL PRODUCTIVO DE ARTESANÍAS EN	
LANA DE ALPACA	131
Figura N° 10	
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA	
COMUNITARIA “MOROCHOS”	140
Figura N° 11	
CULTURA DE CALIDAD PARA LOS PROCESOS	141
Figura N° 12	
FUNCIONES ADMINISTRATIVAS	144

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

Por la ubicación geográfica que tiene la comunidad de Morochos de la parroquia Quiroga cantón Cotacachi esta dispone de extensos pastos naturales aptos para la crianza de alpacas, la Unión de Organizaciones Campesinas de Cotacachi (UNORCAC) implementó el proyecto de Introducción de Alpacas para dar sustentabilidad y sostenibilidad al manejo de pastos naturales. Hace dos años se inició el proyecto y actualmente se dispone de unas 200 alpacas. Como segunda etapa se considera aprovechar de forma artesanal la lana de alpaca con la finalidad de mejorar la condición artesanal socioeconómica de esta comunidad.

La comunidad de Morochos está conformada por aproximadamente doscientas familias, se localiza al Sur–Oriente del Cantón y tiene las principales limitantes; la falta de empleo, acceder a la propiedad de medios de producción, la estructura productiva, la baja capacidad de inversión y la falta de coordinación entre instituciones públicas y privadas. Estos factores han determinado que en la comunidad de Morochos su población económicamente activa emigre a las ciudades en busca de trabajo. Se estima que el 90% de la población económicamente activa–hombres trabaja fuera de la comunidad en actividades de la construcción. La población económicamente activa–mujeres en un 85% se dedican a labores agrícolas en sus pequeñas propiedades.

Según información del Municipio de Cotacachi existen alrededor de 200 familias asentadas en esta comunidad. Por su característica de ubicación esta comunidad dispone de grandes extensiones de páramos naturales que pueden ser manejados en forma sustentable y sostenible con la

introducción de las alpacas, de tal forma que generen un valor agregado (que den fuentes de trabajo e ingresos) con la utilización de la lana para la elaboración de artesanías como; tapices de pared y piso, bolsos, guantes, sacos y otros que podrán ser comercializados en la misma comunidad y/o en un punto de venta de la Plaza de Ponchos de la ciudad de Otavalo.

Ante este marco de referencia se propone implementar la Creación de una Empresa Comunitaria para la Producción y Comercialización de Artesanías en lana de Alpaca en la comunidad de Morochos, parroquia Quiroga, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura y de esta forma aprovechar los recursos naturales que tiene la comunidad, a la vez generar fuentes de empleo y mejoramiento de la calidad de vida de su población.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico estratégico situacional del entorno del proyecto para identificar aliados y oponentes que puede tener la Empresa Comunitaria para la Producción y Comercialización de Artesanías en lana de Alpaca en la comunidad de Morochos, parroquia Quiroga, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, así como determinar oportunidades y amenazas para la implementación del proyecto.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Verificar los actuales niveles de producción artesanal textil que aplican los pobladores de la comunidad de Morochos.
- Analizar los sistemas de comercialización que actualmente aplican para vender las artesanías que elaboran.
- Definir el manejo de la rentabilidad de la actividad.

- Conocer la calidad del talento humano que está laborando en este sector.

1.3. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES DIAGNOSTICAS

En relación a los objetivos del diagnóstico se identifica las siguientes variables sujetas a análisis u operacionalidad:

- Producción
- Comercialización
- Rentabilidad
- Talento Humano

1.3.1. VARIABLES E INDICADORES DEL DIAGNÓSTICO

De acuerdo a las variables del diagnóstico se describen sus respectivos indicadores o aspectos significativos que tienen cada una de estas para ser analizado. Los indicadores por cada variable son los siguientes:

Cuadro N°1
VARIABLES E INDICADORES DEL DIAGNÓSTICO

VARIABLE	INDICADOR
Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia • Capacitación
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de comercialización • Canales de distribución • Forma de venta • Problemas de comercialización • Localidad del mercado
Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento • Costos • Informes • Control
Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de trabajo • Nivel educativo • Capacitación • Cualificación

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

1.3.2. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA

Se procedió a estructurar la Matriz de Relación Diagnostica que sirvió de base para la elaboración de los instrumentos de recolección de información, para aplicar las encuestas a las dos poblaciones consideradas, los pobladores de la comunidad de Morochos y los potenciales clientes de las artesanías en lana de alpaca.

Cuadro N°2

MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA

OBJETIVOS	VARIABLE	ASPECTO O INDICADOR	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Verificar los actuales niveles de producción artesanal textil que aplican los pobladores de la comunidad de Morochos.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia • Capacitación 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista 	Pobladores de la comunidad de Morochos
Analizar los sistemas de comercialización que actualmente aplican para vender las artesanías que elaboran.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de comercialización • Canales de distribución • Forma de venta • Problemas de comercialización • Localidad de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista 	Pobladores de la comunidad de Morochos
Definir el manejo de la rentabilidad de la actividad.	Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento • Costos • Informes • Control 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista 	Pobladores de la comunidad de Morochos
Conocer la calidad del talento humano que está laborando en este sector.	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de trabajo • Nivel educativo • Capacitación • Cualificación 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista 	Pobladores de la comunidad de Morochos

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

1.3.3. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Para realizar el diagnóstico estratégico situacional de la comunidad de Morochos se aplica el siguiente procedimiento:

1.3.3.1. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de información se utilizara información primaria y secundaria.

a) INFORMACIÓN PRIMARIA

El diseño de los instrumentos de recolección de datos se realizó basándose en las variables e indicadores de los objetivos del diagnóstico es decir de la Matriz de Relación Diagnostica. Se estructuró dos instrumentos de recolección primaria; el primero para levantar la información con los comuneros de Morochos y el segundo instrumento para obtener información de los potenciales clientes de las artesanías en lana de alpaca. El diseño de estos instrumentos se basó en aspectos convencionales de la investigación y la estadística lo que permitió tener información relevante para su análisis y síntesis, los formatos en mención corresponde a los Anexos N° 1 y N° 2.

b) INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información secundaria a utilizar es la siguiente:

- Textos especializados
- Periódicos
- Revistas
- Publicaciones
- Manuales

1.4. OPERATIVIZACIÓN DEL DIAGNÓSTICO

Para realizar el diagnóstico estratégico situacional de la comunidad de Morochos se aplica el siguiente procedimiento:

1.4.1. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población sujeta al diagnóstico estratégico situacional está compuesta por:

- Personas que habitan en la comunidad de Morochos (aproximadamente 200 familias).
- Potenciales clientes que prefieren artículos textiles en lana de alpaca (en el CAPITULO II).

Cuadro N° 3
POBLACIÓN

POBLACIÓN	FRECUENCIA	%
Comuneros de Morochos	200	50,00
Potenciales clientes	200	50,00
TOTAL	400	100,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

La segmentación de la población está compuesta de dos estratos, las personas que residen en la comunidad de Morochos y los potenciales clientes de artículos textiles en lana de alpaca. La población o universo es de 400.

1.4.2. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para calcular la muestra de cada una de estas poblaciones se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 x \alpha^2 x N}{E^2 (N - 1) + Z^2 x \alpha^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia. En el que se va a realizar el tratamiento de las estimaciones

α = Varianza $\alpha^2 = 0,25$

N = Universo o población

E = Error muestral (0,05 de éxito y 0,05 de fracaso)

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,25 \times 200}{(0,05)^2 (200 - 1) + 1,96^2 \times 0,25}$$

$n = 132 = 132$ unidades muestrales

1.5. EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

La evaluación de la información o procesamiento de los datos se hizo en forma codificada y sistemática que permite tener objetividad de las variables e indicadores diagnosticados.

1.5.1. ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POBLADORES DE LA COMUNIDAD DE MOROCHOS

Aplicando las encuestas a esta población se obtuvo los siguientes resultados.

1. PRODUCCIÓN

1.1 ¿Qué tiempo tiene experiencia en la elaboración de alguna artesanía textil?

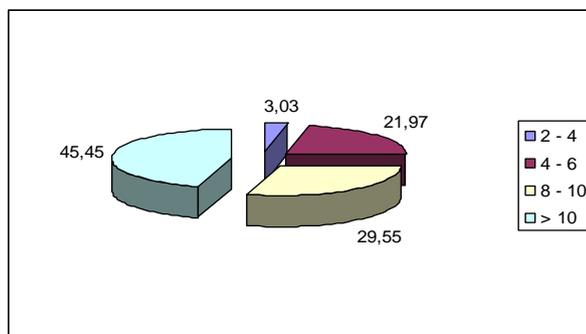
TABLA DE RESULTADOS

AÑOS	F	%
2-4	4	3,03
4-6	29	21,97
8-10	39	29,55
>10	60	45,45
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

La mayoría de los comuneros establecen que tienen una buena experiencia en la elaboración de artesanías textiles, lo que indica que la población de la comunidad de Morochos tiene tendencias y habilidades para la elaboración de dichos productos.

1.2. ¿Ha recibido o participado en algún curso de capacitación en artesanías textiles?

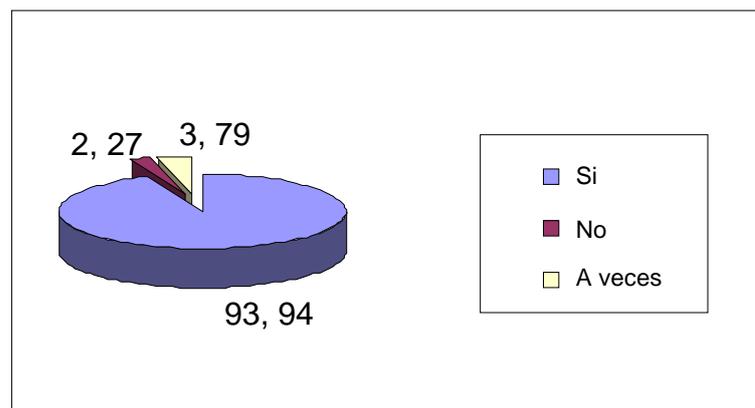
TABLA DE RESULTADOS

ALTERNATIVAS	F	%
Si	124	93,94
No	3	2,27
A veces	5	3,79
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

Las encuestas demuestran que la mayoría de los comuneros han recibido cursos de capacitación dictados especialmente por el SECAP, lo que significa que son receptivos a esta temática.

2. COMERCIALIZACIÓN

2.1. ¿De las artesanías que usted elabora de qué manera las comercializa?

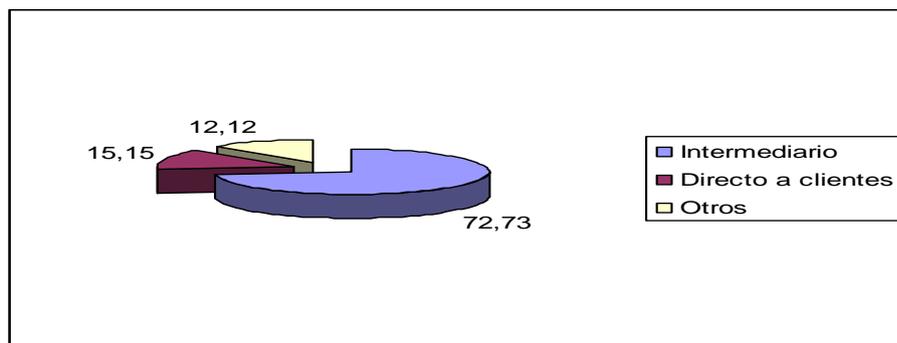
TABLA DE RESULTADOS

ALTERNATIVAS	F	%
Intermediario	96	72,73
Directo a clientes	20	15,15
Otros	16	12,12
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

Los comuneros encuestados sostienen que se sienten más a gusto entregando las artesanías a nivel de intermediarios, ya que no incurren en gastos de transporte y otros gastos que ocasiona llevar el producto directo a los clientes, especialmente a turistas extranjeros que visitan la Plaza de Ponchos de Otavalo.

2.2. ¿Cuáles son los canales de distribución o venta?

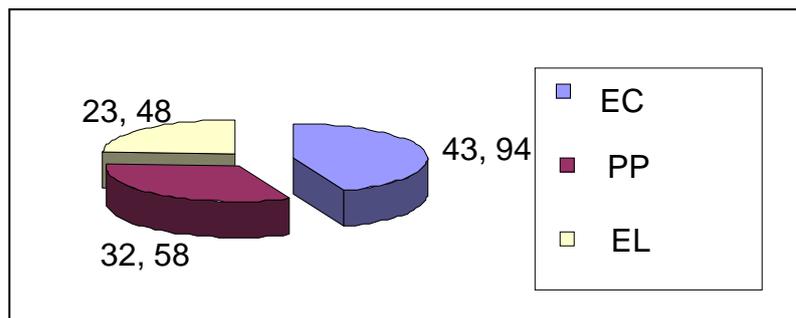
TABLA DE RESULTADOS

ALTERNATIVAS	F	%
En la misma comunidad (EC)	58	43,94
Entrega mercadería en la Plaza de Ponchos de Otavalo (PP)	43	32,58
Entrega en otros locales (EL)	31	23,48
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

De los resultados obtenidos de las encuestas se establece que gran parte de los comuneros venden sus artesanías en la misma comunidad (o propiedad) donde acuden los clientes, reflejando básicamente la falta de estrategias que permitan llegar a expender sus productos directo a los consumidores finales lo que representará mayor rentabilidad para la comunidad.

2.3. ¿La venta de sus artesanías o productos en que modalidad las realiza?

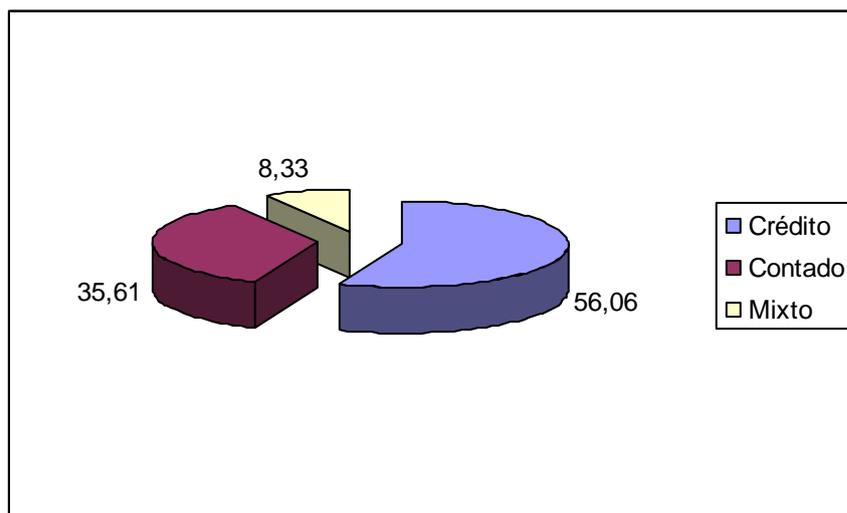
TABLA DE RESULTADOS

MODALIDAD	F	%
Crédito	74	56,06
Contado	47	35,61
Mixto	11	8,33
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

Los encuestados sostienen que venden sus productos a crédito en un gran porcentaje. Se define entonces que la mayoría de las ventas realizan por la vía de crédito, lo que significa que tienen que tener capacidad para poder sustentar sus cuentas por cobrar.

2.4 ¿Qué problemas considera usted que tiene en la comercialización de sus productos?

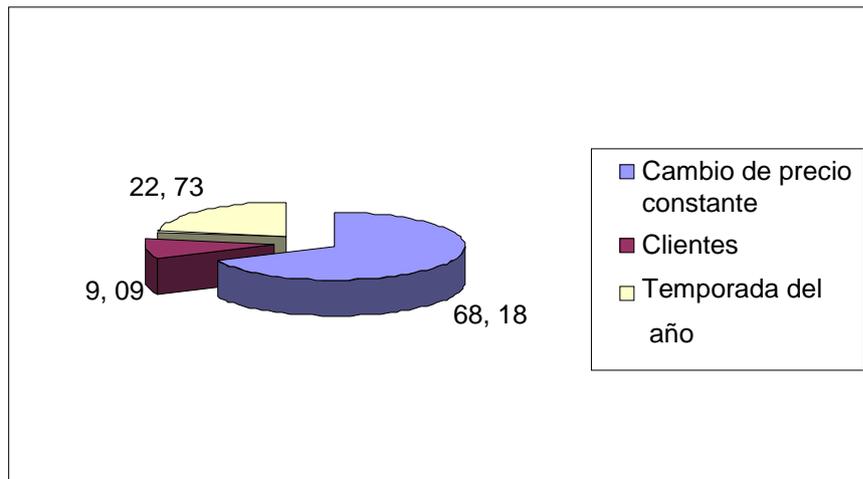
TABLA DE RESULTADOS

PROBLEMA	F	%
Cambio de precio constante	90	68,18
Clientes	12	9,09
Temporada del año	30	22,73
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

Los comuneros sustentan que el problema más relevante que tienen en la comercialización de sus productos se origina en función al cambio de precio constante que los mayoristas aplican al adquirirles las artesanías, puesto que al mercado nacional ingresan artesanías en lana de borrego o en otro tipo de fibra, lo que afecta a la producción local debido a que los intermediarios utilizan este hecho como argumento para imponer sus propios precios.

2.5 ¿Su mercado actual es de que localidad?

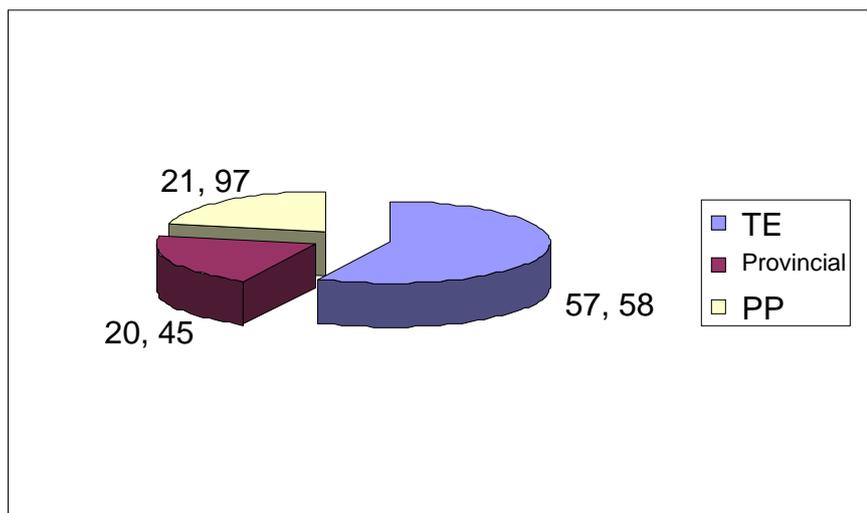
TABLA DE RESULTADOS

MERCADO	F	%
Turistas extranjeros (TE)	76	57,58
Provincial	27	20,45
Plaza de Ponchos de Otavalo (PP)	29	21,97
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

Un gran número de los comuneros del sector comercializan su producción a nivel de los turistas extranjeros que visitan ocasionalmente la comunidad de Morochos, lo que quiere decir que es esporádica la distribución directa a los turistas porque normalmente adquieren todo el volumen de la producción los intermediarios.

2.6 ¿Qué volumen comercializa usted al mes en unidades?

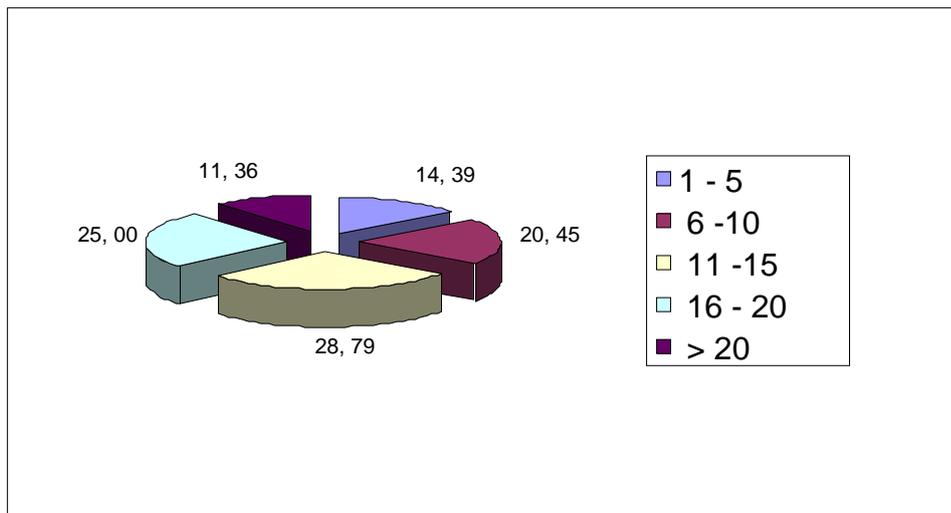
TABLA DE RESULTADOS

VOLUMEN (KG)	F	%
1-5	19	14,39
6-10	27	20,45
11-15	38	28,79
16-20	33	25,00
>20	15	11,36
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

Con los resultados de las encuestas se determina que la mayoría de los comuneros manifiestan que su comercialización se encaja en los rangos de 11-15 y 16-20 unidades al mes especialmente sacos y gorras, lo que evidencia que existe demanda de estos productos.

3. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.1. ¿Está de acuerdo en formar parte de la Empresa Comunitaria “Morochos” de producción y comercialización de artesanías en lana de alpaca?

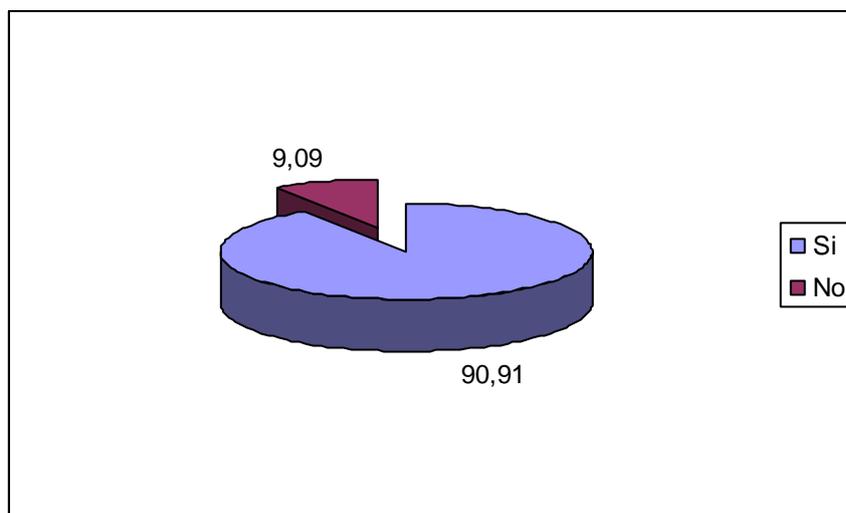
TABLA DE RESULTADOS

ALTERNATIVAS	F	%
Si	120	90,91
No	12	9,09
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

Los comuneros en su mayoría desean inmiscuirse en formar parte de la Empresa Comunitaria “Morochos”, lo que representa un sustento para la implementación del proyecto.

3.2. ¿Piensa usted que la Empresa Comunitaria “Morochos” representa una oportunidad de mejorar la situación actual de mercado y económico?

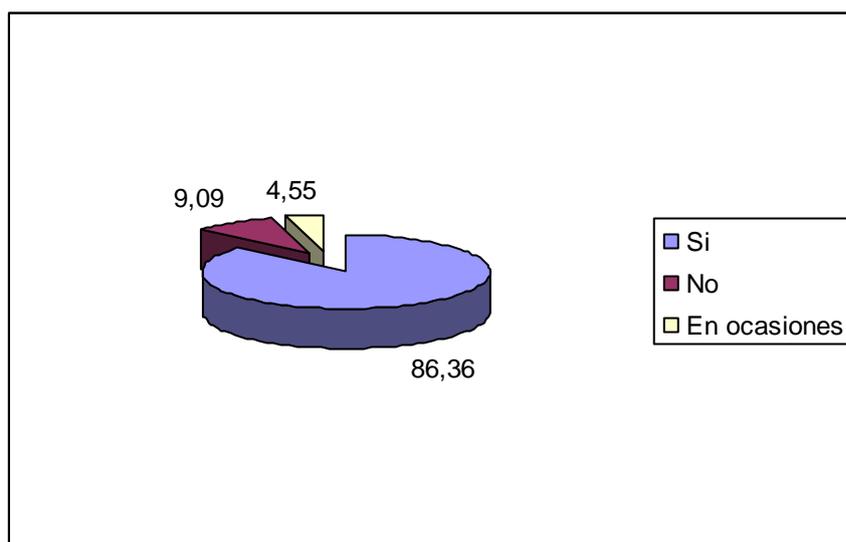
TABLA DE RESULTADOS

OPORTUNIDAD	F	%
Si	114	86,36
No	12	9,09
En ocasiones	6	4,55
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

Gran parte de los encuestados considera que la Empresa Comunitaria “Morochos” es una oportunidad fija de mercado de las artesanías en lana de alpaca que se elaborara en la comunidad.

3.3. ¿Qué número de prendas en lana de alpaca piensa usted confeccionar mensualmente?

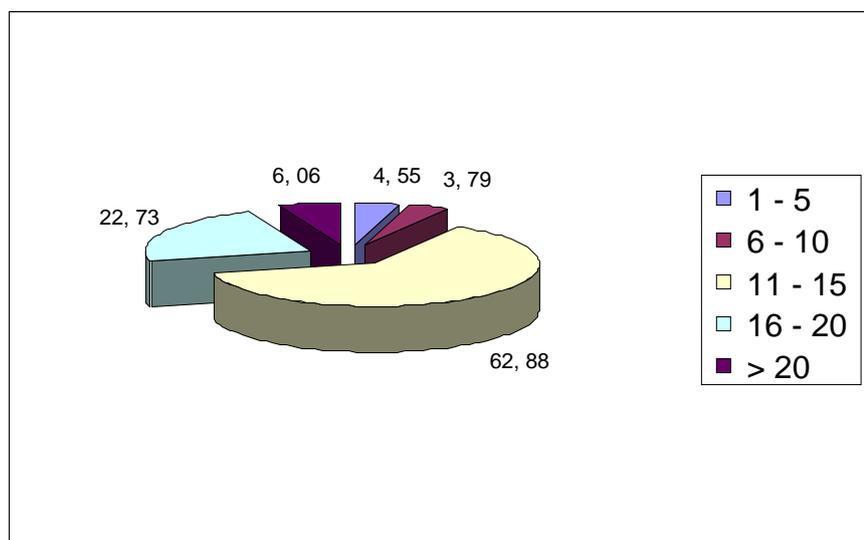
TABLA DE RESULTADOS

PORCENTAJE	F	%
1-5	6	4,55
6-10	5	3,79
11-15	83	62,88
16-20	30	22,73
>20	8	6,06
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

De acuerdo a la información obtenida los encuestados en su mayoría estarían en condiciones de elaborar de 11-15 y 16-20 prendas en lana de alpaca al mes. Se concluye que la Empresa Comunitaria “Morochos” lo que determina es una sustentabilidad de producción al proyecto para su operatividad anual.

3.4. ¿En qué condiciones de venta arreglaría usted con la Empresa Comunitaria “Morochos”?

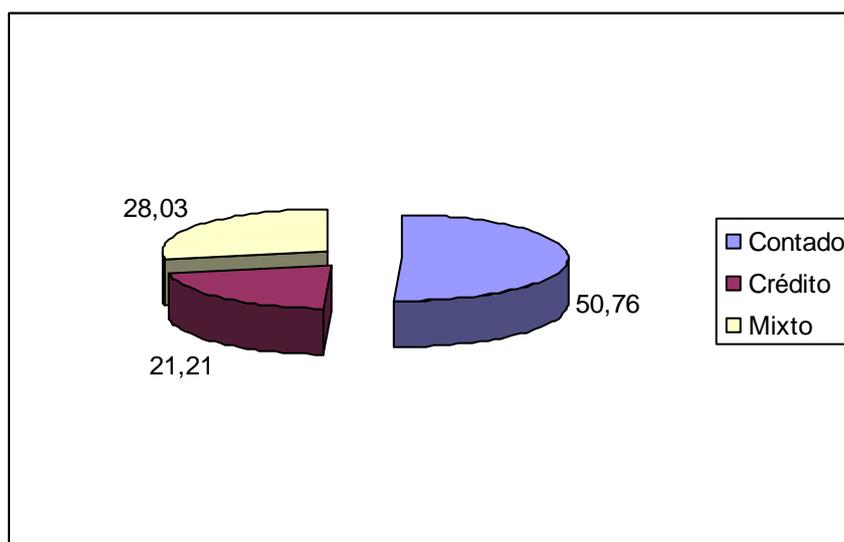
TABLA DE RESULTADOS

MODALIDAD	F	%
Contado	67	50,76
Crédito	28	21,21
Mixto	37	28,03
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

Los comuneros en su mayoría se adhieren a la modalidad de venta al contado, lo que revela que el capital que poseen constantemente lo reinvierten para la generación de las artesanías textiles.

3.5. ¿Qué exigencias pediría usted a la Empresa Comunitaria “Morochos”?

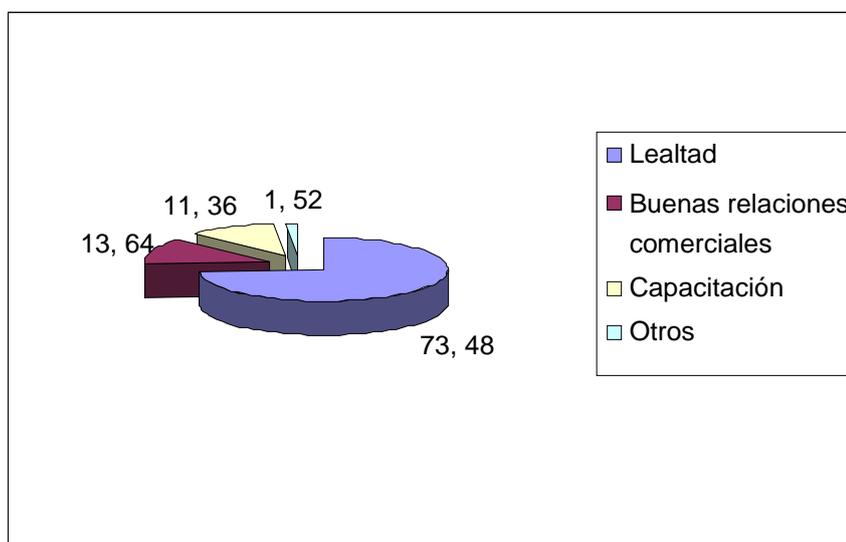
TABLA DE RESULTADOS

ALTERNATIVAS	F	%
Lealtad	97	73,48
Buenas relaciones comerciales	18	13,64
Capacitación	15	11,36
Otros	2	1,52
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

En relación a las principales exigencias que solicitan los posibles socios de la Empresa Comunitaria “Morochos” en gran magnitud esperan recibir lealtad de la organización, lo que permite consolidar un excelente equipo de trabajo que se encamine en miras de un bien común.

4. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

4.1. ¿Tiene alguna experiencia en pertenecer a alguna organización o asociación de la comunidad?

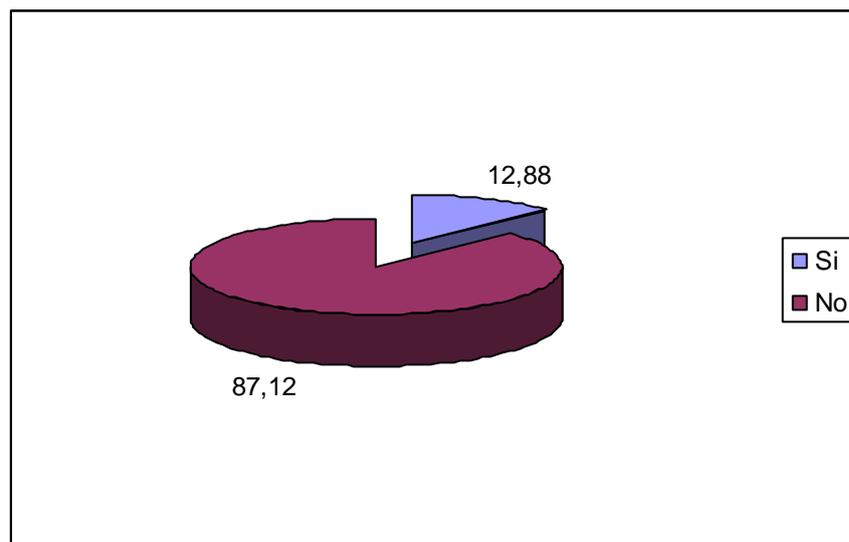
TABLA DE RESULTADOS

ALTERNATIVAS	F	%
Si	17	12,88
No	115	87,12
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

En cuanto a los criterios de participación en alguna organización o asociación los comuneros en un porcentaje considerable no pertenecen a ninguna organización de esta actividad, lo que ha despertado el interés de los productores en formar parte de la Empresa Comunitaria “Morochos”.

4.2. ¿La actividad económica de elaborar tejidos en lana de alpaca de qué forma lo efectuaría?

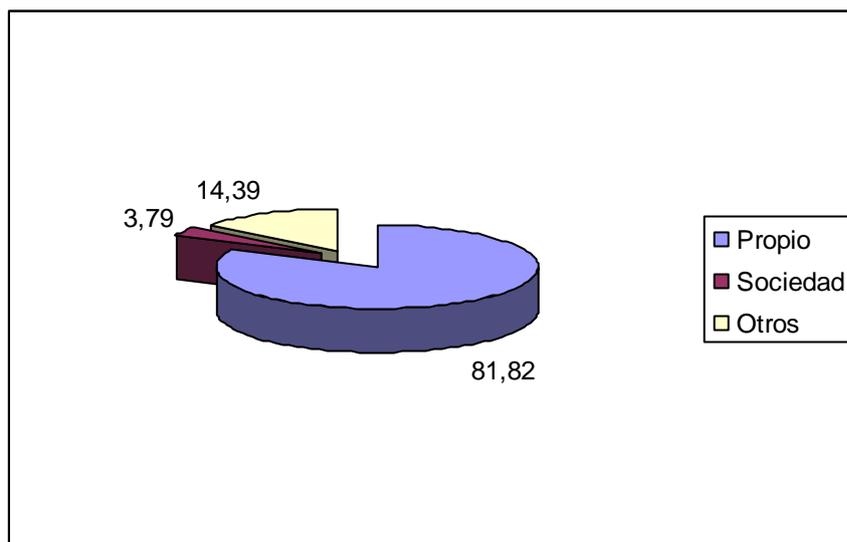
TABLA DE RESULTADOS

ALTERNATIVAS	F	%
Propio	108	81,82
Sociedad	5	3,79
Otros	19	14,39
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

De los 132 encuestados un gran número están de acuerdo que trabajarían para la Empresa Comunitaria “Morochos”, lo que permite visualizar un escenario optimista en cuanto a provisión de estos productos.

4.3 ¿Formaría parte de los equipos de trabajo de la organización?

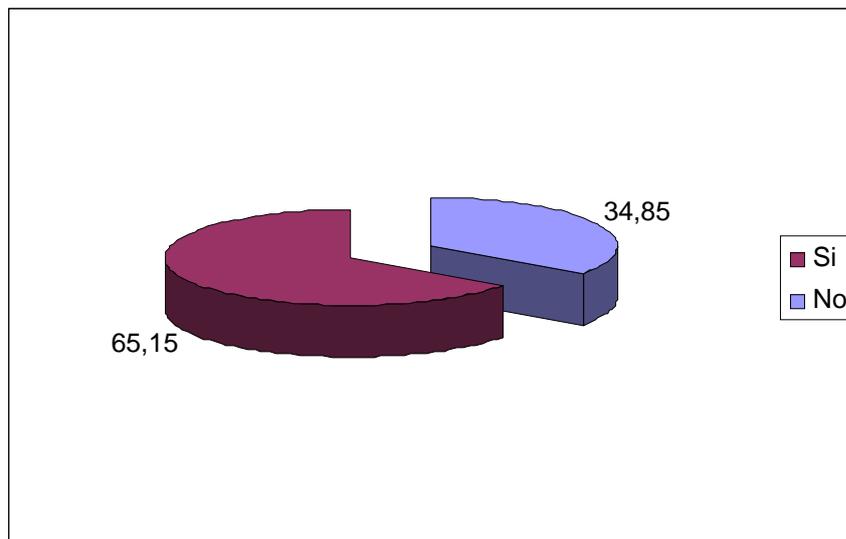
TABLA DE RESULTADOS

ALTERNATIVAS	F	%
Si	86	65,15
No	46	34,85
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRÁFICA



Análisis:

La mayoría de los comuneros manifestó que si formarían parte de los equipos de trabajo de la Empresa Comunitaria “Morochos”, lo que significa que existe apertura por parte de la comunidad en la creación de esta organización.

4.4 ¿De qué forma integraría a la Empresa Comunitaria “Morochos”?

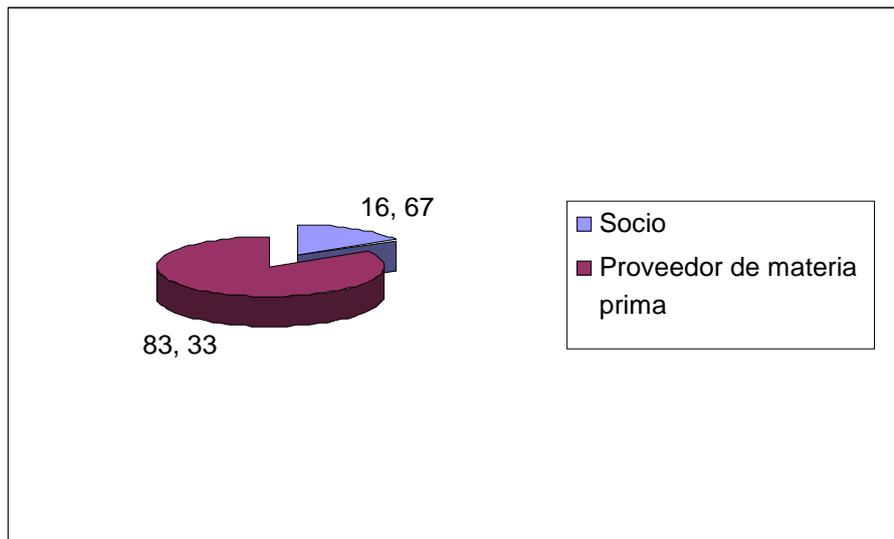
TABLA DE RESULTADOS

ALTERNATIVAS	F	%
Socio	22	16,67
Proveedor de Materia Prima	110	83,33
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

GRAFICA



Análisis:

El 83,33% de los comuneros quisieran ser proveedores de materia prima para la Empresa Comunitaria “Morochos”, mientras que el 16,67% en cambio desearían ser socios de la misma. Con las respuestas obtenidas se sustenta la probabilidad de que la empresa disponga de materia prima para su funcionamiento.

1.6. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos

Mediante la Matriz de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos se procedió a sistematizar la información del diagnóstico estratégico situacional de tal manera que permita tener una visión clara de la situación actual de los pobladores de la comunidad de Morochos.

El análisis del ambiente operativo interno permitió identificar los aliados y oponentes de los comuneros. En tanto que el análisis del ambiente competitivo externo identificó las oportunidades y riesgos posibles de la organización.

Cuadro N° 4

MATRIZ DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Páramos naturales para aprovechamiento integral con el manejo de alpacas. • Experiencia de los comuneros en la elaboración de artesanías textiles. • En la comunidad existen personas con un alto grado de autoestima y deseos de progresar. • Sociabilización de los comuneros al proyecto. • Aplicar tecnologías que permitan elaborar artesanías en lana de alpaca. • Poseer el financiamiento para la implementación de la empresa a través de una institución financiera. 	<ul style="list-style-type: none"> • La comercialización se efectúa en base de intermediarios. • Falta de capacitación en el manejo de alpacas. • Uso no óptimo del recurso renovable. • Ausencia de políticas de crédito e incentivos a la empresa. • Débil formación para desarrollar artesanías en lana de alpaca. • Carencia de recursos financieros propios de los comuneros.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Alto potencial para el desarrollo artesanal textil en lana de alpaca. • Alta demanda de artesanías en lana de alpaca a mercados nacionales y europeos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empobrecimiento del suelo por malas prácticas de pastoreo. • Competencia agresiva de productos sustitutos. • Políticas de comercialización de artesanías textiles que

<ul style="list-style-type: none"> • Hacer convenios con organismos públicos y privados para la formación de empresas. • Diversificación de productos en relación a los requerimientos del mercado meta. • Posicionamiento en mercados locales y potenciales. • Innovar tecnologías de punta. 	<p>tienen mejor posicionamiento en el mercado que las lanas de alpaca.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia desleal provocada por el contrabando. • Cambio de necesidades y gustos de los mercados o clientes. • Situación económica no estable.
---	---

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

1.7. CRUCES ESTRATÉGICOS ALIADOS-RIEGOS, ALIADOS-OPORTUNIDADES, Oponentes-OPORTUNIDADES Y Oponentes-RIEGOS

Con el diagnóstico situacional y la matriz de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, se generó una serie de alternativas estratégicas. El propósito de las alternativas estratégicas será fundamentar o potenciar los aliados con la finalidad de aprovechar las oportunidades, contrarrestar o minimizar los oponentes y disminuir los riesgos.

En la selección de las estrategias se consideraron estrategias: a nivel corporativo, funcionales, de diversificación, de crecimiento, competitivas y de contingencia. Las estrategias se derivaron de los cruces estratégicos y los Ishikahua estructurados y éstos tienen diferentes magnitudes y alcance al que corresponderá ejecutarse (nivel directivo, operativo dirigido a clientes internos y externos).

Cuadro N° 5
**CRUCES ESTRATÉGICOS ALIADOS-RIEGOS, ALIADOS-
OPORTUNIDADES, Oponentes-Oportunidades y
OPONENTES-RIESGOS**

ALIADOS-RIEGOS	ALIADOS-OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar programas de incentivo para el manejo de alpacas. • Aplicar tecnologías acorde a las habilidades de la población. • Programas de capacitación para la elaboración de artesanías en lana de alpaca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la implementación de la empresa para el manejo de alpacas. • Capacitar a los socios de la empresa en programas de elaboración de artesanías en lana de alpaca. • Aprovechar los recursos provenientes de la banca financiera para implementar la empresa.
OPONENTES-RIESGOS	OPONENTES-OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Zonificar adecuadamente las fronteras de asentamiento poblacional. • Manejar convenios participativos con organismos públicos–privados para un aprovechamiento de los recursos. • Aplicar el proyecto a una entidad financiera para su funcionamiento y operatividad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la ayuda que oferta el sector financiero para formar la empresa. • Buscar alianzas con organismos que viabilicen la comercialización de artesanías en lana de alpaca. • Ingresar a tecnologías que aumenten significativamente el uso de los recursos humanos, materiales de los comuneros de Morochos.

Fuente: Investigación directa (encuestas)

Elaboración: La Autora

1.8. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Una vez que se ha realizado el diagnóstico estratégico situacional se puede determinar que el problema diagnóstico o situación actual de los comuneros de Morochos, se detectó claramente deficiencias en el componente de producción debido principalmente a la falta de innovación tecnológica que reactive sus hatos de alpacas y pastos, así como delinear un valor agregado de su producción con la fabricación de artesanías en lana de alpaca.

En lo referente a la comercialización, toda la producción venden a diferentes intermediarios, las condiciones referentes a precios que pagan éstos no representan condiciones para un incentivo de mejoras tecnológicas.

En relación a su estructura organizativa está es mínima y tienen deficiente acceso a la capacitación o incentivos de crédito corporativo.

Respecto a lo económico-financiero los comuneros carecen de créditos debido a las tasas inaccesibles, lo que no les ha permitido mejorar los niveles tecnológicos y sus capacidades operativas en forma adecuada, aumentando la brecha de competitividad con las empresas textiles.

Con este enfoque se ve la necesidad de implementar una Empresa Comunitaria para la Producción y Comercialización de Artesanías en lana de Alpaca en la comunidad de Morochos, parroquia Quiroga, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, lo que permitirá darle sustentabilidad a la producción y comercialización de estos textiles. Con la implementación de la empresa se fortalecerá las capacidades locales, se mejorará la producción y comercialización de estas artesanías y los comuneros de Morochos tendrán la oportunidad de un mejoramiento organizacional, tecnológico y económico.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. LA EMPRESA

Según VALDIVIESO Bravo, Mercedes, en su obra Contabilidad General (2009) afirma: “Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad”.

La empresa es una organización que busca nuevas alternativas para lograr una mejor economía local, regional o nacional; aprovechando las capacidades locales y poner en operación los recursos organizacionales, humanos, materiales, financieros, técnicos para transformar materias primas o insumos en productos, bienes o servicios terminados de acuerdo a la naturaleza de la empresa.

2.1.1. CARACTERÍSTICAS DE UNA EMPRESA

Las características más particulares de una empresa son las siguientes:

- La mayoría de estas unidades económicas tienden a mantenerse en el mismo lugar donde se iniciaron.
- Son empresas que ingresan a segmentos o nichos de mercado de una manera pausada y sostenida; cuando ya han penetrado en el mercado tienen tendencia a permanecer en forma constante.
- Las actividades se concentran normalmente en los socios que toman el control y dirección general de la misma.
- Normalmente no tienen asistencia financiera, administrativa por lo que en muchas ocasiones tienen dificultad cuando se trata de tomar decisiones de marketing, administración y de aspectos financieros.

- Las empresas insertan a diferentes grupos sociales de la misma localidad y actividad económica con el objetivo de asociarse para conseguir mejores oportunidades de mercado.

2.2. ASOCIATIVIDAD

De acuerdo al Ministerio de Educación del Ecuador, Diccionario Práctico del Estudiante (2010): “La asociatividad es juntar a una persona o una entidad con otra para un fin o actividad comunes”.

Es una herramienta estratégica de manera tal que permite lograr una diversificación de riesgos y costos para las empresas pequeñas y medianas (PYMES) en un pleno empleo de su capacidad productiva en el mercado local.

La asociatividad es exclusiva para micro, pequeñas y medianas empresas y debe ser una herramienta de alianza estratégica para afrontar la globalización.

La asociatividad es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas en donde cada participante manteniendo su independencia jurídica y autónoma decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común.

La principal ventaja de la asociatividad es que está destinada a apuntalar y fomentar a los pequeños productores que no cuentan con un volumen para exportar o crear productos derivados de esas materias primas. Con la asociatividad se obtiene mercados estables menores costos de materias primas y se interrelaciona las capacidades locales con las empresariales.

2.2.1. OBJETIVOS DE LA ASOCIATIVIDAD

- Convertir a las empresas en una herramienta para lograr un desarrollo económico sostenido con equidad en el sector rural, urbano marginal o urbano.
- Fortalecer las empresas en forma asociativa para ampliar el mercado local, minimizando costos y aumentando márgenes de rentabilidad.
- Desarrollar grupos de empresas con menores riesgos y costos.
- Hacer de la empresa un futuro clouster (asociatividad) para disminuir la vulnerabilidad, elevar la competencia en mercado local y mejorar la capacidad de inversión y de renovación de activos.

2.3. COMPONENTES DEL PROYECTO

Todo proyecto productivo deberá contener estudio de mercado, estudio técnico, ingeniería del proyecto, estructura administrativa, análisis y evaluación financiera, sensibilización y evolución ambiental como parte de un proceso sistemático conducente a una gestión económica de un sector social. Este documento contiene información coherente y efectiva en lo tecnológico, de mercadeo, económico-financiero y ambientales que asegure una implantación planificada en metas concretas debidamente jerarquizadas articuladas adecuadamente en el horizonte temporal de corto y/o largo plazo.

2.3.1. ESTUDIO DE MERCADO

VARGAS Mercado, Horacio y CERNA Palmerín, Marisol, en su libro titulado La Internacionalización de las Pequeñas y Medianas Empresas (2007) aseveran: “El estudio de mercado tiene como finalidad medir el número de individuos, empresas u otras entidades económicas que generan una demanda que justifique la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios, sus especificaciones y el precio que los consumidores están dispuestos a pagar. Sirve de base para tomar la decisión de llevar adelante o no la idea

inicial de inversión; pero además, proporciona información indispensable para las investigaciones posteriores del proyecto, como son los estudios para determinar su tamaño, localización e integración económica”.

El estudio de mercado es más que el análisis y determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial. El mismo análisis puede realizarse para explicar la política de distribución del producto final. La cantidad y la calidad de los canales que se seleccionan afectarán el calendario de desembolsos del proyecto.

2.3.1.1. OFERTA

Actividad mediante la cual se presentan en un mercado ciertas mercancías con el objeto de ser ofrecidas para su venta. Cantidad de un determinado bien o servicio que los sujetos integrantes de un mercado están dispuestos a vender en el mismo a un cierto precio y durante un tiempo concreto.

2.3.1.2. DEMANDA

Conjunto de consumidores, existentes o potenciales, en un mercado concreto y periodo determinado. La demanda y el mercado están estrechamente vinculados, pero influenciados por las políticas gubernamentales vigentes.

2.3.1.3. PRODUCTO

El producto es el resultado tangible de la acción del trabajo sobre y con otros factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer las necesidades. El producto puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción.

2.3.1.4. PRECIO

El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos.

2.3.1.5. PUBLICIDAD O PROPAGANDA

Propaganda es cualquier forma pagada de presentación y promoción impersonal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.

2.3.1.6. CLIENTES

En contabilidad, es una partida del rubro Cuentas por Cobrar proveniente de los deudores por créditos concedidos en las ventas que realiza un negocio de bienes o servicios.

2.3.1.7. CALIDAD

Grado de perfección o de eficacia en que un producto satisface los requerimientos de aptitud establecidos para determinado uso o consumo, y que se halla en estrecha relación con las condiciones técnicas y necesidades que debe satisfacer.

2.3.1.8. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Se considera que la Investigación de Mercados comprende 9 pasos y son:

- Definir el problema.
- Decidir si es necesario la investigación.
- Programar objetivos y plazos.
- Establecer los datos que se deben recoger.
- Diseñar el instrumento de investigación.
- Diseñar la muestra.

- Aplicar el instrumento de investigación.
- Tabular y analizar los datos obtenidos.
- Extraer conclusiones y tomar decisiones.

2.3.2. ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO

COTRINA, Saúl, en su obra Proyectos de Inversión (2005) argumenta: “Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio”.

En esta fase del proyecto se analizará los componentes para la adecuación de la empresa, equipos, áreas y otros factores requeridos para su implantación. Y determinará el tamaño óptimo que se requiere para realizar la elaboración de las artesanías, su tecnología y organización; indicadores que definirán los montos de inversión del proyecto.

La ingeniería del proyecto se refiere a aquella parte del estudio que se relaciona con su etapa técnica; es decir, con la participación de los ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, aquí se describen algunos aspectos como: producto, tecnología, selección del equipo y la maquinaria, edificios, estructuras y obras de ingeniería civil.

El capítulo ingeniería normalmente debe ser elaborado por expertos en las áreas o actividades en las que el proyecto va a encaminarse. Este análisis deberá ser realizado por personas con experiencia en las actividades económicas que se va a involucrar el proyecto.

2.3.3. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Según SALAZAR, Adafrancys y MAGGIORANI, Richard, en su libro Estructuras Organizativas y Tipos de Organigramas (2005) dicen:

“Entendemos por estructuras organizacionales como los diferentes patrones de diseño para organizar una empresa, con el fin de cumplir las metas propuestas y lograr el objetivo deseado”.

Los aspectos de la organización de una empresa son de vital importancia para lograr los objetivos que se propone el proyecto y es fundamental para asegurar la administración eficiente y eficaz de los recursos disponibles de la manera más adecuada a dichos objetivos.

Los factores organizacionales que se deben analizar durante la formulación del proyecto al tratar de la administración y organización de la empresa son los siguientes:

- Tamaño de la estructura organizativa.
- Relaciones administrativas y operativas.
- Tecnología administrativa.
- Complejidad de los procesos, actividades y tareas administrativas y operativas.
- Formas de organización legal de las empresas.

En la etapa de formulación del proyecto se deberán definir la forma de organización legal que permita un adecuado desarrollo de la empresa o unidad económica que fundamenta el proyecto; para esto se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- Las características propias del proyecto, el tipo de empresa que se desea constituir.
- El volumen de operaciones.
- La magnitud de la inversión requerida.
- El número de socios.
- Los aspectos legales, tributarios y laborales vigentes de la zona de ubicación del proyecto.

2.3.3.1. TIPOS DE SOCIEDADES

Los tipos de sociedades o empresas son las siguientes:

- Sociedad colectiva.
- Sociedad de responsabilidad limitada.
- Sociedad anónima.
- Sociedad comanditaria.

2.3.3.2. CICLO DE DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES

Para la organización de una empresa se tendrá que viabilizar su sistema orgánico que comprenderá su estructura en funciones, sistema de administración, de comunicación, de organización, medidas de desempeño y sistema de monitoreo y evaluación.

El desarrollo de la organización empresarial se basa en decisiones estratégicas que deben tener un enfoque de una estructura organizacional buscando altos niveles de calidad y competitividad fundamentados en el talento humano.

a) ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Será las diversas condiciones estables de la división de procesos, funciones y autoridad a través de las cuales opere la organización. Se expresan medianamente en los denominados organigramas los cuales pueden ser; organigrama estructural, funcional y complementando con la descripción de cargos. En la etapa de factibilidad de proyecto se definirá la organización más apropiada para la empresa teniendo en claro cuáles son los objetivos de esta y su radio de acción (exigencias de los clientes internos y externos) así como los aspectos tecnológicos, ambientales y sociales internos y externos.

ORGANIGRAMAS: Los organigramas también llamados estructura de organización son la representación gráfica y objetiva de los sistemas de organización. Consisten en gráficos cada uno de los cuales representan

un cargo o puesto; dentro de cada cuadro se describe el nombre del cargo o puesto. Los cuadros se unen mediante líneas que representan los canales de autoridad y responsabilidad.

Los organigramas permiten:

- Distinguir la división de funciones.
- Conocer los niveles jerárquicos.
- Identificar las líneas de autoridad y responsabilidad.
- Conocer los canales formales de comunicación.
- Saber cuáles son los líderes, responsables de cada grupo de empleados, trabajadores, entre otros.
- Saber cuál es el tipo de estructura administrativa de la empresa.
- Conocer las relaciones que existen entre los diversos puestos y secciones de la empresa.

2.3.4. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera examina, en términos de bienestar y desde el punto de vista de la nación como un todo, hasta qué punto los beneficios económicos generados por el proyecto son superiores a los costos incurridos. Utiliza los precios económicos, también llamados precios de eficiencia o precios sombra o precios de cuenta.

2.3.4.1. CLASES DE INVERSIONES

En los proyectos consideran fundamentalmente las siguientes inversiones:

a) INVERSION FIJA

Está constituida por los bienes de capital o activos productivos.

b) INVERSION VARIABLE

Corresponde al capital de trabajo o los recursos necesarios para arrancar el proyecto. Se conoce también como inversión diferida, porque

se amortizan en muchos casos durante el horizonte o vida útil del proyecto.

c) INVERSION DIFERIDA

La conforman los costos de la investigación, gastos de constitución, franquicias, diagnósticos, estudios de mercado.

2.3.4.2. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción se refieren a los materiales directos e indirectos, mano de obra directa e indirecta y los costos indirectos de producción o fabricación.

a) MATERIA PRIMA

Son los materiales e insumos sujetos a transformación en el proceso productivo, hasta la obtención de un producto.

MATERIA PRIMA DIRECTA: Los materiales que se identifican claramente en un producto toman el nombre de materiales directos o materia prima directa, y tienen la particularidad de ser fácilmente medibles en la cantidad que forman parte del artículo terminado.

MATERIALES INDIRECTOS: Son todos los materiales sujetos a transformación que no se pueden identificar o cuantificar plenamente en los productos terminados y se acumulan dentro de los costos indirectos, pudiendo o no formar parte del producto.

Los materiales indirectos o materia prima indirecta, son aquellos que se emplean con la finalidad de beneficiar al conjunto de producción de la fábrica, y por lo tanto no puede determinarse con precisión la cantidad que beneficia a un artículo.

b) MANO DE OBRA

Es el pago a los obreros en retribución por su trabajo, el cual es necesario para la elaboración de un artículo.

Son los salarios que se pagan a las personas que participan en la transformación de la materia prima en producto terminado.

MANO DE OBRA DIRECTA: Son los salarios que se pagan a las personas que participan directamente en la transformación de la materia prima en producto terminado y que se pueden identificar o cuantificar plenamente con el mismo.

Es el trabajo desarrollado por las personas que están más cerca de la producción o elaboración del producto.

MANO DE OBRA INDIRECTA: Los sueldos y salarios que se pagan al personal de apoyo a la producción y que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con la elaboración de partidas específicas de productos, se clasifican como mano de obra indirecta.

Representa el costo de las remuneraciones devengadas por aquellos trabajadores y empleados que ejercen funciones de planificación, supervisión y apoyo a las actividades productivas.

c) COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

Son egresos efectuados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican o a las distintas prestaciones de servicios, pero que por su naturaleza no se pueden cargar a una unidad de producción definida.

Son el conjunto de costos fabriles que intervienen en la transformación de los productos y que no se identifican o cuantifican plenamente con la

elaboración de partidas específicas de productos, procesos productivos o centros de costos determinados

2.3.4.3. BALANCE GENERAL

ZAPATA Sánchez, Pedro, en su obra Contabilidad General (2005) indica: "Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado".

Informe financiero básico y producto final de todo sistema contable, a través del cual el representante o máxima autoridad de una empresa pone de manifiesto el estado patrimonial del organismo y la situación financiera en determinada fecha, por lo general al fin de un ejercicio económico.

2.3.4.4. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

ZAPATA Sánchez, Pedro, en su obra Contabilidad General (2005) asevera: "El Estado de Resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea de ganancia o pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante un período determinado".

Informe financiero básico producto de todo el sistema contable que se presenta conjuntamente con el Estado de Situación Financiera, consiste en la presentación ordenada y de acuerdo con el plan de cuentas, de los ingresos percibidos o ganados y los gastos efectuados y el resultado final relacionado con las operaciones financieras de la empresa en un período determinado.

2.3.4.5. FLUJO DE CAJA

Es el estado financiero que se elabora al término de un ejercicio económico o período contable, para evaluar el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto.

2.3.4.6. VALOR PRESENTE NETO (VAN)

Según CÓRDOVA Padilla, Marcial, en su libro titulado Formulación y Evaluación de Proyectos (2006) expresa: “Es simplemente la suma actualizada al presente de todos los beneficios, costos e inversiones del proyecto. A efectos prácticos, es la suma actualizada de los flujos netos de cada período”.

Este indicador mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros a partir del primer período de operación y resta la inversión total expresada en el momento cero.

$$\text{VAN} = -I_0 + \frac{\text{FNE}_1}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE}_2}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE}_3}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE}_4}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE}_5}{(1+i)^5}$$

2.3.4.7. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Según CÓRDOVA Padilla, Marcial, en su libro titulado Formulación y Evaluación de Proyectos (2006) manifiesta: “Refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante su vida útil”.

Tasa Única de Retorno o Tasa Interna de Retorno Ajustada (TIR) es la relación que existe entre los Ingresos Generados por un proyecto en los años operativos y los Egresos por concepto de Inversión ejecutada en el mismo. Estos dos factores se trasladan al año cero a una Tasa de Actualización previamente calculada.

El enfoque de la tasa interna de retorno del proyecto, como tiene patrones convencionales de flujos netos de efectivo, basados en los flujos de entradas (ventas) y flujos de salida (costos e impuestos) en los períodos proyectados (5 años) se tendrá un patrón convencional de comportamiento.

$$0 = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

2.3.4.8. PERÍODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION (PRI)

Según CÓRDOVA Padilla, Marcial, en su libro titulado Formulación y Evaluación de Proyectos (2006) argumenta: “Se define como el número esperado de períodos que se requieren para que se recupere una inversión original. El proceso es muy sencillo, se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto”.

Este elemento de evaluación económica financiera, permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando exista certidumbre en lo pronosticado, lo cual en la realidad no es muy cierto porque las condiciones económicas son flotantes o cambiantes.

2.3.4.9. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (RB/C)

Según CÓRDOVA Padilla, Marcial, en su libro titulado Formulación y Evaluación de Proyectos (2006) dice: “Es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto”.

La relación beneficio costo matemáticamente es igual a la sumatoria del Valor Presente de los Ingresos Actualizados a una Tasa de Interés dividido para la Inversión Inicial del proyecto actualizada a la misma tasa.

2.3.5. EVALUACIÓN DE IMPACTOS

MENDIZÁBAL, Guillermo Aleixandre, GÓMEZ González, Francisco Javier y MOÑUX Chércoles, Diego, en su obra Desarrollo de una Guía de Evaluación de Impacto Social para Proyectos de I+D+I (2003) indica: “Una herramienta de evaluación debe proporcionar algún tipo de valoración para permitir al gestor-evaluador detectar los puntos más débiles del proyecto, así como para seguir las mejoras en las distintas evaluaciones acometidas a lo largo del ciclo del proyecto”.

Este estudio se debe adelantar para la solución alternativa con mejor valoración desde el punto de vista ambiental, recomendada por la autoridad ambiental, según el diagnóstico ambiental de soluciones alternativas.

Comprende el análisis, con mucha más profundidad, de los aspectos que contempla el diagnóstico ambiental de soluciones alternativas. De acuerdo con el tipo de proyecto se deben describir los procesos y operaciones, identificar y estimar los insumos, productos, subproductos, desechos, residuos, emisiones, vertimientos y riesgos tecnológicos, en fuentes y sistemas de control.

En este estudio el plan de prevención y mitigación debe incluir el plan de seguimiento, monitoreo y contingencia.

2.3.5.1. ESTUDIO AMBIENTAL

La evaluación ambiental de un proyecto tiene por objetivo:

- Describir, caracterizar y analizar el medio ambiental (medio ambiente natural y medio ambiente social) de la zona de influencia del proyecto.
- Identificar los impactos y efectos del proyecto sobre los componentes del ambiente, establecer la magnitud e importancia de los mismos.
- Formular el plan de manejo ambiental del proyecto, con indicación de costos y de las actividades para la supervisión de la ejecución del plan.
- Describir en detalle cada una de las soluciones alternativas del proyecto.
- Identificar y definir el área de influencia del proyecto.
- Efectuar una descripción ambiental del área de influencia del proyecto, con indicación de los conflictos y restricciones ambientales, actuales y potenciales, sin proyecto.
- Identificar los impactos y efectos que ocasionará el proyecto sobre el medio ambiente natural y sobre el medio ambiente social.
- Evaluar los impactos y efectos del proyecto sobre el medio ambiental de su área de influencia.
- Describir el posible escenario ambiental modificado.
- Formular el plan de manejo ambiental del proyecto.
- Elaborar el programa para la ejecución del plan de manejo ambiental.
- Cuantificar el costo de la ejecución del plan de manejo ambiental del proyecto.
- Elaborar el programa para la supervisión ambiental del proyecto, durante su etapa de preparación del sitio, construcción y en su posterior fase operacional.

2.3.5.2. ASPECTOS LEGALES

Generalmente, con la evaluación ambiental de un proyecto se busca satisfacer los requerimientos legales establecidos en:

- Las normas nacionales de recursos naturales renovables y de protección al medio ambiente.
- Las normas sanitarias nacionales.
- El estatuto de usos del suelo y normas urbanísticas y arquitectónicas para el municipio en donde se localiza el proyecto.
- Las leyes y decretos que crean las autoridades ambientales a nivel nacional, regional y local.

2.4. EL MANEJO DE ALPACAS

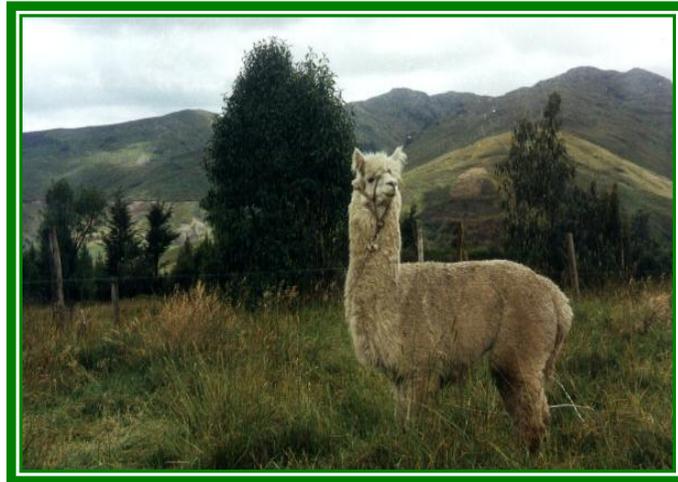
Se puede afirmar que las alpacas están en un período de adaptación, en los páramos de la comunidad de Morochos que se encuentran a una mayor altura respecto a los páramos de Pilisurco y Ancholag, y, los pastizales, si bien más extensos, son menos densos que en los citados lugares.

En el manejo de las alpacas han participado en forma rotativa tres comuneros de Morochos. Quien a su turno actúa como cuidador, previo al traslado diario de las alpacas a pastizales naturales, proporciona, cierta cantidad de sal mineral al hato, tratando de suplir la deficiencia de minerales que por lo general presentan los páramos de este sector, aspecto confirmado con la realización de un análisis bromatológico de los pastos, en el que se determinó la calidad nutritiva de los mismos. Ya en el sitio de pastoreo, el papel del cuidador ha sido la protección de los animales contra depredadores como lobos y pumas.

Para evitar la presencia de enfermedades, se deberá ejecutar tareas programadas en un Plan de Manejo Sanitario. Para lo cual se deberá realizar exámenes coproparasitarios de determinados ejemplares y, concomitantemente, la desparasitación de las alpacas.

2.4.1. LA ALPACA

Figura N° 1
LA ALPACA



PACHECO, Martha, HEIFER INTERNATIONAL, Fundación Heifer Ecuador en su obra titulada Manejo de Alpacas en Páramos (2006) expresa: “La alpaca es un camélido originario de los Andes. Forma parte de una de las cuatro especies de camélidos del continente americano junto con la llama, el guanaco y la vicuña”.

La alpaca es un animal muy apreciado en las actuales culturas andinas debido a las cualidades excepcionales de su lana. En Latinoamérica sus lanas ya fueron atesoradas desde los tiempos Incas.

El vellón de la alpaca es fruto de miles de años de evolución en la altiplanicie andina. Durante siglos la alpaca se ha visto expuesta a las condiciones climáticas más adversas debido a cambios bruscos de temperaturas extremas entre el día y la noche

Debido a estas condiciones meteorológicas tan singulares y a una dieta escasa en nutrientes que ofrece el altiplano, la alpaca ha desarrollado una fibra de características únicas en cuanto a finura y resistencia.

2.4.1.1. RAZAS

Existen dos razas de alpaca: la huacaya y la suri. La huacaya es la raza predominante y constituye aproximadamente el 90% del total de la población de alpacas en el mundo. Su lana se caracteriza por su fibra rizada y su tupido vellón. La variedad de colores es muy amplia, desde el negro hasta el blanco, del marrón chocolate al pelirrojo y con una extensa variedad de tonos. La suri es la raza menos frecuente y representa entre el 7% y el 10% de la población de alpacas en el mundo. La fibra de suri es la más cotizada debido a sus características especiales. Su vellón crece en mechones largos y lisos que caen verticalmente hacia el suelo y su fibra carece de elasticidad.

La alpaca puede vivir entre 18 y 24 años y no cesa de producir lana hasta el final de su vida. Es un animal dócil, inteligente, cariñoso, tímido y curioso a la vez; se comporta de forma organizada y lleva una vida rutinaria por naturaleza. No erosiona el suelo donde habita, y corta el pasto en lugar de arrancarlo de raíz. Se caracteriza también por hacer sus necesidades en un mismo lugar, lo cual facilita su higiene y maximiza la preservación de sus pastos.

Figura N° 1.1
REBAÑO DE ALPACAS



2.4.1.2. MANTENIMIENTO:

- Este camélido no exige demasiados cuidados especiales.
- Precisa unas vacunas anuales: son vulnerables a determinadas bacterias y ectoparásitos (pasturella y ácaros de la sarna). Aunque no dejan de ser enfermedades que pueden prevenirse fácilmente a través de la vacunación y la fumigación.
- Dependiendo del terreno, es conveniente cortar las pezuñas cada seis meses aproximadamente. Son muy fácil de cortar ya que tienen las uñas muy suaves.
- También es preciso que en países cálidos se esquile la alpaca antes del verano (finales de mayo).
- A pesar de su resistencia a los cambios bruscos de temperatura entre el día y la noche, es necesario que durante las épocas más húmedas puedan estar resguardadas bajo techo durante la noche.

- El pasto es su principal dieta, aunque dependiendo de la composición de los pastos es probable que en algunas ocasiones se pueda suplementar un aporte mínimo de minerales y proteínas.
- El coste del mantenimiento de la alpaca es mínimo.

Figura Nº 1.2
MANTENIMIENTO DE ALPACAS



2.4.1.3. BENEFICIOS

¿Qué rentabilidad tiene la alpaca?:

- La fibra de la alpaca es utilizada para producir una gran variedad de productos textiles, que van desde ropa de hogar hasta la moda de vestir para mujeres, hombres y niños.
- La lana de alpaca se combina perfectamente tanto con otras fibras naturales como sintéticas.
- El vellón de alpaca está reconocido como un artículo de lujo.
- La alpaca vive entre 18 y 24 años y produce lana hasta el final de su vida.
- La reproducción comienza a partir de los dos años, dan una cría por año.
- Producen lana desde el primer año: “baby alpaca”
- “Baby alpaca” es la lana más preciada.
- La alpaca carece de lanolina, lo que la convierte en hipoalergénica.

- La alpaca produce lana en una gran variedad de colores naturales (22).

Figura N° 1.3
BENEFICIOS DE LA ALPACA



2.4.1.4. LA FIBRA

La fibra de alpacas es una lana natural, suave y resistente, siendo el vellón la parte de la lana del animal más valorada. Es una lana extraordinaria y sedosa, con 22 colores distintos naturales. Aunque a simple vista pueda ser similar a la lana de oveja (merina), es más cálida, pica menos y carece de lanolina, lo cual la convierte en una lana hipoalérgica.

2.4.1.5. CARACTERISTICAS DE LA FIBRA DE ALPACAS:

- Es más cálida y acogedora que la lana merina.
- Es más resistente a la abrasión que la lana de oveja.
- La fibra de alpacas ofrece una amplia variedad de colores naturales (22).
- No contiene grasas, aceites ni lanolina, lo que la convierte en hipoalergénica e inodora.
- No retiene la humedad y la exposición a la radiación solar no altera sus cualidades.
- La fibra de alpaca es un producto extraordinario ya que la oferta no puede satisfacer la demanda del vellón de alta calidad.
- Puede ser cardada y mezclada con otras fibras naturales y/o sintéticas.
- Se tiñe fácilmente sin perder el brillo y lustre natural.
- La fibra de alpaca es compatible con las lanas naturales y los sistemas de estambre.
- Su brillo y lustre natural produce un alto efecto visual en la industria textil.

2.4.1.6. EXPERIENCIAS DE MANEJO DE CRIANZA DE LAS ALPACAS AL PÁRAMO TUSHIN BURGAY

Favorecieron o limitaron las relaciones entre géneros, de qué manera es posible potencializar la participación especialmente de los beneficiarios/as, en la toma de decisiones frente a la crianza de las alpacas como una herramienta para la conservación del páramo y una alternativa económica en el interior de las organizaciones comunitarias y en sus propias familias.

El Páramo TushinBurgay está ubicado en la Parroquia Jerusalén, Cantón Biblián, Provincia del Cañar.

El ámbito territorial de la zona, corresponde a la propiedad de la “Asociación de Trabajadores Agrícolas La Esmeralda Chica Despensa – Ceba Loma”, el mismo que se compone de dos zonas:

- La primera zona, está constituida por las comunidades de residencia de la familia nuclear, en este caso, son las comunidades “Chica Despensa y Cebada Loma”, en esta zona además de ubicarse las residencias de las familias se encuentran las unidades de producción agropecuarias de cada familia de la Asociación.
- La segunda zona, se encuentra ubicada inmediatamente sobre la zona de residencia y aquí se encuentra la propiedad comunal denominada “Páramo TushinBurgay” en donde se desarrolla el Proyecto.

2.4.2. LA CONSTRUCCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA

Se deberá definir los sitios en que, por un lado, se construiría la infraestructura y, por otro, podrían permanecer las alpacas durante las faenas de pastoreo, se establecerán compromisos de trabajo, al interior de la agrupación de los socios de la Empresa Comunitaria “Morochos” para empezar a realizar las obras.

Para el pastoreo las alpacas están en libertad con el cuidado y protección adecuada; para un mejor control será necesario hacer cerramientos a base de madera y malla de medidas 15m de ancho y 40m de largo, donde las alpacas pueden ser controladas de mejor manera especialmente para una alimentación regulada.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. INTRODUCCION

La producción de artesanías en lana de alpaca en los últimos años ha tomado importancia en el país, por sus grandes expectativas de comercialización en el mercado externo, especialmente en los países de la comunidad económica europea. En la provincia de Imbabura, no existe una empresa que produzca y comercialice artesanías en lana de alpaca tanto en el mercado local como en el mercado externo.

Las artesanías en lana de alpaca por sus características estéticas tienen bastante expectativa y demanda en el mercado externo. En el mercado local de la provincia de Imbabura no hay oferta de estas artesanías que es el objetivo del presente proyecto, mientras que existe una demanda moderada de estos productos según encuestas realizadas en la ciudad de Otavalo, Cotacachi e Ibarra.

3.2. IDENTIFICACION DEL PRODUCTO

Las artesanías en lana de alpaca son productos de transformación de la materia prima animal (alpaca), mediante proceso de trasquilado, lana que se convierte en materia prima principal para la elaboración de diferentes artículos de vestuario o de uso para el hogar confeccionados en forma artesanal o fabril, aplicando técnicas textiles prehispánicas, pero también adoptando otras introducidas de acuerdo a la moda contemporánea.

3.2.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO

El proyecto tiene como objetivo encontrar la viabilidad para introducir en el mercado local e internacional artesanías en lana de alpaca como:

- Sacos
- Gorras
- Guantes
- Tapices de pared y piso
- Bufandas

En las Figuras N° 2 y 3 se muestra la presentación que tendrán los productos, se define de una manera clara que los diseños serán de tipo convencional en cuanto a la moda actual, colores de la lana, tipo de hilado o tejido. En la etiqueta se señalará la marca y talla del producto. Los productos que se elaboren estarán centrados en revalorizar el trabajo artesanal involucrando aspectos culturales orientados a potencializar las artesanías textiles de la región y la promoción de los tejidos en lana de alpaca.

Figura N° 2
TAPIZ DE PARED



Figura N° 2.1
TAPIZ DE PARED



Figura N° 3
SACOS, GORRAS, GUANTES EN DIFERENTES DISEÑOS Y
COLORES



3.2.2 MARCA

La marca de los productos será Artesanías “Morochos”, de esta forma se comercializará en el mercado meta que se identifique en el análisis de mercado. Esta marca en lo posterior identificara a otros posibles productos que se pueda producir en una segunda etapa del proyecto teniendo como materia prima principal la lana de alpaca.

3.3 MERCADO META O MERCADO OBJETIVO

El mercado meta del proyecto en primera instancia es el mercado local es decir la ciudad de Otavalo, principalmente, y demás ciudades de la provincia de Imbabura .En una segunda fase se pretende llegar al mercado nacional y extranjero.

Siendo el mercado meta la ciudad de Otavalo desde el punto de vista geográfico se tendrá tres puntos de venta, un punto de venta en la Plaza de Ponchos de esta ciudad y otro punto de venta en la ciudad de Cotacachi e Ibarra. La Plaza de Ponchos es el sitio de mayor congregación artesanal de Otavalo, por poseer mayor concentración económica y de transacción mercantil del día a día y de las ferias semanales que se mantiene.

Es notorio que la ciudad de Otavalo es la principal ciudad de comercialización de artesanías especialmente de tejidos de varias características, registrando un crecimiento significativo en los últimos años por la variedad de artesanías y de técnicas textiles desarrolladas.

La afluencia de turistas extranjeros es importante porque son los potenciales clientes de las artesanías textiles que producen y comercializan los artesanos del sector. Según la Unidad de Turismo de la Jefatura de Desarrollo Económico Local del Gobierno Municipal de Otavalo visitan esta ciudad alrededor de 120000 turistas extranjeros en forma anual lo que justifica ubicar el mercado meta del proyecto.

Las artesanías textiles de Otavalo es una actividad dinámica que se ha adaptado a las exigencias del mercado de clientes locales y extranjeros generando un desarrollo económico social artesanal sustentable para sus artesanos y empresarios. Bajo este enfoque se fundamenta la visión del proyecto de identificar este mercado meta.

Características principales desde el punto de vista de Marketing del mercado meta:

- Número de turistas extranjeros que visitan Otavalo.
- Número de turistas nacionales que ingresan a Otavalo.
- Valorización de las artesanías textiles de Otavalo a nivel del mercado local, nacional y extranjero.
- Alto grado de preferencia de artesanías en lana de alpaca por parte de clientes locales y extranjeros.
- Valorización del trabajo artesanal textil.
- Reconocimiento por parte de los clientes de las artesanías textiles a sus proveedores por los conocimientos técnicos, diseños tradicionales y valores culturales.
- Las artesanías textiles son muy cotizadas en el extranjero por la habilidad plasmada de una raza cultural de expertos artesanos.
- Otavalo es conocido como sector turístico privilegio y la afluencia de turistas extranjeros es un instrumento para la comercialización de las artesanías textiles.
- Actitud emprendedora del sector artesanal textil.
- Las artesanías tienen aranceles preferenciales para su exportación.

3.3.1. MERCADO META DE LA SEGUNDA FASE

El mercado meta del proyecto en la segunda fase de funcionamiento será el mercado extranjero específicamente el de Canadá debido a los siguientes criterios técnicos:

- Oportunidad que brinda el gobierno de Canadá a las artesanías textiles con bajas tarifas aduaneras.
- Canadá ofrece provechosas oportunidades para la promoción de artesanías textiles de Latinoamérica.
- Auspicio a productos de origen natural de manejo integral y de conservación ambiental como es el manejo de alpacas y su industrialización.
- Por existir el Sistema de Preferencias Unilaterales aplicado por Canadá a los países en desarrollo como el Ecuador.
- Garantía de las reducciones arancelarias con derechos, preferencias que van desde la entrada de franquicias hasta las reducciones en los derechos aplicables al Ecuador de forma favorable (NMF).
- Canadá concede preferencias a productos cuya exportación tiene interés para países en desarrollo especialmente las artesanías de materias primas no tradicionales como de lana de alpaca.
- Los productos con preferencias arancelarias para exportar a Canadá se encuentran en la siguiente dirección que es el Arancel Canadiense para el año 2001 bajo la columna de APLICABLE PREFERENCIAL TARIFAS.

3.3.2. SEGMENTACION DEL MERCADO

Para segmentar el mercado se siguió el presente procedimiento.

3.3.2.1. DESDE EL PUNTO DE VISTA GEOGRÁFICO

El mercado meta en primera instancia es el mercado local es decir de la ciudad de Otavalo, fundamentalmente y las ciudades de Cotacachi e Ibarra, estipulado en los criterios técnicos antes enunciados como la gran afluencia de turistas locales, nacionales y extranjeros que visitan los sitios anteriormente mencionados y las preferencias de las artesanías textiles especialmente de tejidos en lana de borrego y alpaca.

3.3.2.2. SEGMENTACIÓN POR VENTAJAS Y PREFERENCIAS

Esta segmentación es el método más directo y conforme a la idea básica de la segmentación apuntando a las preferencias de los potenciales clientes y en las ventajas competitivas de las artesanías en lana de alpaca que buscan los mismos. Con este objetivo se determinó las siguientes respuestas de los FocusGroup de clientes potenciales respecto a los artículos que producirá el proyecto:

- Lista de criterios determinantes para elegir los artículos de lana de alpaca.
- Precio en relación a los de lana de borrego o de otras fibras.
- Comodidad
- Belleza estética de las prendas en cuanto a textura e hilado de las prendas.
- Presentación en lo que respecta a colores y diseño de las prendas.

De las encuestas realizadas a los FocusGroup se determinó las siguientes respuestas:

- EL 85% de los encuestados sostienen que el precio de las prendas en lana de alpaca son similares a las de lana de borrego y de lana artificial que se comercializa en la Plaza de Ponchos de Otavalo, por tanto si adquirirían las artesanías de lana de alpaca.
- El 90% afirma que los sacos en lana de alpaca son más cómodos que los de los otros materiales. Siendo este un criterio para adquirir productos de lana de alpaca.
- El 76% sostienen que los artículos en lana de alpaca son de moda y no convencionales, siendo este otro argumento para su distinción.
- El 92% manifiestan que la presentación de las prendas en lana de alpaca son más elegantes y vistosas que las de lana de borrego o artificial por tanto tienen más preferencia.
- El 86% de los encuestados afirman que los sacos en lana de alpaca son de mayor belleza estética que los de la competencia.

3.3.2.3. SEGMENTACION SEGÚN EL SEXO

El mercado meta del proyecto en un 73% es de género femenino y el 27% de género masculino, según las encuestas realizadas.

3.3.2.4. SEGMENTACION SEGÚN ESTILOS DE VIDA

Esta segmentación tiene relación con los estilos de vida de los potenciales clientes. Parte de la idea que los potenciales clientes son individuos muy diferentes en términos socioeconómicos y tienen comportamientos de compra incomparables.

En lo que respecta a preferencias de los artículos en lana de alpaca en relación de otros tejidos tenemos que; el 79% de los FocusGroup manifiestan que si adquirirían artículos en lana de alpaca por sus características que lo diferencian de sus competidores, el 13% que no lo harían y el 8% que comprarían de otros materiales.

En cuanto al perfil sociocultural de los consumidores potenciales se determinó lo siguiente:

a) ESTATUS DE FIDELIDAD

El 65% por ciento de los encuestados serán clientes fieles incondicionales a la adquisición de los artículos en lana alpaca, fieles no exclusivos el 28% y el 7% por ciento clientes no fieles. En tanto que usuarios potenciales se determina que el 86% de los encuestados serán usuarios regulares y el 14% irregulares.

3.4. IDENTIFICACION DE LA DEMANDA

De acuerdo con su probabilidad se clasifica en demanda real o efectiva, porque las artesanías textiles son altamente demandadas por clientes internos y externos creando diferentes impactos en la ciudad de Otavalo. Al existir una negociación hay dos beneficiarios por un lado los productores y luego los compradores en el que las dos partes se

benefician, la empresa realiza el acto comercial este al ser constante contribuye al movimiento del comercio.

El proyecto pretende desarrollar un nuevo producto (artesanal en lana de alpaca). Por lo tanto, hay que partir del desarrollo de conceptos según la teoría del Marketing y prueba de conceptos. La empresa que se crearía tiene la idea de producir artículos en lana de alpaca. Ésta es una idea de producto, pero los consumidores no compran ideas de producto; compran conceptos de productos.

Una idea de producto se puede convertir en varios conceptos. La primera pregunta es ¿quién adquiriría estos productos?, los artículos de lana de alpaca puede dirigirse a las personas de edad entre 19 y antes de cumplir los 32 años o también a personas mayores de edad, hasta 60 años. Segunda ¿qué beneficio debe proporcionar estos productos?, ¿comodidad, satisfacción, moda, durabilidad, diseños adecuados?. Tercera ¿cuándo adquirirían los mercados meta estos artículos?, en épocas festivas, eventos sociales, en temporadas de inviernos o en cualquier época del año. Al contestar estas preguntas, se puede formar varios conceptos.

3.4.1. CONCEPTOS

3.4.1.1. CONCEPTO 1

Las artesanías en lana de alpaca pueden ser adquiridas y utilizadas por diferentes tipos de mercados o usuarios en diversas ocasiones y finalidades (desde el punto de vista de uso de prendas de vestir o artículos del hogar y otros).

3.4.1.2. CONCEPTO 2

Las prendas de vestir en lana de alpaca son de alto valor agregado debido especialmente a su materia prima principal que es

nueva en el mercado local y su uso ha sido restringido y comercializado en pequeñas cantidades. Además la comercialización en ferias y mercados es insignificante siendo demandada únicamente por personas conocedoras de las bondades de comodidad, durabilidad y belleza estética que poseen estas prendas de vestir.

3.4.1.3. CONCEPTO 3

Los artículos en lana de alpaca pueden ser; sacos, gorras, guantes así como artículos del hogar tapices de pisos y de pared, entre otros, de un precio accesible al público y en relación a los de su naturaleza o competencia.

3.4.2. PRUEBA DE CONCEPTOS

La prueba de conceptos implica presentar el concepto del producto (sacos, gorras, guantes, tapices de piso y pared, entre otros) a consumidores meta apropiados y determinar sus reacciones (Kotler, 2001). En este caso se creó un prototipo de saco, gorra, guante, tapices de piso y pared y se les hizo ver, en directo a los tres FocusGroup de diferentes “perfiles” de 10 personas cada uno en una sesión única (transaccional).

- El “perfil” del Grupo 1 tiene las siguientes características:

Edad	Entre 19 a 32 años
Condición social	Media - Baja
Mercado	Plaza de Ponchos de Otavalo
Educación	Primaria - Secundaria
Ocupación	Varias

- El “perfil” del Grupo 2 tiene las siguientes características:

Edad	Entre 33 a 46 años
Condición social	Media - Alta
Mercado	Plaza de Ponchos de Otavalo
Educación	Profesionales
Ocupación	Empleados - Actividades propias

- El “perfil” del Grupo 3 tiene las siguientes características:

Edad	Entre 47 a 60 años
Condición social	Turistas extranjeros
Mercado	Plaza de Ponchos de Otavalo
Educación	Profesionales
Ocupación	Varias

Cuadro N° 6

PREFERENCIAS POR CUALIDADES GRUPO 1

OPINIÓN	LANA DE BORREGO	LANA ARTIFICIAL	DE HILO	LANA DE ALPACA	OTROS
Comodidad	2	2	2	3	1
Precio	2	3	1	3	1
Moda	3	2	1	3	1
Presentación	3	1	2	2	2
Belleza estética	2	2	1	4	1
TOTAL	12	10	7	15	6

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 7
PREFERENCIAS POR CUALIDADES GRUPO 2

OPINIÓN	LANA DE BORREGO	LANA ARTIFICIAL	DE HILO	LANA DE ALPACA	OTROS
Comodidad	3	2	1	3	1
Precio	1	1	4	3	1
Moda	3	1	1	4	1
Presentación	3.	2	1	3	1
Belleza estética	2	1	1	4	2
TOTAL	12	7	8	17	6

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 8
PREFERENCIAS POR CUALIDADES GRUPO 3

OPINIÓN	LANA DE BORREGO	LANA ARTIFICIAL	DE HILO	LANA DE ALPACA	OTROS
Comodidad	3	1	1	4	1
Precio	2	1	1	5	1
Moda	2	1	2	2	3
Presentación	2	1	1	5	1
Belleza estética	2	1	1	5	1
TOTAL	11	5	6	21	7

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Análisis:

A los grupos se les requirió opiniones sobre los principales indicadores de los productos en lana de alpaca en relación con las de otros materiales basándose en; comodidad, precio, moda, presentación y belleza estética.

Las respuestas de los encuestados indican que las artesanías en lana de alpaca tienen un atractivo de compra para los FocusGroup establecidos y se determina cuáles de estos potenciales clientes son las opciones de mercado para la Empresa Comunitaria “Morochos”. En este caso el Grupo 3, según los resultados obtenidos son altamente significativos a favor de las prendas en lana de alpaca bajo este enfoque de mercado, este, sería el Grupo Objetivo de nuestro producto. El Grupo 2 sería la segunda opción de mercado de clientes para el proyecto.

3.4.3. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Sobre la base de los datos del grupo de mercado meta u objetivo para las artesanías en lana de alpaca que corresponde a la población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Otavalo, se procedió a cuantificar la demanda potencial del producto del proyecto de la manera siguiente:

La meta del mercado potencial del proyecto a satisfacer es de 38783 personas en el año 2008 (datos INEC).

Aplicando los FocusGroup al segmento de mercado de edades de 19 a 60 años se determina que la demanda potencial posee poder de compra. Este indicador ofrece una óptima posición del producto del proyecto en el mercado.

Para efectuar la proyección de la demanda de artesanías en lana de alpaca en la provincia de Imbabura se utilizó el modelo exponencial:

$$Q_n = Q_0 (1 + i)^n$$

Dónde:

Qn = Consumo futuro

Qo = Consumo inicial

i = Tasa de crecimiento anual promedio

n = Año proyectado

Cuadro N° 9

**CÁLCULO DE LA TASA DE CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO
CONSUMO HISTÓRICO**

AÑO	CONSUMO HISTÓRICO	$i = \frac{Q_n}{Q_o} - 1$
2006	36150	
2007	37028	0,0243
2008	38783	0,0474
TOTAL		$\sum i = 0,0717$

Fuente: Unidad de Turismo de la Jefatura de Desarrollo Económico Local del Gobierno Municipal de Otavalo

Elaboración: La Autora

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,0717}{2} = 0,0359(i)$$

La tasa de crecimiento anual promedio representa un 3,59% de crecimiento de la PEA de la ciudad de Otavalo, según el INEC.

En base a este cálculo el consumo futuro para los próximos años tomando como base el año 2008 es:

Cuadro N° 10
ESTIMACION DEL CONSUMO POTENCIAL

AÑO	CONSUMO FUTURO $Q_n = Q_0 (1 + i)^n$
2008	38783
2009	40175
2010	41618
2011	43112
2012	44659

Fuente: investigación directa

Elaboración: La Autora

3.5. IDENTIFICACION DE LA OFERTA

La oferta de artesanías en lana de alpaca en la provincia de Imbabura ha tenido decrecimientos debido al bajo nivel de cultura de criar alpacas y porque es un producto que recién se está desarrollando en el mercado (Mercado Virgen), lo que da mayor probabilidad para el proyecto.

Para efectuar la proyección de la oferta de artesanías en lana de alpaca en la provincia de Imbabura se utilizó el modelo exponencial:

$$Q_n = Q_0 (1 + i)^n$$

Dónde:

Q_n = Consumo futuro

Q₀ = Consumo inicial

i = Tasa de crecimiento anual promedio

n = Año proyectado

Cuadro N° 11
SERIE HISTÓRICA DE LA OFERTA

AÑO	CONSUMO HISTÓRICO	$i = \frac{Q_n}{Q_0} - 1$
2006	7727	
2007	7690	0,0048
2008	7576	0,0148
TOTAL		$\Sigma i = 0,0196$

Fuente: Investigación directa y secundaria

Elaboración: La Autora

$$\frac{\Sigma i}{n} = \frac{0,0196}{2} = 0,0098(i)$$

La tasa de crecimiento anual promedio representa un 0.98% de decrecimiento, en base a esto tenemos un mercado potencial de oferentes de artesanías en lana de alpaca de la ciudad de Otavalo que es muy satisfactorio, de acuerdo a datos históricos proporcionados por la Unidad de Turismo de la Jefatura de Desarrollo Económico Local del Gobierno Municipal de Otavalo, en relación a la oferta de la competencia que va disminuyendo porque la materia prima que es la lana de borrego no tiene gran aceptación.

Cuadro N° 12
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	CONSUMO FUTURO $Q_n = Q_0 (1 + i)^n$
2008	7576
2009	7502
2010	7428
2011	7355
2012	7283

Fuente: investigación directa

Elaboración: La Autora

3.6. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

3.6.1. CON PRODUCTOS SUSTITUTOS

Se investigó el posicionamiento de otros tejidos que tienen sobre los potenciales clientes que visitan la Plaza de Ponchos de Otavalo; el 74% sostienen que los artículos que más adquieren son de lana de borrego, el 12% que compran de lana artificial y el 14% que prefieren de otros materiales.

Como se puede determinar el más alto posicionamiento en el mercado meta del proyecto tienen los sacos de lana de borrego por tanto es el competidor indirecto más importante del proyecto.

La competencia de la Empresa Comunitaria “Morochos” se la realizo desde los siguientes puntos de vista:

- En relación a los productos.
- Las artesanías en lana de alpaca no tienen competidores directos porque no existe actualmente ninguna empresa o microempresa que comercialice en la Plaza de Ponchos de Otavalo estos productos. Los competidores indirectos serían los tejidos de; lana de borrego, lana artificial, hilo, algodón y cuero.
- Existen algunas formas de artículos textiles fabriles y artesanales en relación a la demanda del mercado local y externo. Los productos que serían competidores directos por su forma uso y naturaleza son; sacos, guantes, bufandas, tapices de pared y piso entre otros.

Las preferencias por las artesanías textiles están determinadas de acuerdo a lo que nos indica el siguiente cuadro.

Cuadro N° 13
PREFERENCIAS DE CONSUMO

PREFERENCIAS	F	%
Lana artificial	35	27,00
Hilo de algodón	7	5,00
Lana de borrego	43	33,00
Otros materiales	10	8,00
Mixtos	5	4,00
De cuero	32	23,00
TOTAL	132	100,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Se establece las preferencias de consumo respecto a ciertas cualidades (comodidad, precio, moda, presentación y belleza estética) de las artesanías existentes en el mercado meta, lo que nos revela que son considerados como competidores directos los artículos confeccionados con lana de borrego.

El siguiente cuadro muestra el posicionamiento de las artesanías textiles en el mercado meta:

Cuadro N° 14
MATRIZ DE POSICIONAMIENTO DE PRODUCTOS

GRADO DE PREFERENCIA	Sacos en lana de borrego	Sacos en lana de alpaca
	Sacos de Hilo	Sacos en lana artificial

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Analizando la matriz con la variable de grado de preferencia se puede determinar que los sacos en lana de alpaca y en lana de borrego tienen mayor preferencia al público por lo tanto se ubican en los casilleros superior derecho e izquierdo respectivamente y los de menor grado de preferencia se ubican en los casilleros inferiores.

3.6.2. EN RELACIÓN AL TIPO DE EMPRESA

La competencia que tendrá el proyecto en relación al tipo de empresa es que existen en la ciudad de Otavalo alrededor de 200 locales comerciales de expendio de artesanías, la mayoría de estos almacenes se encuentran registrados legalmente siendo esta una competencia directa por lo tanto una amenaza que tendrá que ser considerada en el Plan Estratégico de Marketing para minimizar su impacto.

La mayoría del sector indígena del centro de Otavalo se dedican a la producción artesanal textil en algún nivel ya sea comprando o vendiendo productos textiles de lana.

En los cantones Cotacachi e Ibarra no existe ninguna empresa asociativa de producción textil de artesanías en lana de alpaca, por lo que el proyecto no tiene competidores directos sino indirectos conformados por diferentes empresas familiares que se dedican a la producción artesanal de prendas textiles en lanas e hilos convencionales.

3.7. BALANCE OFERTA-DEMANDA

Tomando en cuenta la oferta y la demanda se obtiene la siguiente información.

Cuadro Nº 15
BALANCE OFERTA-DEMANDA

AÑO	OFERTA	DEMANDA	SUPERAVIT O DEFICIT (DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER)
2008	7576	38783	31207
2009	7502	40175	32673
2010	7428	41618	34190
2011	7355	43112	35757
2012	7283	44659	37376

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

3.8. ANÁLISIS DE PRECIOS

Es importante hacer el análisis de los precios de los artículos considerados como competidores directos para las artesanías en lana de alpaca, lo que permitirá tener los costos referenciales para que se obtenga un precio competitivo en el mercado.

Cuadro Nº 16
PRECIOS DE ARTICULOS EN LANA

TIPOS DE ARTICULOS	PRECIOS DE VENTA
Saco en lana de borrego	15,00
Sacos de hilo	18,00
Sacos en lana artificial	12,00
Sacos en lana de alpaca	22,00
Sacos de algodón	20,00

Fuente: investigación directa

Elaboración: La Autora

El precio más alto corresponde a los sacos de algodón en relación a los sacos en lana de alpaca que tendrían un precio referencial de venta al público de 22 dólares

Cabe recalcar que el índice inflacionario en el Ecuador, por su economía dolarizada, no es muy relevante considerar para este tipo de análisis. Sin embargo, para efectos de tener un horizonte de referencia únicamente, se procede de esa manera. Para el caso que nos ocupa, según el INEC, el pronóstico de la inflación no iría más allá de 1 o 2 dígitos para los siguientes años.

En ese sentido los resultados se muestran a continuación:

Cuadro Nº 17
PROYECCIÓN DE PRECIOS REFERENCIALES DE SACOS EN LANA
DE ALPACA

AÑO	INFLACIÓN	PRECIO
2008	—	22,00
2009	4%	22,88
2010	4%	23,80
2011	4%	24,75
2012	4%	25,74

Fuente: investigación directa

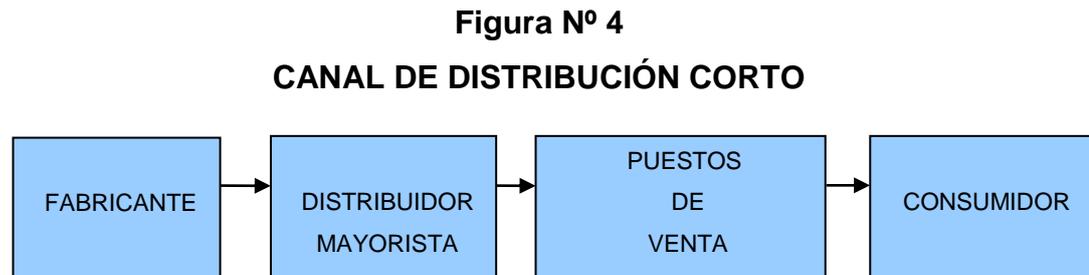
Elaboración: La Autora

3.9. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de comercialización de estos productos son de la siguiente forma; las empresas o microempresas producen y tienen sus puntos de venta en la Plaza de Ponchos de la ciudad de Otavalo. También lo hacen en forma de distribuidores que normalmente son mayoristas, luego estos venden a los locales comerciales de Otavalo y otras ciudades de la provincia de Imbabura y del país así como en el

mercado externo que normalmente son los que venden el producto en forma directa al consumidor.

Es un canal de distribución corto, el diseño del mismo se muestra a continuación:



3.10. PUBLICIDAD

Las empresas que comercializan artesanías en lana de borrego, en lana artificial y otros materiales en los puntos de venta de la Plaza de Ponchos normalmente hacen publicidad a través de la presentación de sus productos en forma directa en diferentes perchas y formas de exhibir los mismos a sus clientes y ferias que se desarrollan en las ciudades de Cotacachi e Ibarra. La publicidad que aplican los comercializadores de estos productos se basan con mensajes cortos que expresan la ventaja competitiva de sus productos.

3.11. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- En la actualidad no existe en el mercado oferta de artesanías textiles elaboradas en base a lana de alpaca; lo que le da al proyecto una óptima oportunidad de ingresar al mercado especialmente de turistas extranjeros que tienen alta preferencia por este tipo de artesanías.
- Existen productos artesanales textiles que serían la competencia para las artesanías en lana de alpaca. Los productos son principalmente de lana de borrego, algodón y de hilos sintéticos. Estos productos serían una amenaza para el ingreso al mercado ya

que están bien posicionados sobre todo en la Plaza de Ponchos de la ciudad de Otavalo.

- La dolarización en el Ecuador permite no tener mayores problemas en cuanto a precios y comercialización de las artesanías textiles en general, no se detectan probables problemas, más bien el mercado se presenta atractivo especialmente al segmento de mercado de turistas extranjeros que visitan la Plaza da Ponchos de Otavalo. que es el mercado meta del proyecto
- Las artesanías en lana de alpaca tienen un alto grado de aceptación en los FocusGroup investigados lo que sustenta desde el punto de vista de mercado la implementación del proyecto.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TECNICO

4.1. ASPECTOS BÁSICOS A CONSIDERAR EN EL ESTUDIO TÉCNICO

4.1.1. MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Figura Nº 5
AMERICA DEL SUR



Desde el punto de vista estratégico de localización la Empresa Comunitaria “Morochos” deberá estar localizada en el radio de acción donde exista los servicios básicos, vías de comunicación y otros servicios que se requiere para el funcionamiento óptimo de esta actividad económica–financiera.

La localización del proyecto es en la provincia de Imbabura, cantón Cotacachi, parroquia Quiroga, comunidad de Morochos.

Los factores que se consideraron para la Macrolocalización de la empresa fueron los siguientes:

4.1.1.1. FACTORES GEOGRÁFICOS

Este factor se consideró en relación a que la comunidad de Morochos en su área geográfica tiene acceso a los pastos naturales que son aptos para el pastoreo de las alpacas, siendo este el factor más relevante para el proyecto ya que la materia prima principal que usará es a base de la lana obtenida de las alpacas.

El punto de venta que tendrá la empresa será en la Plaza de Ponchos de la ciudad de Otavalo, que es el sector más comercial que tiene la ciudad.

4.1.1.2. FACTORES LEGALES

El sector donde se tiene planificado implementar el punto de venta de la Empresa Comunitaria “Morochos” tiene ya formulado las ordenanzas municipales en cuanto tiene que ver a patente municipal para su operación así como obtener el RUC correspondiente.

4.1.2. MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Figura N° 6
CANTÓN COTACACHI



4.1.2.3. SECTOR COMERCIAL

La ciudad de Otavalo y especialmente la Plaza de Ponchos es en la actualidad el sector más comercial y significativo desde el punto de vista de mercado de productos textiles artesanales en la provincia de Imbabura y el norte del país. El sector textil de la pequeña industria artesanal de Otavalo ha tenido un crecimiento económico altamente significativo debido a las técnicas artesanales que se ha mantenido y se a interrelacionado con la moda actual.

4.1.2.4. CERCANÍA AL MERCADO POTENCIAL

Por la ubicación geográfica que tendrá la Empresa Comunitaria “Morochos” con su punto de venta ofrece acceso a los diferentes nichos de mercado que pretende captar para comercializar sus artesanías en lana de alpaca.

4.1.2.5. SERVICIOS BÁSICOS

Por ser un lugar céntrico de la ciudad de Otavalo se dispone de todos los servicios básicos de infraestructura.

4.1.3. MÉTODOS PARA LA EVALUACION DE ALTERNATIVAS DE LA LOCALIZACIÓN

Para la Microlocalización del proyecto se utilizó el método de Brown o Método de Evaluación Cuantitativa considerando la matriz de factores.

Los factores de localización considerados para la evaluación fueron los siguientes:

- Factores estratégicos
- Cercanía a la materia prima
- Sector comercial
- Cercanía al mercado potencial
- Servicios básicos

A continuación se ponderó los factores locacionales jerarquizados (los factores cualitativos) a una escala de medida de 1 a 10 puntos.

Se utilizó tres alternativas de Microlocalización:

- Sector de la Plaza de Ponchos (A)
- Sector Calle Bolívar (B)
- Sector Calle Morales (C)

Los factores locacionales se midieron subjetivamente a cada sector escogido, usando información directa recogida in-situ.

A los factores locacionales se les asignó un peso en relación a su importancia relativa. Los pesos deben sumar 1,00. El peso asignado está exclusivamente a criterio del proyectista.

La matriz establecida para la localización fue la siguiente:

Cuadro N° 18
METODO CUALITATIVO POR PUNTOS

FACTOR RELEVANTE	PESO	A		B		C	
		CALF	CALF POND	CALF	CALF POND	CALF	CALF POND
Factores estratégicos	0,10	8	0,8	6	0,6	7	0,7
Cercanía a la materia prima	0,25	7	1,75	5	1,25	5	1,25
Sector comercial	0,20	8	1,6	6	1,2	6	1,2
Cercanía al mercado potencial	0,15	8	1,2	6	0,9	5	0,75
Servicios básicos	0,30	9	2,7	5	1,5	6	1,8
TOTAL	1		8,5		5,45		5,7

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

Mediante esta Matriz de Valoración Cualitativa (Método Cualitativo por Puntos) determina que la mejor opción para implementar el proyecto corresponde al Sector de la Plaza de Ponchos, porque tiene un puntaje de 8,5 y el terreno reúne las características que se requiere para la ubicación del punto de venta que tendrá la empresa.

Otro método utilizado para dar sustentabilidad a la Microlocalización del proyecto fue la Matriz de SAATY (Sistema Técnico de Apreciación y Evaluación). Para la evaluación se utilizó los factores subjetivos que señala el siguiente cuadro:

Cuadro N° 19
MATRIZ DE SAATY

FACTOR SUBJETIVO	PESO RELATIVO	CALIFICACIÓN	CALF PONDERADA
Riesgo de Comercialización	0,10	8	0,8
Riesgo Financiero	0,35	7	2,45
Riesgo de Mercado	0,45	8	3,60
Riesgo de Estructura Organizacional del Negocio	0,10	7	0,70
TOTAL	1,00		7,55

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora.

El resultado de 7,55 puntos es una opción en relación a los factores subjetivos propuestos de “Buena”, por tanto será recomendable no bajar de este puntaje técnico de viabilidad de Microlocalización del proyecto.

Los factores subjetivos medidos permiten que el proyecto tenga una integración funcional que establezca menores riesgos de comercialización, financiero, de mercado y organizativo de la operatividad del negocio.

4.1.3.1. RIESGO DE COMERCIALIZACIÓN

Se refiere a los diferentes riesgos que puede tener la empresa para poder distribuir y comercializar sus productos artesanales a los diferentes segmentos y nichos de mercado.

4.1.3.2. RIESGO FINANCIERO

En relación a la ubicación de la inversión la planeación de costos–ingresos proforma que tendrá el proyecto, el capital de trabajo requerido y la rentabilidad prevista para operar sustentadamente.

4.1.3.3. RIESGO DE MERCADO

Los productos que elaborará la empresa tengan acceso al mercado meta propuesto que es turistas nacionales y extranjeros.

4.1.3.4. RIESGO DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO

Alta capacidad gerencial para manejar el negocio (planeación, organización, ejecución y evaluación) y cumplir con la obligación crediticia adquirida y metas de rentabilidad que ofrece la actividad económica artesanal textil.

4.2. INGENIERIA DEL PROYECTO

4.2.1. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

El proyecto tiene como objetivo elaborar artesanías en alpaca con productos como; sacos, tapices de pared y piso, gorras, guantes, bolsos y otros productos.

En las Figuras N° 2 y 3 se presenta los diferentes productos artesanales que elaborará la empresa.

4.2.2. SECUENCIA OPERATIVA

4.2.2.1. DISEÑO DE INSTALACIONES

a) DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

El flujo de operaciones para la elaboración de las artesanías en lana de alpaca son las siguientes:

- Recepción de la lana
- Pesado
- Selección
- Lavado
- Tinturado
- Escurrido y clasificación
- Hilado
- Secado
- Elaboración de las artesanías
- Etiquetado
- Almacenado en el punto de venta

RECEPCIÓN DE LA LANA: En las operaciones preliminares se procederá a receptor la materia prima (lana de alpaca) para lo cual se aplicara operaciones de verificación de las propiedades organolépticas de la misma que estas no estén dañadas y no presenten defectos especialmente físicos.

PESADO: Una vez receptada la lana de alpaca se procederá a determinar su peso o volumen que permita hacer los pagos correspondientes a los proveedores y establecer el stock de materia prima que tiene la empresa para sus procesos productivos.

SELECCIÓN: Se procede a seleccionar la lana de alpaca aplicando criterios organolépticos y físicos de selección y que se ocupe solo la materia prima que cumplen con los criterios técnicos que se requiere de esta materia prima para la producción de artesanías textiles de esta materia prima.

LAVADO: Una vez que la lana ha sido seleccionada pasa a las tinas de lavado que normalmente son a presión mediante lo cual se trata de que la

lana no tenga impurezas y otros microorganismos que pueden estar adheridos a la lana.

TINTURADO: Después del lavado, se deposita las fibras animales sobre la tinas que contienen colorantes con pigmentos minerales que solo se adhieren a la fibra y se agrega resinas y tintes vegetales como; el índigo o añil, la chilca, algarrobo, achiote y otros, que se impregnan a la fibra con la ayuda de mordientes para obtener los colores deseados dejando por un determinado tiempo que puede ser de 4 a 6 horas. Luego se hace el escurrido y clasificación. La clasificación permite efectuar una separación según el estado de coloración que tienen las lanas y el tamaño. Las diferentes categorías se utilizan para distintos procesamientos.

ESCURRIDO Y CLASIFICACIÓN: Una vez tinturada la lana de alpaca se depositan sobre la plataforma de madera. Esto permite controlar si los colorantes aplicados tuvieron los colores deseados y que entren en proceso calcular los rendimientos de los colorantes aplicados. Después se clasifican los hilos tinturados de acuerdo a la gama de colores obtenidos y se deja sobre la mesa de selección antes de hilarlas.

En la mesa de selección se efectúan las operaciones que permiten separar el producto con alteraciones, es decir, el que no es adecuado para la elaboración. Luego se introduce la materia prima en la tina de lavado que contiene agua clorada. Con el lavado se eliminan los residuos de anti criptogámicos, el polvo y la tierra adherida al producto.

HILADO: Luego de la clasificación se deposita la materia prima en las hiladoras de tipo artesanal y se procede a obtener los diferentes tipos de hilos que se requieren para la elaboración de las artesanías textiles. Las técnicas de hilar se basan en enrollados que constituyen las hebras y pasan a la trama respectiva y al área de procesamiento.

ELABORACIÓN DE LAS ARTESANÍAS: Una vez que los hilos de lana de alpaca están tinturados se procederá a la definición de las artesanías de características tradicionales, artísticas y típicas de la región como; sacos, gorras, tapices de pared y piso, guantes y otros. Los bordados tendrán los cuatro puntos principales; punto de bucle, punto de cadena, punto atrás y punto de brocado. Finalmente se procede al etiquetado de las diversas artesanías y almacenado en el punto de venta.

b) MATERAS PRIMAS E INSUMOS

Para el proceso productivo las materias primas principales que requerirá la empresa, deberán cumplir con las especificaciones técnicas en cuanto a calidad y detalles físicos necesarios. Para el proceso de producción se incurre en el consumo de insumos como; energía eléctrica, agua potable, entre otros necesarios para elaborar las artesanías. El proyecto tendrá materia prima (lana de alpaca) en forma sustentada ya que tendrá sus propios rebaños de alpacas que serán manejados por los miembros de la comunidad de Morochos. El proceso de elaboración no es complicado, con materias primas disponibles todo el año y de buena calidad, éstas son:

- Lana de alpaca
- Tintes de tipo mineral y vegetales
- Los principales tintes son; para conseguir el color azul se usará el indigo o añil, para el amarillo se utilizara el látex de molle y arcillas ferruginosas; para conseguir colores marrones se utilizará semillas de algarobo combinado de óxidos de hierro, para obtener hilos de color verdes se usara chilca, para el color naranja se aplicara semillas de achiote.
- Agua
- Accesorios como botones y sierres
- Hilo común

Una vez que ya se conocen todas las operaciones que se deben realizar para lograr la transformación de la materia prima en producto terminado, se requieren diferentes equipos, que están disponibles en el mercado en diferentes capacidades que ayuden a automatizar las funciones de la pequeña planta productora de artesanías.

c) EQUIPOS, ACCESORIOS, MOBILIARIOS Y OTROS

Existen los equipos principales que darán la pauta para determinar el tamaño óptimo. Son aquellos equipos que tienen un costo importante y que se venden en capacidades estándares. En el proceso de producción de las artesanías en lana de alpaca se tiene:

Cuadro N° 20**MAQUINARIA-EQUIPOS Y MOBILIARIO PARA PRODUCCION**

CONCEPTO	UNID	P UNIT	P TOTAL
Hiladora semindustrial	1	2600,00	2600,00
Cardadora	1	1300,00	1300,00
Lavadora espiral	1	2693,00	2693,00
Encanadora	1	1400,00	1400,00
Overlock de 4 hilos	2	1390,00	2780,00
Máquina doble aguja	1	2800,00	2800,00
Bordadora programable	2	8600,00	17200,00
Kit de herramientas	10	140,00	1400,00
Mesa de planchar	2	400,00	800,00
Mesa de cortar	2	400,00	800,00
Computador-impresora	1	870,00	870,00
Máquina de costura recta	3	590,00	1770,00
Máquina cerradora de codo	2	4850,00	9700,00
Máquina recubridora	1	1967,00	1967,00
TOTAL			48080,00

Fuente: Investigación directa**Elaboración:** La Autora

Cuadro Nº 21
EQUIPO-MOBILIARIO Y VEHÍCULO PARA ADMINISTRACION Y
VENTAS

EQUIPOS	UNIDAD	CANTIDAD	P UNIT	P TOTAL
Computador	U	1	950,00	950,00
Muebles y enseres de administración	U	1		800,00
Juego de estar	U	1	300,00	300,00
Escritorio–silla	U	1	400,00	400,00
Archivador vertical	U	1	100,00	100,00
Mobiliario de ventas	U	1		2900,00
Estanterías horizontales	U	3	500,00	1500,00
Estanterías verticales	U	2	700,00	1400,00
Vehículo	U	1	10000,00	10000,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

d) REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

MANO DE OBRA DIRECTA: Según el volumen de producción que tendrá el proyecto, se requiere de 5 tejedoras y 2 costureras que es el personal adecuado para obtener las metas de producción.

MANO DE OBRA INDIRECTA: La mano de obra indirecta corresponde a un ingeniero textil que para el primer año de producción asesorará a la empresa una hora a la semana y será el Coordinador o Jefe de Producción.

e) INFRAESTRUCTURA FÍSICA

DISEÑO DE AMBIENTES FÍSICOS: La infraestructura física necesaria para una planta piloto tipo empresarial para el área de producción de las artesanías debe contemplar un diseño de ambientes que permita óptimos niveles de productividad y rentabilidad.

Los diseños ambientales o de espacios físicos que requiere la empresa tienen un área total de 35,00 metros cuadrados y consta de los siguientes ambientes físicos:

- Área de tinturado
- Área de hilado
- Área de elaboración de artesanías

En la Figura N° 7 se muestra la planta arquitectónica propuesta para la empresa como la planta arquitectónica, fachadas, cortes, las instalaciones hidrosanitarias, eléctricas y su implantación

Cuadro N° 22
DISEÑO DE AMBIENTES FÍSICOS

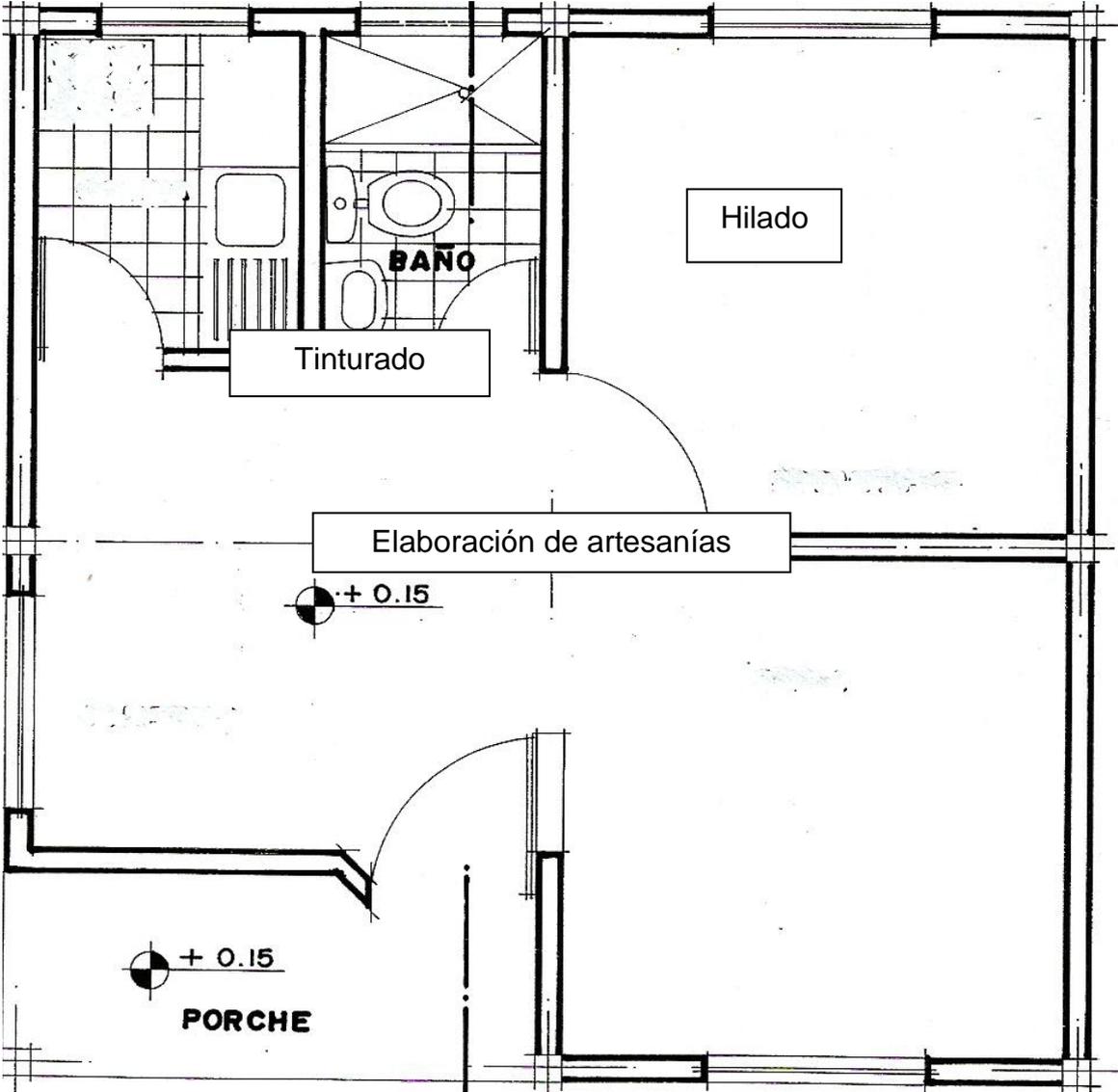
AMBIENTES FÍSICOS	M²
Área de tinturado	8,60
Área de elaboración o tejido de prendas	15,44
Área de hilado	8,8
Batería sanitaria	2,16
TOTAL	35,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Las áreas físicas diseñadas están en función a los esquemas constructivos y especificaciones técnicas que se requieren para este tipo de empresa textil. El diseño propuesto de estos ambientes físicos se señala en el plano (Figura N° 7)

Figura N° 7
PLANTA ARQUITECTÓNICA DE LA EMPRESA COMUNITARIA
“MOROCHOS”



Escala 1:50

Figura N° 7.1
FACHADA PRINCIPAL

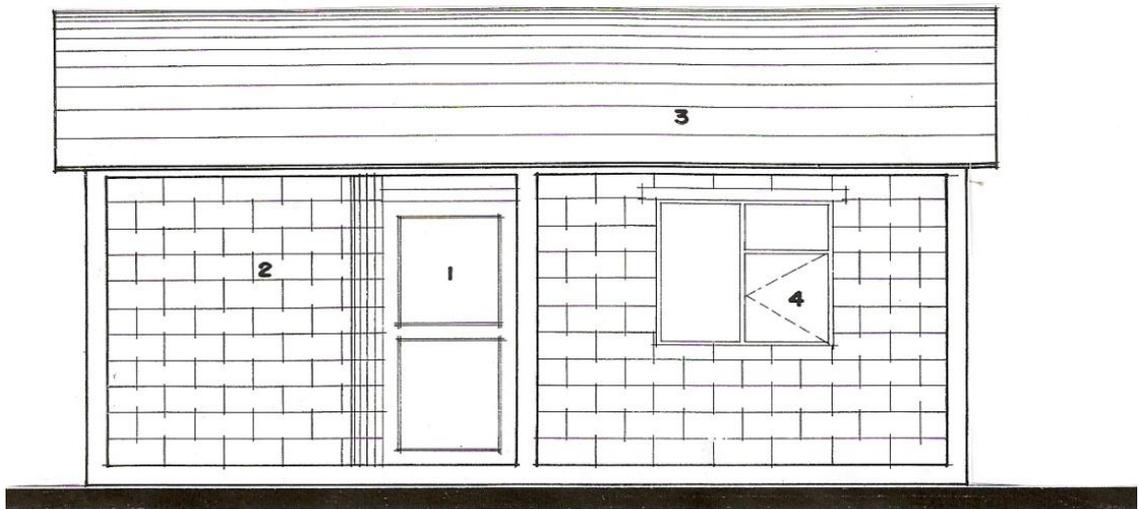


Figura N° 7.2
FACHADA POSTERIOR

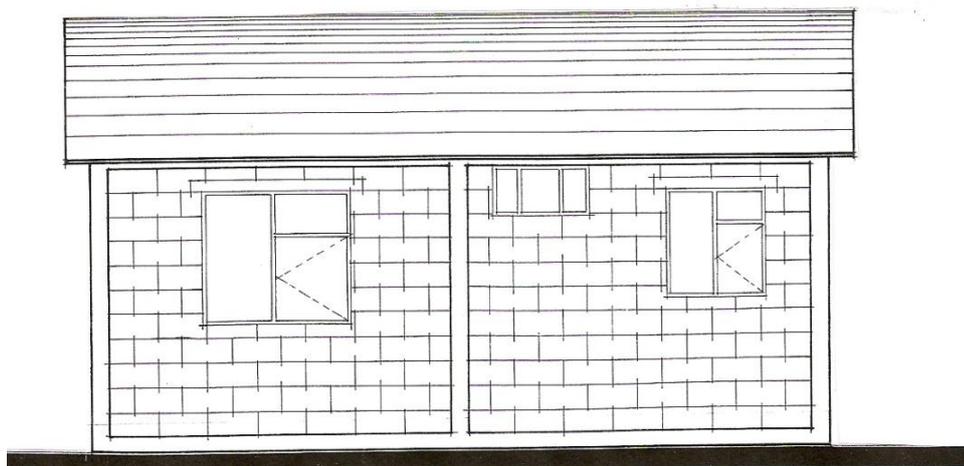
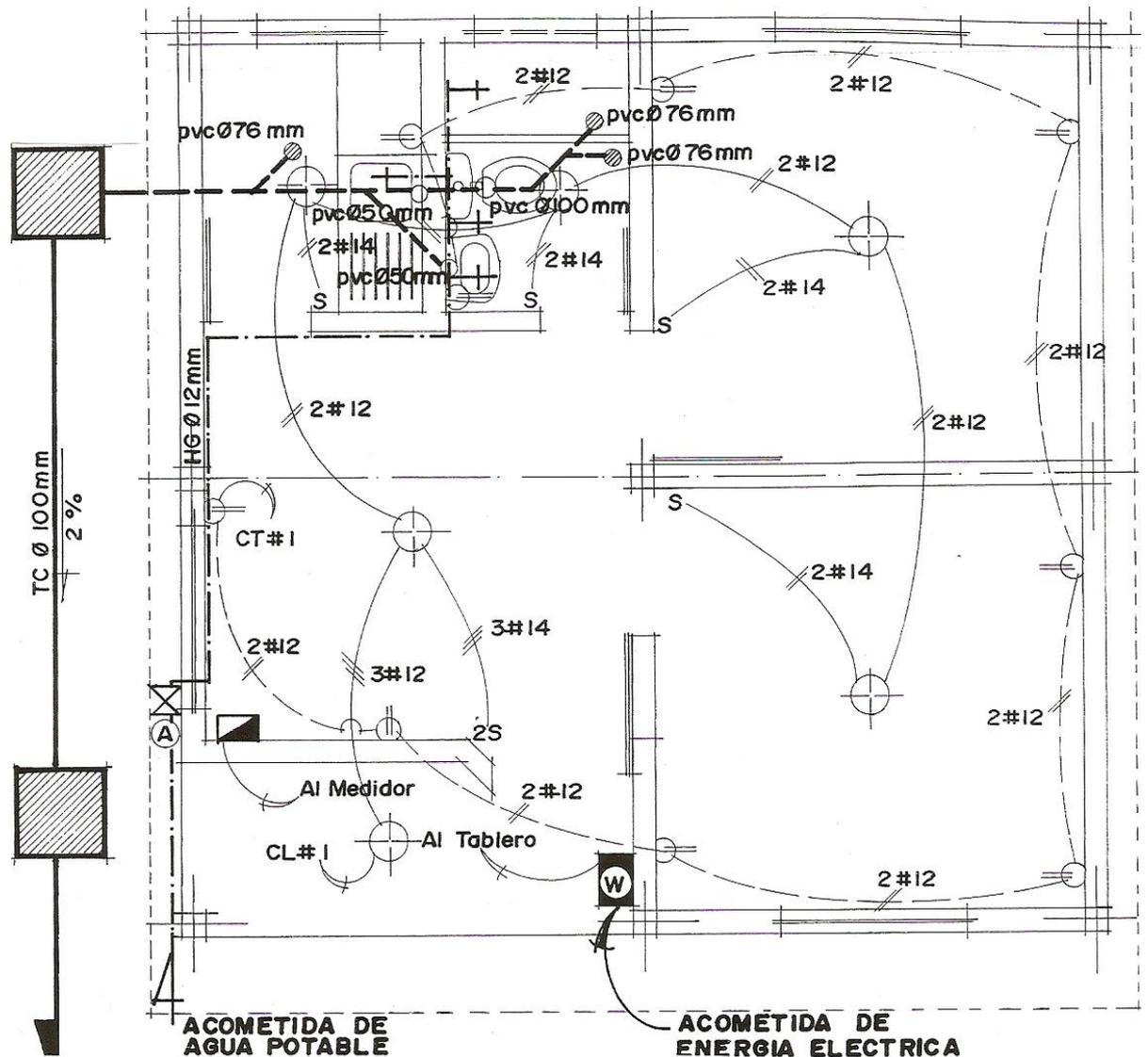


Figura N° 7.3
INSTALACIONES HIDROSANITARIAS Y ELÉCTRICAS



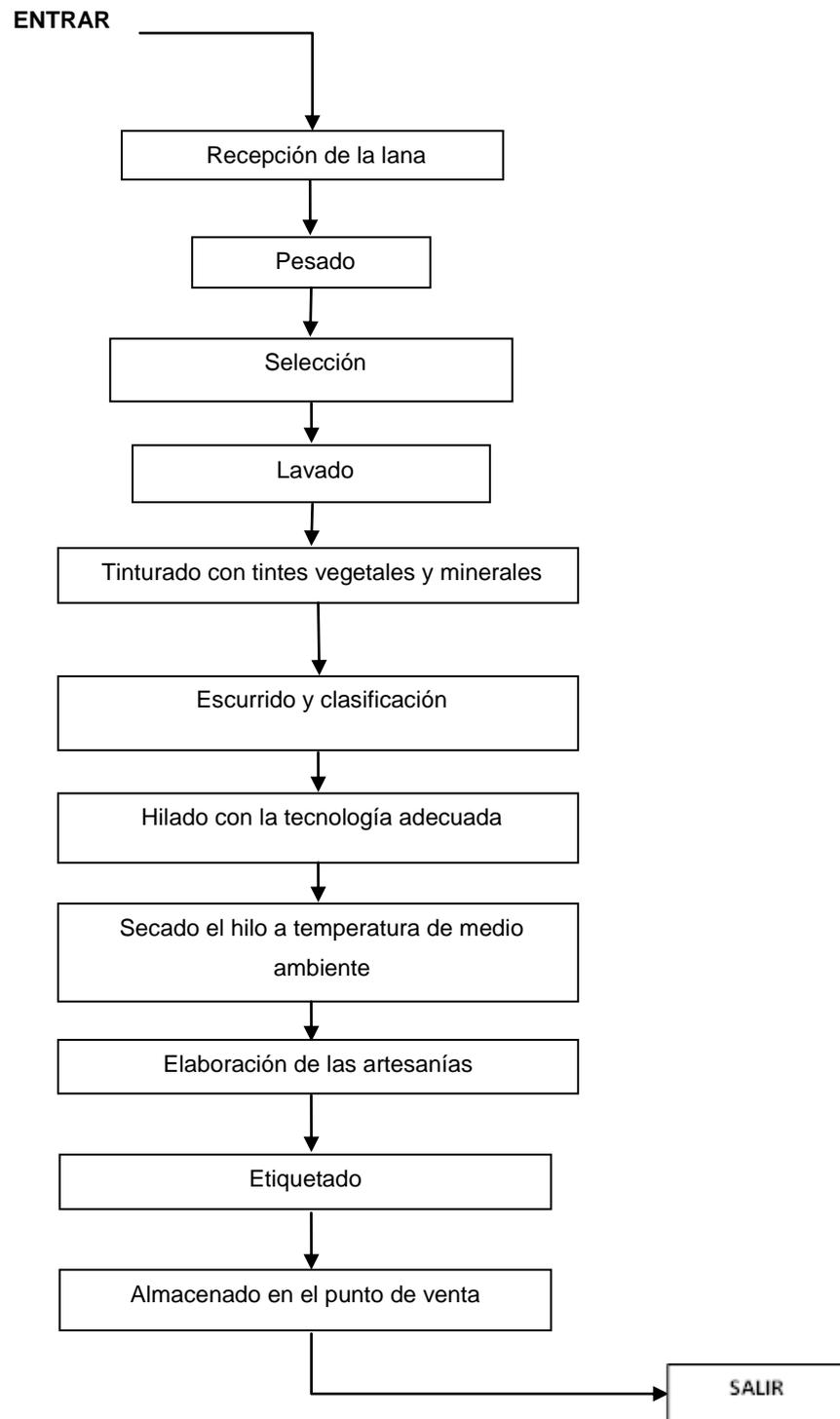
UBICACIÓN CORRECTA DE EQUIPOS (LAY OUT): Se aplicó un diseño LAY OUT que se señala en la Figura N° 7 que corresponde al plano arquitectónico con la finalidad de ubicar adecuadamente la maquinaria, equipos y mobiliario que se utilizara en los procesos operativos de la empresa. Para su diseño se consideró como base fundamental las áreas de operaciones específicas.

f) DIAGRAMAS OPERATIVOS DEL PROYECTO

DIAGRAMA DE BLOQUES: El diagrama de bloques es una herramienta del diseño de productos y procesos que permite tener secuencia lógica de los diferentes procesos que se requieren para obtener un producto o un servicio su representación gráfica se basa en la diagramación de rectángulos donde cada rectángulo corresponde a un proceso y la flecha la secuencia lógica del diagrama de producción propuesto.

En la Figura N° 8 (Diagrama de Bloques de Producción). Se muestra los procesos por los cuales se obtiene las artesanías en lana de alpaca. En el diagrama de bloques se representa las operaciones genéricas y preliminares que se deben aplicar, el diagrama de bloques muestra en una manera sistemática los procesos de producción que son necesarios para obtener las prendas. Cada rectángulo del diagrama representa un bloque de operaciones y la flecha la secuencia de los mismos.

Figura N° 8
DIAGRAMA DE BLOQUES DE PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS EN
LANA DE ALPACA



FLUJOGRAMA OPERATIVO: Otra manera de representar los procesos que se requieren para la producción de artesanías en lana de alpaca es el Flujoograma Operativo (Ver Figura N° 9) en la cual se representan las operaciones necesarias del proceso de producción en una forma sistemática y que pueda ser evaluada. A la vez permite establecer los tiempos o momentos que se requiere en las operaciones así como determinar sus costos. Para graficar el flujoograma de procesos para la producción se utilizó la siguiente simbología:



OPERACIÓN SIMPLE: Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres.



TRANSPORTE: Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.



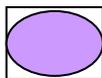
DEMORA: Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones, el propio proceso exige una demora.



ALMACENAMIENTO: Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.



INSPECCIÓN: Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.



OPERACIÓN COMBINADA. Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas anteriormente.

Este método es el más usado para representar gráficamente los procesos.

Figura N° 9

**PLANILLA DE CONTROL PRODUCTIVO DE ARTESANIAS EN LANA
DE ALPACA**

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
○ → ▭ ▽ ▢ ◻	Recepción de la lana	5 minutos
○ → ▭ ▽ ▢ ◻	A sección pesado y selección	10 minutos
○ → ▭ ▽ ▢ ◻	Pesado y selección	30 minutos
○ → ▭ ▽ ▢ ◻	A sección lavado y tinturado	10 minutos
○ → ▭ ▽ ▢ ◻	Lavado y tinturado	60 minutos
○ → ▭ ▽ ▢ ◻	A sección escurrido y clasificación	10 minutos
○ → ▭ ▽ ▢ ◻	Escurrido y clasificación	20 minutos
○ → ▭ ▽ ▢ ◻	A sección hilado	10 minutos
○ → ▭ ▽ ▢ ◻	Hilado	30 minutos
○ → ▭ ▽ ▢ ◻	A sección de secado	10 minutos
○ → ▭ ▽ ▢ ◻	Elaboración de artesanías	255 minutos
○ → ▭ ▽ ▢ ◻	Almacenado en el punto de venta	30 minutos

RESUMEN OPERATIVO:

- Operaciones simples 4
- Transporte 5

- Demora 1
- Almacenamiento 1
- Operación combinada 1

TIEMPO PREVISTO: 480 minutos

g) TAMAÑO DEL PROYECTO

Los factores que se determinaron para tener el tamaño del proyecto fueron los siguientes; el tamaño del proyecto y la demanda.

Las relaciones consideradas fueron:

- Existe una demanda altamente potencial especialmente para las artesanías en lana de alpaca considerando que estas no existen actualmente en la Plaza de Ponchos por lo tanto se puede afirmar que existe una demanda insatisfecha. De las investigaciones de mercado de los FocusGroup se determina que existe una demanda altamente potencial para las artesanías en lana de alpaca especialmente del mercado turistas extranjeros.
- En un escenario comercial moderado la Empresa Comunitaria “Morochos” tendrá una capacidad de diseño de 10.000 unidades convertidos en diferentes productos artesanales como; sacos, gorras, tapices de pared y piso, bolsos, guantes y otros.

EL TAMAÑO DEL PROYECTO Y LA TECNOLOGÍA: La producción de artesanías en lana de alpaca dispone de una tecnología convencional especialmente la española que determina una óptima funcionalidad y productos de buena calidad que satisfacen las necesidades de los clientes. Los productos en lana de alpaca no son ajenos a la corriente tecnológica y paulatinamente van introduciendo nuevas tecnologías que les permite una mayor diversificación de la oferta. La Empresa Comunitaria “Morochos” aplicará la tecnología de raíces españolas en sus

procesos de producción que son los productos que tendrá como objetivo elaborar.

En relación a los equipos no existe ningún problema ya que existen en la ciudad de Quito varios distribuidores de máquinas textiles así como en las ciudades de Ambato y Guaranda.

EL TAMAÑO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LOS INSUMOS: Existe disponibilidad de lana de alpaca por cuanto la Empresa Comunitaria “Morochos” poseerá un rebaño de alpacas que serán la base para la obtención de la materia prima durante todo el año. Los otros insumos como tintes, sierras, botones y otros existen en suficiencia en almacenes de la localidad.

Se prevé tener un portafolio de proveedores de insumos conformado por las empresas que tienen esta actividad comercial en la ciudad de Otavalo.

EL TAMAÑO DEL PROYECTO Y SU FINANCIAMIENTO: El proyecto será financiado de la siguiente forma; aporte de los accionistas o socios de la empresa y mediante un crédito en la Corporación Financiera Nacional a través del programa FOPINAR. Con este objetivo se pretende utilizar el presente proyecto de factibilidad que será entregado a esta entidad financiera para viabilizar la inversión y operatividad de la empresa.

EL TAMAÑO DEL PROYECTO Y LA ORGANIZACIÓN: El tamaño del proyecto tendrá relación con la estructura organizativa que se implementará y que estará Gerenciado por personal profesional. Se aplicará un sistema administrativo basado en competencias que promueva altos niveles de productividad en los puestos de la empresa y los recursos de la misma.

La estructura organizativa de la empresa será flexible, horizontal que facilite alcanzar los objetivos administrativos, operativos enmarcados a los niveles propuestos de producción y comercialización.

CAPACIDAD INSTALADA Y CAPACIDAD OPERATIVA: El tamaño que tendrá la empresa se regirá sobre algunas opciones de mercado potencial que tendrá en un escenario moderado. Una empresa funcional es aquella que emplea adecuadamente los recursos para ajustarse a los requerimientos de sus clientes. Las capacidades serán las siguientes:

CAPACIDAD INSTALADA: La capacidad instalada que tendrá la Empresa Comunitaria “Morochos” es de 10000 unidades anuales. Las condiciones del establecimiento de fabricación cumplirán con las obligaciones y exigencias que rigen para esta actividad económica.

Del total de productos a elaborarse un 70% corresponde a sacos en lana de alpaca, 10% a gorras, 10% a guantes, 5% a tapices de pared y piso y 5% a bufandas, por lo tanto la producción queda como se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro Nº 23
CUADRO DE UTILIZACIÓN DE CAPACIDAD INSTALADA
DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN POR ARTÍCULOS

AÑOS	PRODUCCIÓN TOTAL	SACOS 70%	GORRAS 10%	GUANTES 10%	TAPICES DE PARED Y PISO 5%	BUFANDAS 5%
1	7500	5250	750	750	375	375
2	8500	5950	850	850	425	425
3	10000	7000	1000	1000	500	500
4	10000	7000	1000	1000	500	500
5	10000	7000	1000	1000	500	500

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

CAPACIDAD OPERATIVA: La capacidad operativa que tendrá la empresa en los años operativos está contemplada en un rango del 75,76% al 72.83% de la capacidad instalada para cada año respectivamente.

CAPITULO V

5. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO

5.1. MISIÓN

Brindar a nuestros clientes productos artesanales textiles en lana de alpaca de excelente calidad a través de personal altamente calificado y que predomine servicios competitivos.

5.2. VISIÓN

Ser una empresa líder en la producción y comercialización de productos artesanales en lana de alpaca para el bienestar de las personas que gustan de estos productos.

5.3. VALORES DE LA ORGANIZACIÓN

Los miembros de la empresa han de observar:

- Responsabilidad social
- Calidad de los productos
- Ética profesional
- Trabajo en equipo
- Solidaridad
- Respeto mutuo

5.4. ASPECTOS CONSTITUTIVOS

Los aspectos constructivos que tendrá la Empresa Comunitaria “Morochos” son los siguientes; aspectos estructurales basados en columnas, vigas y cubierta de madera. La mampostería de las paredes será de ladrillo. El piso de toda la construcción será de hormigón y recubierto con cerámica. Las paredes donde se ubican las operaciones de producción serán recubiertas con cerámica hasta una altura de 1.60 metros. La cubierta será de madera y con teja vidriada.

5.5. ASPECTOS LEGALES

La empresa que se constituiría no tiene impedimentos legales, no genera contaminación.

5.5.1. ESTATUTOS

Procedimientos legales para la constitución de una empresa. Los procedimientos legales para constituir una sociedad civil, tomando en cuenta que participan 20 socios, se basa en las normas determinadas en el Código de Procedimiento Civil y la Ley de Compañías.

La ley en forma expresa determina que para constituir estas clases de empresas es necesario cumplir con los siguientes aspectos:

- Para constituir una empresa o sociedad civil, es indispensable tener un mínimo de dos socios, los cuales deben aportar un capital, ya sea en dinero en efectivo o mediante bienes muebles o inmuebles. Éste capital debe estar dividido en acciones o aportaciones.
- Las personas naturales que en forma libre y voluntaria decidan constituir una sociedad civil, deben reunirse en una asamblea en la que nombrarán una directiva provisional, la cual durará hasta que sea legalmente constituida. Cada uno de los socios decidirá formar parte de esta sociedad, dejando constancia de todo lo actuado en un documento llamado *acta constitutiva*, misma que deberá contener los nombres y apellidos completos de todos los socios fundadores, así como también los números de cédulas de ciudadanía.
- El presidente nombrado de forma provisional, convocará a dos sesiones a todos los socios, en fechas diferentes a fin de aprobar los estatutos (instrumento legal) que regirá a la empresa, el que contendrá; la razón social, el domicilio, la finalidad de la empresa, la forma como se va a administrar, las funciones del presidente, gerente, y otros dignatarios, los derechos y obligaciones de los

socios, el monto del capital social, el ejercicio económico, las causas de disolución y liquidación, y disposiciones legales y transitorias.

- Una vez que se encuentran aprobados los estatutos y el capital se encuentra pagado, mediante depósito en una cuenta especial de una institución bancaria, por parte de los socios, concurrirán ante un Notario Público a fin de celebrar la escritura de constitución, misma que debe contener; los nombres y apellidos con sus generales de ley de los socios y la copia íntegra de los estatutos; una vez hecha esta diligencia el Notario deja el original en su protocolo y otorga los ejemplares que fueran necesarios a los interesados, para que procedan con su trámite legal.

En lo que respecta a la constitución de la empresa, materia de este proyecto de investigación es necesario indicar:

5.5.1.1. LA RAZÓN SOCIAL

La compañía se denominará: Empresa Comunitaria “Morochos”, misma que se registrará por Leyes Ecuatorianas, Código Civil y el presente estatuto. Su estructura organizativa se fundamenta en el organigrama que se señala más adelante.

5.5.1.2. EL DOMICILIO

Estará ubicada en la comunidad de Morochos, parroquia de Quiroga, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

5.5.1.3. FINALIDAD DE LA EMPRESA:

- Crear una empresa de producción y comercialización de artesanías en lana de alpaca.
- Actuar como representante, en intermediario de personas naturales y/o jurídicas, en materia de venta.

- Ser intermediarios directos entre el productor y consumidor, con la finalidad de disminuir el costo del producto.
- Brindar a los consumidores un producto de excelente calidad que satisfaga sus gustos y preferencias.

5.6. CULTURA, HABILIDADES, COMPROMISOS Y COMPRENSIÓN

Las actitudes y habilidades de cada empleado será necesario para lo cual se capacitará al personal para:

- **E** = Evaluar, la situación y definir objetivos
- **P** = Plan para alcanzar los objetivos
- **H** = Hacer o implantar los planes
- **V** = Verificar que los objetivos sean alcanzados
- **C** = Conseguir, tener acciones correctivas

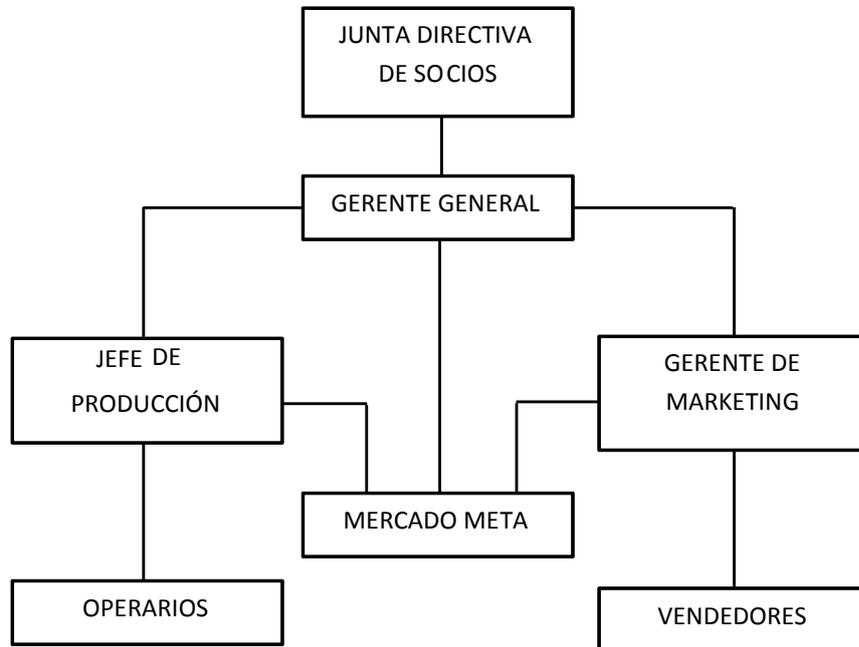
La cultura de hacer bien, cero errores, compromiso a corto y largo plazo para el mejoramiento será planeado sobre la base de la organización, en todos los niveles, incluyendo a los clientes internos y externos (proveedores, clientes finales o industriales). El reconocimiento del sistema será responsabilidad de la administración, para lo cual será necesario capacitar el personal, eliminando las barreras en los procesos operativos y administrativos, para lo cual las comunicaciones y el trabajo en equipo serán los medios.

5.7. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama estructural para administrar la Empresa Comunitaria “Morochos” está proyectado por los sistemas de organización o funciones, cada uno de los cuales representan un cargo o puesto. Su estructura permite conocer las relaciones que existen entre los diversos puestos de la empresa y en cada sección o departamento.

En la Figura N° 10 se presenta la organización matricial propuesta para la Empresa Comunitaria “Morochos”.

Figura N° 10
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA COMUNITARIA
“MOROCHOS”

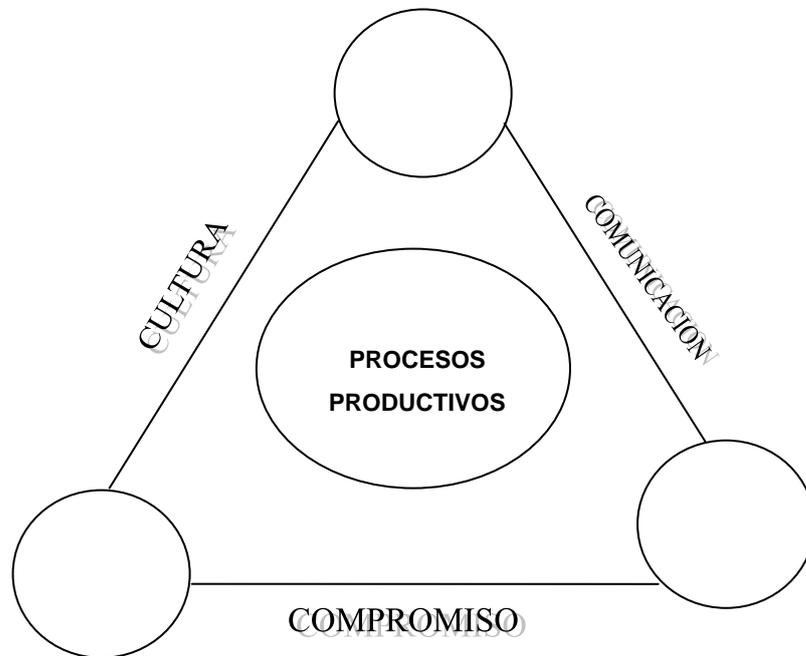


5.7.1. ADMINISTRACION Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Para obtener una administración eficiente, eficaz y efectiva de los recursos disponibles de la empresa, se basará una estructura sistemática cuyo objetivo será minimizar los defectos a través de estrategias de mejoramiento continuo. Antes será necesario estructurar una cultura de calidad para los procesos:

- Una comunicación directa y un compromiso en el personal de la empresa. La figura N° 11 muestra las bases para que los procesos sean productivos.

Figura N° 11
CULTURA DE CALIDAD PARA LOS
PROCESOS



Para que el plan de administración sea productivo deberá prepararse planes de calidad para definir:

- Asignación específica de responsabilidades en la estructura organizativa de la empresa y el proceso de calidad.
- Procedimientos, métodos e instrucciones específicas del proceso.
- Preparación de hojas de procesos, de control y seguimiento.
- Métodos de evaluación del proceso de calidad.
- Planear la calidad relacionando los aspectos de insumos, procesos y productos finales.

5.7.1.1. CALIDAD Y COMPETITIVIDAD

La calidad y competitividad será el paradigma de “excelencia” de los productos de la empresa, para posicionarse y persuadir

satisfactoriamente a los clientes. La calidad tendrá que ser administrada, innovada en todos los procesos y en toda la organización.

Para tener calidad será necesario cumplir con los requisitos técnicos de los procesos operativos y administrativos, por tanto será importante mantener: las relaciones internas con proveedores / clientes, administrar en términos de costo / beneficio, inversión / rentabilidad, calidad en el diseño de las operaciones, los productos, lo que asegurará las ventas de la empresa.

La calidad deberá empezar en el mercado, lo que conducirá a establecer los verdaderos requisitos de los productos. Al haber determinado la necesidad en el mercadeo, se deberá definir el sector y la demanda del mercado para que las artesanías estén acorde al precio, calidad, tiempo de entrega, que requieren los clientes.

Para determinar los requisitos de los clientes, en términos de expectativas será importante recolectar datos y análisis de los clientes empleando métodos de encuestas casi – cuantitativos proporcionando variables que coadyuven a la calidad de los productos.

a) CALIDAD EN TODAS LAS FUNCIONES

Para que la Empresa Comunitaria “Morochos” sea competitiva, será importante que las diferentes funciones de la organización tengan un lenguaje común para el mejoramiento de la calidad, para lo cual se aplicará rigurosas técnicas, normas, políticas, acciones para que promuevan la administración de calidad y planear estratégicamente para tener la participación en el mercado.

El enfoque de calidad y competitividad, será las metas de la organización en todos sus niveles. El enfoque se centrará en el desarrollo que se requiere para minimizar los defectos y resolver problemas de calidad.

El compromiso y la comunicación fomentarán la eficacia y efectividad en toda la organización. Las técnicas y los sistemas de control serán importantes como requisito principal, basado en el trabajo en equipo en todos los niveles.

b) POLÍTICAS DE CALIDAD

El requisito fundamental será implementar políticas de calidad firmes respecto a la calidad y su implantación en los procesos operativos y de mercado. El contenido de la política deberá darse a conocer a todos los empleados y proveedores.

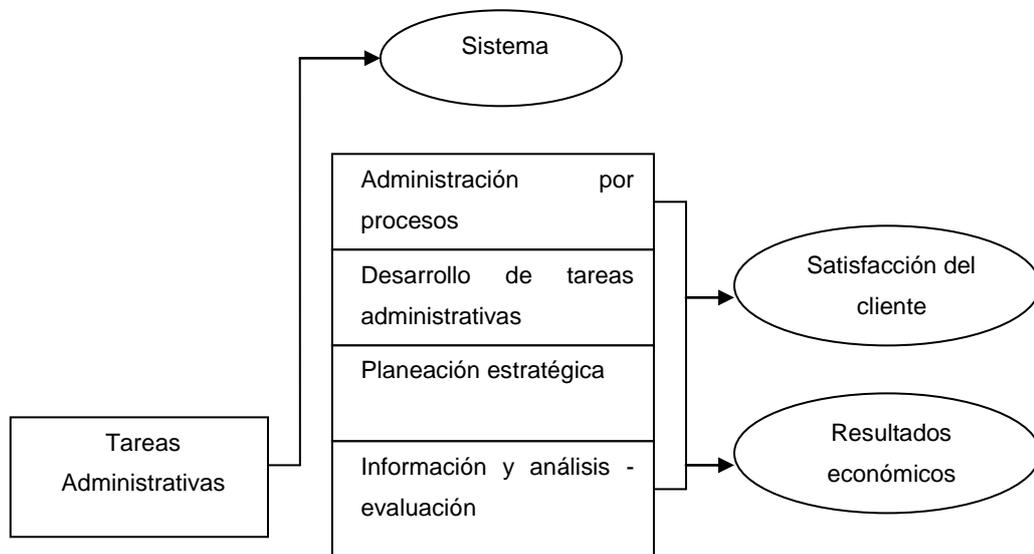
La preparación e implantación de una filosofía apropiada de políticas de calidad junto a una supervisión continua, harán que se minimice costos y se maximicen las utilidades de la empresa. El aplicar las políticas de calidad será la responsabilidad de la gerencia para lo cual ésta deberá ser planeada en forma sistemática y de procesos continuos.

5.7.1.2. ESTRUCTURA DE FUNCIONES ADMINISTRATIVAS

La figura N° 12 muestra cómo estarán integradas las tareas o funciones administrativas (sistema) en categorías que conlleven a los resultados de satisfacción al cliente y dar a la empresa resultados económicos rentables.

El principio de las funciones administrativas será: planificar, organizar, ejecutar y evaluar – supervisar – retroalimentar, estableciendo el modelo de “administración por competencias”

Figura N° 12
FUNCIONES ADMINISTRATIVAS



a) LA ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA

Estará bajo la responsabilidad de la Junta General de Socios; ésta tendrá como atribuciones:

- Elegir y cambiar a los administradores de la empresa.
- Dar conocimiento de cómo se encuentra la situación económica de la empresa.
- Decidir el reparto de las utilidades de acuerdo con la ley.
- Autorizar la admisión de nuevos socios.
- Decidir el aumento o disminución del capital.
- Convenir la disolución de la empresa.
- Ejercer las demás atribuciones establecidas en el Código Civil.

Las Juntas Generales de la empresa se clasificarán en *ordinarias* y *extraordinarias*.

b) DISPOSICIONES LEGALES Y TRANSITORIAS

Los socios nombran por unanimidad, al Gerente General de la empresa y la Secretaria-Contadora.

Lo que no estuviere previsto en los estatutos, se aplicará el Código Civil vigente y demás leyes, reglamentos y disposiciones legales que rijan a esta clase de empresas.

Luego de aprobado los estatutos, el representante legal o uno de los socios con poder especial concurrirán ante un Juez de lo Civil con la petición de aprobación de la sociedad, adjuntando la escritura celebrada ante el Notario. El Juez calificará la demanda y previo a dictar sentencia, ordenará que se publique por una sola vez, el extracto de la escritura pública en un diario de mayor circulación del domicilio donde funcionará la empresa, con la finalidad de que conozca el público sobre la constitución de la nueva empresa, pudiendo inclusive la persona perjudicada (público) oponerse a dicha constitución.

Si no hay oposición el Juez de lo Civil dictará sentencia, en la que declarará constituida la empresa, ordenando su inscripción en el Registro Mercantil correspondiente, fecha desde la cual existirá jurídicamente la sociedad.

Para iniciar con las operaciones económicas de la empresa es necesario:

- Designar a un Gerente, que es el representante legal en asuntos judiciales y extrajudiciales, su nombramiento deberá inscribirse en el Registro Mercantil para su validez jurídica.
- Según el SRI, el representante legal deberá obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) y la autorización para emitir los comprobantes de venta y comprobantes de retención.
- Además, es necesario que se obtenga la patente de funcionamiento que otorga el municipio del domicilio de la empresa.

LAS FUNCIONES DEL GERENTE: El gerente durará tres años en sus funciones y podrá ser reelegido indefinidamente, además tendrá que cumplir con las siguientes atribuciones:

- Representar a la empresa.
- Nombrar y cambiar al personal de la empresa.
- Controlar y presentar un balance que refleje el movimiento económico–financiero de la empresa.
- Supervisar las labores del personal.
- Contraer obligaciones con instituciones financieras, personas naturales o jurídicas, celebrar contratos de trabajo.
- Ejercer las demás atribuciones que le confiere la ley.

LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS: Se registrarán según los estatutos y el Código Civil. Los socios podrán designar un representante en caso de haber una Junta General y las utilidades se repartirán entre los socios en proporción al capital aportado por cada uno de ellos, considerando las deducciones previstas por la ley.

EL CAPITAL SOCIAL: Será aportado por los socios, ya sea en efectivo o bienes muebles e inmuebles.

EL EJERCICIO ECONÓMICO: El ejercicio económico de la empresa será desde el primero de enero hasta el treinta y uno de diciembre de cada año.

LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN: Puede darse en cualquier momento sujetándose a lo dispuesto en la ley.

c) REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO

El personal que necesitara la empresa, basándose en un volumen de producción, la tecnología, equipos e infraestructura será el siguiente:

Cuadro N° 24

**CUADRO DE PARAMETROS PROPUESTOS PARA LA SELECCION
DEL PERSONAL DE LA EMPRESA**

DESCRIPCION DEL PUESTO	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
Gerente (1)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visionario en la dirección de empresa ▪ Trabajar en equipo ▪ Capacidad de tomar decisiones y delegar funciones ▪ Interés en la capacitación y actualización de sus conocimientos ▪ Responsabilidad en el manejo de la entidad 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicación directa ▪ Comunicación formal ▪ Negociación ▪ Consenso ▪ Planear, organizar y ejecutar transacciones comerciales ▪ Administrar tiempos de trabajo ▪ Presupuestos (administrar los recursos) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ingeniero en administración de empresas ▪ Preparación mínima la secundaria
Secretaria (1)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ser responsable en las funciones encomendadas ▪ Tener estabilidad emocional ▪ Estar dispuesta a trabajar bajo presión ▪ Tener iniciativa en el trabajo ▪ Tener buenas relaciones laborales ▪ Estar en capacidad de afrontar dificultades ▪ Sentido de puntualidad 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asumir las responsabilidades en el manejo de la información a su cargo ▪ Preparar y reproducir informes, cartas y oficios ▪ Participar en las sesiones con voz informativa ▪ Coordinar las labores de relaciones públicas y comunicación ▪ Recepción y entrega de documentos ▪ Organizar, vigilar y atender los servicios generales y 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título de Secretaria ▪ Experiencia en manejo de sistemas contables ▪ Buena presencia ▪ Experiencia en cargos similares ▪ Edad mínima 20 años

		requerimientos de la administración de la empresa	
Contador (1)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabajar con celo profesional ▪ Tener estabilidad emocional ▪ Ser creativo en sus labores y actividades ▪ Estar en capacidad de afrontar dificultades y adversidades dentro del trabajo ▪ Sepa trabajar y coordinar las actividades en equipo ▪ Estar dispuesto a trabajar bajo presión ▪ Ser responsable en las funciones encomendadas ▪ Don de mando 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asumir el control de documentación y custodia de archivo ▪ Presentar informes contables ▪ Mantener una motivación constante durante el trabajo ▪ Mantener en regla el pago de impuestos ▪ Participar en las reuniones con voz informativa ▪ Ejecutar los pagos autorizados por el Gerente y realizar las retenciones legales correspondientes ▪ Atender el pago de remuneraciones, servicios, bienes y otros pagos legalmente autorizados. ▪ Verificar, liquidar y administrar la recaudación ▪ Recibir y mantener la custodia de valores ▪ Informar oportunamente al Gerente sobre el vencimiento de documentos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título de Contador legalmente autorizado y afiliado al respectivo Colegio Profesional ▪ Experiencia en manejo de sistemas contables ▪ Edad mínima 24 años ▪ Experiencia en cargos similares ▪ Tener experiencia en trato al personal

<p>Gerente de Marketing (1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gustarle su trabajo ▪ Amabilidad y buen trato al cliente ▪ Buena comunicación con los empleados y clientes ▪ Aptitud positiva con las personas ▪ Innovación en los negocios 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estructurar escenarios (tendencial, deseado y probable) ▪ Adoptar ejes estratégicos, programas y proyectos ▪ Aplicar acciones estratégicas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ingeniero en mercadotecnia. ▪ Egresado del área de mercadotecnia ▪ Preparación mínima la secundaria
<p>Vendedor (1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Habilidad en la realización de un negocio ▪ Convencer al cliente en un negocio ▪ Responsabilidad y honradez en el manejo de recursos ▪ Capacidad de asumir metas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificar los cobros por ventas ▪ Abrir nuevas plazas para el producto 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Egresado en administración de empresas ▪ Egresado en mercadotecnia ▪ Por lo menos educación secundaria
<p>Jefe de Producción (1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Innovación en la fabricación de artesanías ▪ Capacidad para trabajar en equipo ▪ Estabilidad emocional ▪ Implementar los cambios en el área de producción ▪ Controlar la eficacia en la fabricación del producto 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planificar y supervisar la producción ▪ Verificar la calidad de la fibra ▪ Control de calidad del producto terminado ▪ Vigilar a los operarios que forman parte del departamento de producción 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ingeniero textil ▪ Mínimo secundaria en materias análogas
<p>Tejedores (5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Habilidad en la realización del producto ▪ Facilidad para trabajar en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Controlar el orden y limpieza de la fabrica ▪ Mantener en funcionamiento 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudio secundaria ▪ Mínimo estudios en la primaria

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsabilidad en sus funciones ▪ Vigilar la calidad del producto 	toda maquinaria	la
Costureras (2)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sentirse bien el trabajo ▪ Comunicación constante con el personal ▪ Verificar el estado de las herramienta <p>Control constante del producto</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantener en funcionamiento toda la maquinaria ▪ Elaborar las artesanías 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudio secundaria ▪ Mínimo estudios en la primaria

CAPITULO VI

6. ANÁLISIS Y EVALUACION FINANCIERA

La proyección financiera está basada en el estudio de mercado y estudio técnico del proyecto, la misma que está proyectada a un tiempo de cinco años.

6.1. INVERSIONES DEL PROYECTO

Las inversiones totales que tiene el proyecto es de 79730,00, corresponden a activos fijos 62730,00 que representa el 78,68%, capital de trabajo 15000,00 que significa el 18,81% y en activos preoperativos 2000,00 que es el 2,51% de la inversión total del proyecto.

Cuadro Nº 25

INVERSIONES TOTALES DEL PROYECTO

ACTIVOS	MONTO	%
Activos Fijos	62730,00	78,68
Capital de trabajo	15000,00	18,81
Activos Preoperativos	2000,00	2,51
TOTAL	79730,00	100,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2. DESTINO DE LAS INVERSIONES

La viabilidad de financiamiento con la estimación de las partidas señaladas será de fuentes internas y externas. En el cuadro Nº 26 se muestra las fuentes de financiamiento donde se determina que las partidas de activos fijos como maquinaria-equipos, mobiliario y vehículo para producción, administración y ventas que corresponden a 62730,00 serán financiadas a través de un crédito en la Corporación Financiera Nacional. Los activos correspondientes a capital de trabajo y

preoperativos son de 17000,00 y serán financiados con recursos propios de los socios de la Empresa Comunitaria “Morochos”.

Cuadro Nº 26
FUENTES DE FINANCIAMIENTO

ACTIVOS	MONTO	FUENTES	
		RECURSOS PROPIOS	CREDITO
ACTIVOS FIJOS			
Maquinaria-Equipos y Mobiliario para Producción	48080,00	0,00	48080,00
Equipo-Mobiliario y Vehículo para Administración y Ventas	14650,00	0,00	14650,00
CAPITAL DE TRABAJO	15000,00	15000,00	0,00
ACTIVOS PREOPERATIVOS	2000,00	2000,00	0,00
TOTAL ACTIVOS	79730,00	17000,00	62730,00
%	100,00	21,32	78,68

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

En conclusión el crédito corresponde al 78,68% y el aporte de recursos propios es de 21,32% de la inversión total.

6.3. RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos son de 62730,00, que representa 48080,00 a maquinaria-equipos y mobiliario para producción, equipo y mobiliario para administración 1750,00 y en mobiliario y vehículo para ventas 12900,00, como muestra el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 27
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS	MONTO
Maquinaria-Equipos y Mobiliario para Producción	48080,00
Muebles y enseres para Administración	800,00
Muebles y enseres para ventas	2900,00
Computador para Administración	950,00
Vehículo para ventas	10000,00
TOTAL	62730,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

6.4. DETERMINACIÓN DE INGRESOS

Cuadro Nº 28
INGRESOS PROFORMA

AÑOS	1	2	3	4	5
RUBROS					
SACOS					
CANTIDAD	5250	5950	7000	7000	7000
PRECIO	22,00	22,88	23,80	24,75	25,74
VALOR	115500,00	136136,00	166566,40	173229,06	180158,22
GORRAS					
CANTIDAD	750	850	1000	1000	1000
PRECIO	2,50	2,60	2,70	2,81	2,92
VALOR	1875,00	2210,00	2704,00	2812,16	2924,65
GUANTES					
CANTIDAD	750	850	1000	1000	1000
PRECIO	1,00	1,04	1,08	1,12	1,17
VALOR	750,00	884,00	1081,60	1124,86	1169,86
TAPICES					
CANTIDAD	375	425	500	500	500
PRECIO	20,00	20,80	21,63	22,50	23,40
VALOR	7500,00	8840,00	10816,00	11248,64	11698,59
BUFANDAS					
CANTIDAD	375	425	500	500	500
PRECIO	2,50	2,60	2,70	2,81	2,92
VALOR	937,50	1105,00	1352,00	1406,08	1462,32
TOTAL	126562,50	149175,00	182520,00	189820,80	197413,63

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.5. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

Para calcular los costos y gastos que se requieren para la etapa de operación de la empresa se consideró los fundamentos técnicos de la contabilidad de costos basándose en la clasificación de los costos según la función que desempeñan, por lo tanto los costos que se señala en el presente estudio son los siguientes:

- Costos de producción (mano de obra directa + materiales directos + costos indirectos de fabricación)
- Gastos de administración
- Gastos de vender y distribuir
- Gastos de financiamiento

Para una proyección real de los costos y gastos que asumirá el proyecto se consideró la tasa de inflación de 4% para el año 2008 es decir que los costos se proyectaron año a año con un índice de 1,04.

6.5.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción se refieren a los materiales directos e insumos, mano de obra directa y los costos indirectos de producción o fabricación; los cuales se calcularon en función a la programación operativa de producción.

6.5.1.1. MATERIALES DIRECTOS E INSUMOS

Los materiales directos que se requieren en la operatividad del proyecto son los siguientes:

Cuadro N° 29

COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA (LANA DE ALPACA)

ANOS					
CONCEPTO	1	2	3	4	5
SACOS					
CANTIDAD (Kgs)	4325	4325	4325	4325	4325
PRECIO (Kg)	4,00	4,16	4,33	4,50	4,68
VALOR	17300,00	17992,00	18711,68	19460,15	20238,55
GORRAS					
CANTIDAD	650	650	650	650	650
PRECIO	4,00	4,16	4,33	4,50	4,68
VALOR	2600,00	2704,00	2812,16	2924,65	3041,63
GUANTES					
CANTIDAD	375	375	375	375	375
PRECIO	4,00	4,16	4,33	4,50	4,68
VALOR	1500,00	1560,00	1622,40	1687,30	1754,79
TAPICES					
CANTIDAD	118	118	118	118	118
PRECIO	4,00	4,16	4,33	4,50	4,68
VALOR	470,00	488,80	508,35	528,69	549,83
BUFANDAS					
CANTIDAD	250	250	250	250	250
PRECIO	4,00	4,16	4,33	4,50	4,68
VALOR	1000,00	1040,00	1081,60	1124,86	1169,86
TOTAL	22870,00	23784,80	24736,19	25725,64	26754,67

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Los costos de materiales directos e insumos que se requiere para el primer año operativo es de 22870,00, para el segundo año 23784,80 para

el tercer año es 24736,19 para el cuarto año 25725,64 para el quinto año 26754,67.

6.5.1.2. COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Los costos correspondientes al rubro de mano directa están en función a la capacidad operativa o unidades de producción que tendrá el proyecto.

Cuadro Nº 30

COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA/UNIDADES PRODUCIDAS

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Tejedores	18000,00	18720,00	19468,80	20247,55	21057,45
Costureras	9600,00	9984,00	10383,36	10798,69	11230,64
TOTAL COSTO M.O.D.	27600,00	28704,00	29852,16	31046,25	32288,10

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.5.1.3. COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos indirectos de producción o de fabricación son efectivos y no efectivos que se indica en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 31
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
EFFECTIVOS	20628,00	21453,12	22311,24	23203,69	24131,84
Mano de obra indirecta (Ing. Textil)	9600,00	9984,00	10383,36	10798,69	11230,64
Guardia y limpieza	7368,00	7662,72	7969,23	8288,00	8619,52
Otros insumos	1500,00	1560,00	1622,40	1687,30	1754,79
Servicios básicos	960,00	998,40	1038,34	1079,87	1123,06
Mantenimiento	1200,00	1248,00	1297,92	1349,84	1403,83
NO EFFECTIVOS	4808,00	4808,00	4808,00	4808,00	4808,00
Depreciación maq-equ-mue y ens	4808,00	4808,00	4808,00	4808,00	4808,00
TOTAL CIP	25436,00	26261,12	27119,24	28011,69	28939,84

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Una vez establecido los elementos del costo de producción (Mano de Obra Directa, Materiales Directos, Costos Indirectos de producción) se consolidaron para tener una información sistemática y que permite contablemente un mejor manejo.

Cuadro Nº 32
COSTOS DE PRODUCCION CONSOLIDADOS

COSTOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Materiales directos	22870,00	23784,80	24736,19	25725,64	26754,67
Mano de obra directa	27600,00	28704,00	29852,16	31046,25	32288,10
Costos indirectos de producción	25436,00	26261,12	27119,24	28011,69	28939,84
TOTAL CP	75906,00	78749,92	81707,60	84783,58	87982,60

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.5.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos se proyectaron de igual forma para los cinco años de estudio.

Cuadro Nº 33

GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
EFFECTIVOS	11470,00	11928,80	12405,95	12902,19	13418,28
Secretaria y Contador	10200,00	10608,00	11032,32	11473,61	11932,56
Servicios básicos	750,00	780,00	811,20	843,65	877,39
Mantenimiento	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77
Insumos de oficina	280,00	291,20	302,85	314,96	327,56
NO EFFECTIVOS	796,66	796,66	796,68	480,00	480,00
Depreciación equipo	316,66	316,66	316,68		
Depreciación muebles y enseres	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Amortización	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
TOTAL	12266,66	12725,46	13202,63	13382,19	13898,28

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.5.3. GASTOS GENERALES DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN

En el cuadro Nº 34 se muestra los gastos efectivos y no efectivos necesarios para mantener las actividades de ventas y distribución, los efectivos están compuestos por los rubros de salarios de personal, publicidad, transporte, insumos de oficina, servicios básicos; siendo estos:

Cuadro N° 34
GASTOS DE VENTAS Y DISTRIBUCION

ANOS CONCEPTO	1	2	3	4	5
EFFECTIVOS	24893,00	25888,72	26924,27	28001,24	29121,29
Vendedoras	4200,00	4368,00	4542,72	4724,43	4913,41
Arriendo punto de venta	6000,00	6240,00	6489,60	6749,18	7019,15
Publicidad	2440,00	2537,60	2639,10	2744,67	2854,45
Insumos de oficina	380,00	395,20	411,01	427,45	444,55
Servicios básicos	1193,00	1240,72	1290,35	1341,96	1395,64
Trípticos	4880,00	5075,20	5278,21	5489,34	5708,91
Combustible	5800,00	6032,00	6273,28	6524,21	6785,18
NO EFFECTIVOS	2290,00	2290,00	2290,00	2290,00	2290,00
Depreciación muebles y ens	290,00	290,00	290,00	290,00	290,00
Depreciación vehículo	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00
TOTAL	27183,00	28178,72	29214,27	30291,24	31411,29

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.5.4. GASTOS DE FINANCIAMIENTO

Por este concepto se aplican los gastos relacionados con operaciones que demandan el pago de intereses por concepto del crédito que se efectuará en la Corporación Financiera Nacional, por un monto de 62730,00 a una tasa de interés anual del 12%. Los costos financieros son de 7528,00 para el primer año operativo, para el segundo año de

6022,00, para el tercer año 4517,00, para el cuarto año 3011,00 y para el quinto año 1506,00.

La tabla de amortización determina que el crédito es para cinco años teniendo un pago de capital de 12546,00 y un interés de 7528,00 teniendo un pago de cuota de 20074,00. Los demás valores se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 35
AMORTIZACION

AÑOS	CAPITAL	PAGO A PRINCIPAL	INTERESES	CUOTA A PAGAR	SALDO
0	62730,00	-	-	-	-
1	62730,00	12546,00	7528,00	20074,00	50184,00
2	50184,00	12546,00	6022,00	18568,00	37638,00
3	37638,00	12546,00	4517,00	17063,00	25092,00
4	25092,00	12546,00	3011,00	15557,00	12546,00
5	12546,00	12546,00	1506,00	14052,00	0,00
TOTAL		62730,00	22584,00	85314,00	-

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.5.5. COSTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIAMIENTO (COSTOS TOTALES)

Los costos de operación y financiación que tendrá la empresa son; los costos de producción, los gastos operativos y los costos totales que tiene el proyecto para los cinco años de estudio.

Cuadro N° 36

COSTOS OPERATIVOS Y NO OPERATIVOS

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Materiales directos	22870,00	23784,80	24736,19	25725,64	26754,67
Mano de obra directa	27600,00	28704,00	29852,16	31046,25	32288,10
CIP	25436,00	26261,12	27119,24	28011,69	28939,84
1. Costo de Venta (Producción)	75906,00	78749,92	81707,60	84783,58	87982,60
Gastos de Administración	12266,66	12725,46	13202,63	13382,19	13898,28
Gastos de Ventas y Distribución	27183,00	28178,72	29214,27	30291,24	31411,29
2. Gastos Operativos	39449,66	40904,18	42416,90	43673,43	45309,57
Costos de Operación (1+2)	115355,66	119654,10	124124,50	128457,01	133292,17
Costos de Financiamiento (Intereses)	7528,00	6022,00	4517,00	3011,00	1506,00
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIAMIENTO	122883,66	125676,10	128641,50	131468,01	134798,17

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.6. DEPRECIACIONES DE INVERSIONES FIJAS

La depreciación de los activos fijos, se efectuó usando el método de la línea recta en el que se estimó la duración operativa del bien, el costo de adquisición y el valor residual. El valor a depreciar es la diferencia entre el costo de adquisición el valor de salvamento (o residual) dividiendo para el número de años que dura el bien.

Cuadro N° 37

DEPRECIACIÓN DE INVERSIONES FIJAS

ACTIVOS FIJOS \ AÑOS	MONTO	TASA DE DEP	1	2	3	4	5	VALOR DE SALVAMENTO
Maq-equipos-muebles y enseres (Prod)	48080,00	10%	4808,00	4808,00	4808,00	4808,00	4808,00	24040,00
Computador (Adm)	950,00	33,33%	316,66	316,66	316,68	0,00	0,00	0,00
Muebles y enseres (Adm)	800,00	10%	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	400,00
Muebles y enseres (Ventas)	2900,00	10%	290,00	290,00	290,00	290,00	290,00	1450,00
Vehículo (Ventas)	10000,00	20%	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	0,00
TOTAL	62730,00		7494,66	7494,66	7494,68	7178,00	7178,00	25890,00
VS = Valor de salvamento o valor en libros en el año 5 = Valor de adquisición – Sumatoria de depreciaciones								

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

La depreciación anual es de 7494,66 para el año uno proyectado; para el año dos es del mismo valor; para el año tres es de 7494,68, para el cuarto y quinto año es de 7178,00. El valor de salvamento o valor en libros es de 25890,00.

6.7. AMORTIZACION DE ACTIVOS PREOPERATIVOS

Cuadro N° 38
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS PREOPERATIVOS

AÑOS NIVEL DE PRODUCCIÓN	VALOR	1	2	3	4	5
Activos preoperativos	2000,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
TOTAL AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Amortización anual = Gastos preoperativos / años de amortización

La amortización anual para los cinco años proyectados es de 400,00 para cada año proyectado.

6.8. BALANCE GENERAL PROFORMA AL AÑO CERO

El Balance o Estado Financiero del cuadro N° 39 representa la situación o posición financiera de la empresa durante los cinco años operacionales sujetos al estudio. Personifica lo que la empresa espera tener en relación a sus cuentas (activos, pasivos y capital). Cada cuenta y subcuenta es como efecto de los otros cuadros ya analizados.

En el cuadro se puede observar que la inversión inicial es de 79730,00, obtenida a través del aporte de los accionistas y de un crédito. En un “escenario moderado” el balance proyectado permite establecer las siguientes cuentas:

Cuadro N° 39

BALANCE GENERAL PROFORMA AL AÑO CERO

ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	15000,00
Bancos	15000,00
ACTIVOS FIJOS	62730,00
Equipos de producción	48080,00
Muebles y Enseres	3700,00
Equipos de computación	950,00
Vehículos	10000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	2000,00
Gastos preoperativos	2000,00
TOTAL ACTIVOS	79730,00
PASIVOS Y PATRIMONIO	
PASIVOS	
PASIVOS A LARGO PLAZO	62730,00
Préstamos por pagar	62730,00
TOTAL PASIVOS	62730,00
PATRIMONIO	
Capital Social	17000,00
TOTAL PATRIMONIO	17000,00
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	79730,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.9. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

El cuadro N° 40 muestra el estado de resultados que tendrá el proyecto en su fase operacional. Los valores se refieren a los ingresos totales y costos totales de los periodos o ejercicios económicos proyectados.

Cuadro N° 40
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	130500,00	153816,00	188198,40	195726,34	203555,39
- Costos de Ventas	75906,00	78749,92	81707,60	84783,58	87982,60
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	54594,00	115267,00	116340,00	117934,00	118904,00
- Gastos Administrativos	12266,66	12725,46	13202,63	13382,19	13898,28
- Gastos de Ventas y Distribución	27183,00	28178,72	29214,27	30291,24	31411,29
- Gastos Financieros	7528,00	6022,00	4517,00	3011,00	1506,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS PROYECTADA	7616,34	68340,82	69406,10	71249,57	72088,43
- Depreciaciones	7494,66	7494,66	7494,68	7178,00	7178,00
UTILIDAD OPERACIONAL	121,68	60846,16	61911,42	64071,57	64910,43
- 15% Participación Trabajadores	18,25	9126,92	9286,71	9610,74	9736,56
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	103,43	51719,24	52624,71	54460,83	55173,87
- 25% Impuesto Renta	25,86	12929,81	13156,18	13615,21	13793,47
UTILIDAD NETA	77,57	38789,43	39468,53	40845,63	41380,40

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.10. FLUJO DE CAJA LIBRE PROYECTADO

El flujo de caja se centra en estimaciones de entradas y salidas de efectivo bajo dos criterios; cuando y cuanto, que realizará la empresa en los cinco años.

Cuadro N° 41
FLUJO DE CAJA LIBRE PROYECTADO

FASE	INVERSIÓN	OPERACIONAL				
AÑO	0	1	2	3	4	5
ENTRADAS DE EFECTIVO						
1. Recursos Financieros	<79730,00>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Ingreso por Ventas		130500,00	153816,00	188198,40	195726,34	203555,39
3. Valor en Libros		0,00	0,00	0,00	0,00	25890,00
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	<79730,00>	130500,00	153816,00	188198,40	195726,34	229445,39
SALIDAS DE EFECTIVO						
1. Activos totales	<79730,00>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Costos totales		122883,66	125676,10	128641,50	131468,01	134798,17
5. Pago de Préstamo (Intereses)		7528,00	6022,00	4517,00	3011,00	1506,00
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO		130411,66	131698,10	133158,50	134479,01	136304,17
ENTRADAS MENOS SALIDAS DE EFECTIVO (FNE)	0.00	88,34	22117,90	55039,90	61247,33	93141,22

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.11. EVALUADORES FINANCIEROS

6.11.1. COSTO DE OPORTUNIDAD (Ck)

También conocido como tasa de interés para la evaluación financiera, tasa de descuento, se obtuvo considerando el tipo de inversión, valor de la misma la tasa de ponderación (7% tasa pasiva y 12% tasa activa) obteniéndose un Costo de Oportunidad del 10,93%.

Cuadro Nº 42
COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	17000,00	21,32	7	149,24
Inversión Financiada	62730,00	78,68	12	944,16
TOTAL	79730,00	100,00	19	1093,40

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

$$Ck = 1093,40/100 = 10,93\%$$

6.11.2. TASA DE REDESCUENTO

Para calcular la tasa de redescuento se utilizó los valores del costo de oportunidad de la inversión y el premio al riesgo de inversión para proyectos agrícolas que es de 0,0642 (6,42%) aplicando la siguiente ecuación:

$$i = (1 + Ck)(1 + Rp) - 1$$

$$i = (1 + 0,1093)(1 + 0,0642) - 1 = 0,1805$$

$$i = 18,05\%$$

6.11.3. VALOR PRESENTE NETO (VAN)

Este indicador muestra el monto de beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión y considera el valor cronológico del dinero, como su costo de rentabilidad (tasa contable o de oportunidad). Al aplicar la fórmula se definen los flujos netos de efectivo actualizados y la inversión. Para su cálculo se aplicó la siguiente ecuación:

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

Dónde:

- I₀** = Inversión inicial
- FNE** = Flujo Neto Efectivo
- I** = Tasa de descuento
- VS** = Valor de salvamento

$$VAN = -79730,00 + \frac{88,34}{(1+0.1805)^1} + \frac{22117,90}{(1+0.1805)^2} + \frac{55039,90}{(1+0.1805)^3} + \frac{61247,33}{(1+0.1805)^4} + \frac{93141,22}{(1+0.1805)^5}$$

$$VAN = -79730,00 + 74,83 + 15871,28 + 33456,44 + 31537,20 + 40626,74$$

$$VAN = -79730,00 + 121566,49$$

$$VAN = \$41836,49$$

El VAN es de \$41836,49 positivo, por tanto es positivo y se acepta el proyecto porque genera una rentabilidad (\$41836,49 sobre la tasa del 12%)

6.11.4. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) es evaluar un proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos iniciales (inversión) actualizados a la tasa de rentabilidad.

$$0 = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$0 = -79730 + \frac{88,34}{(1+i)^1} + \frac{22117,90}{(1+i)^2} + \frac{55039,90}{(1+i)^3} + \frac{61247,33}{(1+i)^4} + \frac{93141,22}{(1+i)^5}$$

TIR = 32,17%

La "i" que satisface la ecuación es de 0.3217 que equivale a un TIR del 32,17%; que es mayor que la tasa de descuento del 18,05% en 14,12% por lo tanto el proyecto es aceptable desde este punto de vista.

6.11.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión que tendrá el proyecto es de 3,10 años en dinero corriente y de 2,62 en dinero real. Para obtener se relacionó los flujos netos de efectivo con la inversión inicial (Ver cuadros N° 43 y 44).

Cuadro N° 43
PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION EN DINERO
CORRIENTE

AÑOS	INVERSION	FNE	PRI
0	79730,00		3,10 años
1		88,34	
2		22117,90	
3		55039,90	
4		61247,33	
5		93141,22	
TOTAL		231634,69	

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 44

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION EN DINERO REAL

AÑOS	INVERSION	FNE	INFLACION	FNE ACTUALIZADO	PRI
0	79730,00				2,62 años
1		88,34	4%	84,94	
2		22117,90	4%	20449,24	
3		55039,90	4%	48930,27	
4		61247,33	4%	52354,47	
5		93141,22			
TOTAL		244363,07	231634,69		

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.11.6. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (RB/C)

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos, determinándose una relación de 1,29 lo que supera a 1 por lo tanto es significativo. Y significa que por cada dólar invertido por la empresa se tendrá un beneficio de 1,29 dólares

Cuadro N° 45

RELACION BENEFICIO/COSTO (RB/C)

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	RB/C
1	130500,00	130411,66	1,29
2	153816,00	131698,10	
3	188198,40	133158,50	
4	195726,34	134479,01	
5	229445,39	136304,17	
TOTAL	897686,13	666051,44	

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

CAPITULO VII

7. EVALUACIÓN DE IMPACTOS

Para darle al proyecto sustentabilidad y sostenibilidad en lo referente a los impactos positivos y negativos que puede ocasionar la operatividad del proyecto en el entorno ambiental, económico, social, cultural, entre otros.

Con el fin de determinar estos impactos se hizo necesario tener una herramienta de validación que establezca su valoración cuantitativa y cualitativa de los indicadores de las variables de los impactos.

7.1. HERRAMIENTA DE VALIDACIÓN DE IMPACTOS

En este capítulo se presenta la herramienta metodológica para validar los impactos positivos y negativos que posiblemente generará la Empresa Comunitaria “Morochos” de producción de artesanías en lana de alpaca.

Esta metodología tiene en común parámetros de validación de la siguiente manera:

Cuadro N° 46
VALIDACION DE IMPACTOS

VALORACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN CUANTITATIVA
Muy alto	5
Alto	4
Medio	3
Bajo	2
Muy bajo	1
Indiferente	0
Muy bajo	-1
Bajo	-2
Medio	-3
Alto	-4
Muy alto	-5

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Estos valores al ser medido los impactos pueden ser positivos o negativos según la magnitud y la medición subjetiva aplicada. Para sistematizar la evaluación se procedió a elaborar matrices para cada uno de los impactos sean estos negativos o positivos.

7. 2. IMPACTOS NEGATIVOS

El sistema de gestión medio ambiental (SGMA) que está enmarcado bajo la norma ISO 14001 plantea que todos los proyectos productivos tienen efectos positivos y negativos lo que es pertinente para los que realizan estos estudios identifiquen estos impactos.

Para identificar los principales impactos se determinó los procesos principales que tendrá la empresa; basado en la siguiente información:

- Diagrama de los procesos

- Equipos que se utilizaran para la producción

Los posibles impactos negativos que tendrá la empresa son los siguientes:

7.2.1. EN RELACIÓN AL AGUA

Por los procesos operativos que tiene la empresa las aguas residuales no serán altamente contaminantes debido a que existe la red general de alcantarillado que será donde se descargara las aguas servidas que han sido escurridas durante los procesos de producción de la institución.

En el sitio donde se implementara el centro de producción comunidad de Morochos no existe aguas superficiales (ríos o quebradas) por lo tanto no habrá ningún tipo de descarga de aguas que utilice la empresa hacia estos cauces naturales. No se ha detectado aguas superficiales a tres metros del suelo en donde funcionara la empresa.

Cuadro Nº 47
MATRIZ DE IMPACTO AGUA

INDICADORES	-1	-2	-3	-4	-5
Construcción	x				
Producción	x				
Transporte de MP	x				
Ventas-Comercialización	x				
Lavado de la lana		x			
TOTAL	-4	-2	0	0	0

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

El impacto tiene un valor cuantitativo negativo (-1,2) que significa en valoración cualitativa impacto negativo Muy Bajo.

7.2.1.1. DESCRIPCIÓN DEL IMPACTO

El impacto sobre el agua no afecta al entorno local y a la ecología hidrográfica del sector, no se contamina los recursos hidrológicos potables por lo tanto no requiere ninguna medida de mitigación.

7.2.2. SOBRE EL SUELO

Los impactos que se puede ocasionar sobre el suelo son insignificantes ya que solo puede producirse algún asentamiento de partículas de tintes o colorantes que se utilicen para tinturar la lana. No se altera ningún cambio edafológico o de textura de los suelos aledaños a donde se localizara el proyecto para la producción de las artesanías de lana de alpaca.

Cuadro N° 48
MATRIZ DE IMPACTO SUELO

INDICADORES	-1	-2	-3	-4	-5
Tinturado	x				
Producción	x				
Desalojo de aguas residuales		x			
Ventas-Comercialización					
Lavado de la lana					
TOTAL	-2	-2	0	0	0

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

El impacto tiene un valor cuantitativo negativo (-0,80) en las acciones que se ejecutara que significa en valoración cualitativa impacto negativo diferente.

7.2.2.1. DESCRIPCIÓN DEL IMPACTO

El impacto sobre el suelo no es significativo y no se afecta a ninguna alteración del ecosistema, no se destruye ningún suelo en etapa de degradación tampoco se deteriora suelos de uso agrícola con alto significado de producción.

7.2.3. EL AIRE

El proceso de tinturado de la lana no tiene riesgos altos referentes a la contaminación del aire debido principalmente a que se utilizara como materia prima principal un producto natural como es la lana de alpaca y otros. El uso de productos químicos es restringido mínimo para este tipo de proceso textil. Su toxicidad específica no descompone la composición medioambiental del aire del entorno de la empresa.

Al no generar malos olores por residuos de sustancias químicas el impacto no es significativo y es mínimo.

Cuadro Nº 49
MATRIZ DE IMPACTO AIRE

INDICADORES	-1	-2	-3	-4	-5
Construcción		x			
Producción	x				
Transporte de MP		x			
Ventas-Comercialización	x				
Lavado de la lana	x				
TOTAL	-3	-4	0	0	0

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

El impacto tiene un valor cuantitativo negativo (-1,4) en las acciones que se ejecutaran que significa en valoración cualitativa impacto negativo Muy Bajo.

7.2.3.1. DESCRIPCIÓN DEL IMPACTO

El impacto sobre el aire que genera este tipo de artesanías no tiene riesgos para la población que se localice en su entorno ya que su toxicidad específica no tiene riesgos para la salud por la composición de los productos químicos que se utiliza para este tipo de artesanías y por las medidas de seguridad que se llevarán a cabo en los procesos de producción.

7.2.4. VEGETACIÓN Y FAUNA

El impacto negativo que ocasionara el proyecto a la vegetación y fauna es mínimo debido a que no se alterará la vegetación del área donde funcionará la empresa. En el sitio donde se implementará el proyecto no existe una vegetación en vías de extinción, no existen especies forestales, ni frutales que estén en procesos de desaparecer.

En el sitio se localiza pequeñas especies arbustivas como la chilca, el quicuyo, marco, llantén, mora, entre otros. Entre la fauna que existe en este sitio se puede resaltar la presencia de lagartijas, sapos, arañas, ratones y otras especies menores que no son significativas y que no se altera la fauna del medio ambiente donde se localizará la empresa.

Cuadro Nº 50

MATRIZ DE IMPACTO VEGETACIÓN Y FAUNA

INDICADORES	-1	-2	-3	-4	-5
Construcción		x			
Producción	x				
Transporte de MP	x				
Ventas-Comercialización					
Lavado de la lana					
Total	-2	-2	0	0	0

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

El impacto tiene un valor cuantitativo negativo (-0,80) en las acciones que se ejecutaran que significa en valoración cualitativa impacto Negativo Indiferente.

7.2.4.1. DESCRIPCIÓN DEL IMPACTO

Los riesgos de alterar la flora y la fauna son muy bajos ya que no existe derrames filtraciones o vertidos de soluciones liquidas u otros materiales que podrán ser esparcidos en el área de acción del proyecto y que cause un efecto negativo a la fauna o flora del sector. No se tiene efectos tóxicos de tipo irreversible que afecte a este recurso natural

7.3. IMPACTOS POSITIVOS

Los impactos positivos que generara el proyecto en forma hipotética son los siguientes:

7.3.1. ECONÓMICO

Cuadro Nº 51
MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas			x		
Beneficio/Costo de la inversión del proyecto				x	
Se implementa el trabajo familiar			x		
Márgenes de rentabilidad			x		
Revalorización de la agricultura				x	
Mejor uso del suelo				x	
Remuneración de mano de obra familiar				x	
Mejoramiento de la calidad de vida de los socios				x	
TOTAL	0	0	9	20	0

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

El valor cuantitativo de este impacto es de 3,63 que significa impacto Positivo “Medio”.

Este impacto es beneficioso para los socios de la empresa ya que generara un beneficio costo que es significativo, una rentabilidad que promoverá el mejoramiento de la calidad de vida de los socios específicamente y del área de acción del proyecto. Por lo tanto las familias hipotéticamente se beneficiaran con los indicadores señalados en la matriz de este impacto.

Este impacto es uno de los más importantes para la ubicación de la empresa ya que permite un mejoramiento de la calidad de vida de los socios un mejoramiento significativo en sus niveles de ingresos, proporciona sustentabilidad al desarrollo del sector textil artesanal y al manejo de pastos naturales con el pastoreo de las alpacas y la crianza de alpacas en las áreas de acción del proyecto.

7.3.2. SOCIAL

Cuadro N° 52
MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

INDICADORES	1	2	3	4	5
Mejoramiento del nivel familiar	x				
Aprovechamiento de la mano de obra familiar		x			
Evitar la migración del campo a la ciudad		x			
Conformación de empresa			x		
Rescate de la cultura artesanal textil				x	
Visión de Asociatividad				x	
Dotar de trabajo al género femenino		x		x	
Conformación de trabajo en equipo				x	
Equidad social				x	
Total	1	6	3	20	0

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

El impacto social de la empresa de producción de artesanías en lana de alpaca es de 3,33 que cualitativamente corresponde a impacto Medio. Se tiene en cuenta la dinámica de funcionamiento y la extrapolación de generar puestos de trabajo en el campo a los hombres y mujeres hace prevalecer que el impacto es significativo. El hecho de que en estos sectores la crianza de alpacas se lo realiza con la mano de obra familiar promoverá su costo y su rentabilidad dando una valoración positiva de tipo socio-económica y decisiva para que los criadores se motiven con la creación de esta empresa.

7.3.3. EDUCATIVO – CULTURAL

El impacto positivo en el ambiente educativo – cultural tiene las siguientes hipótesis sujetas a valoración:

Cuadro Nº 53

MATRIZ DEL IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL

INDICADORES	1	2	3	4	5
Intercambio tecnológico			x		
Introducción de nuevas tecnologías					
Capacitación			x		
Asesoramiento técnico				x	x
Cultura de adelanto tecnológico					
Socialización de nuevas tecnologías			x		x
Intercambio de experiencias				x	
Valoración cultural del suelo con sus beneficios.				x	
TOTAL	0	0	9	12	10

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Los ocho indicadores medidos en este componente determinan un puntaje de 3,88 que significa un impacto Positivo Medio. Dando sustentabilidad y sostenibilidad a la estacionalidad de la empresa de producción de artesanías en lana de alpaca ya que generara un adelanto tecnológico altamente significativo en el sector de Morochos y propondrá nuevas culturas educativas para el adelanto socioeconómico y tecnológico de los criadores de alpacas localizados en este sector.

Cabe destacar que con la introducción de esta empresa se mejorara la capacitación a los agricultores en los procesos de manejo de alpacas y técnicas de elaboración de artesanías textiles de la lana de estos

animales Este componente educativo cultural revalorizara los aspectos educativos sobre el manejo de pastos naturales con la introducción de las alpacas así como el uso de su lana para la producción de artesanías textiles a base de esta materia prima.

7.3.4. COMERCIAL O DE MERCADO

Este impacto fu medido con los siguientes indicadores:

Cuadro Nº 54

MATRIZ DEL IMPACTO COMERCIAL O DE MERCADO

INDICADORES	1	2	3	4	5
Demanda de sus productos			x		
Mercado meta fijo				x	
Precios acorde a la oferta y demanda			x		
Canales de distribución				x	
Fijación de mercado			x		
Mejorar el volumen de producción				x	
Aumentar el área de cultivo				x	
Mejoramiento de los productos		x			
Validación de sus huertos				x	
TOTAL	0	2	9	20	0

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

El valor cuantitativo de este impacto es de 3.44 que significa impacto Positivo “Medio”. Este impacto es altamente positivo y de validación para la implementación de la empresa de producción de artesanías en lana de alpaca en el sector de Morocho ya que permitirá tener un mercado fijo de su producción a los artesanos de este sector lo que hipotéticamente conllevara a un mejoramiento de sus productos, aumento de sus áreas de producción, mejor política de fijación de precios, tener productos

altamente competitivos y lo más importante tener un mercado fijo donde ubicar sus volúmenes de producción.

Los indicadores propuestos en este componente describen las relaciones de mercado que podrán tener los productores de estas artesanías con la empresa. Esta validación es una de las más importantes para el desarrollo económico, social, cultural y de comercialización de la gente que se dedica a esta actividad económica.

CONCLUSIONES:

- La crianza de Alpacas en la comunidad de Morochos constituye una de las alternativas económicas en la que muchos pobladores de extrema pobreza pueden generarse empleo y mejorar las condiciones de vida.
- Los productos de lana de alpaca, tienen gran demanda en el mercado local, regional y nacional e extranjero, características que coadyuvan al aprovechamiento de la lana de alpaca. Alpacas que será criadas por la comunidad de Morochos en un sistema de organización asociativa.
- El proyecto por su naturaleza cuenta con una línea de crédito retornable en la CFN y no retornable a través de varios organismos como la comunidad económica Europea, USAID, y otros organismos.
- Este plan de negocios fomenta la generación de valor agregado y responde a las responsabilidades reales en la Comunidad de Morochos que actualmente ya se dedican a la actividad de pastoreo de alpacas, en los páramos naturales de la comunidad. Por tanto se impulsa la capacitación técnica en estas labores y crédito para la conformación de microempresa local que produzca y comercialice productos a base de lana de alpaca.
- El plan de negocios tiene supuestos óptimos de comercialización de sus productos en lana de alpaca ya que en los mercados de artesanías de Otavalo y Cotacachi no existen prendas en este tipo de material que es muy buscado por turistas locales y extranjeros, lo que brinda sustentabilidad y sostenibilidad al proyecto desde este aspecto.
- El nuevo enfoque que maneja SENPLADES y los Gobiernos locales son factores territoriales de competitividad que se orienta al apoyo a proyecto de naturaleza zonal, local para aprovechar las capacidades ecológicas, sociales, tecnológicas como el uso sustentable de los pastos naturales aptos para la producción de

alpacas y posibilidad de cadena productiva con microempresas que usen esta materia prima en la generación de productos de óptimos vínculos de comercialización local o externa.

RECOMENDACIONES:

- Aprovechar las partes naturales que tiene la comunidad para la crianza de alpacas y promover el desarrollo económico de este territorio con una lógica de intervención a procesos de competitividad territorial.
- Empezar el desarrollo de cadenas de valor y asociatividad comunitaria, promocionando alternativas de nuevas formas de uso adecuado de los recursos locales como son las partes naturales y utilización de tecnologías para producir prendas textiles a base de lana de alpaca.
- La empresa para un óptimo desarrollo a largo plazo y mejoras en su capacidad operativa, debe canalizar el financiamiento de sus planes operativos a través de fondos de cooperación internacional que ayudan a mejorar el nivel de vida de las comunidades andinas, siendo este financiamiento no retornable.
- El desarrollo económico territorial requiere de ideas de negocios como el presente proyecto en la perspectiva de desarrollar la conformación de asociación local de criadores-productores de lana de alpaca para generar valor agregado con empresas de producción de prendas de vestir a base de esta materia prima.
- Desarrollar experiencias que en otros países ya se las ha ejecutado como en: Bolivia, Perú con elementos metodológicos de realidades que proyecten y validen propuestas nuevas como herramienta conceptual y práctica de producción y competitividad de desarrollo local.
- El presente proyecto es una propuesta de desarrollo territorial de competitividad que será canalizado a través de SENPLADES, para su validación como modelo de desarrollo local a ser repicado en otras localidades del país y su posible financiación a través de CFN. Como “Estrategia para el desarrollo de territorios competitivos”.

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA:

- BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos (2010)
- CÓRDOVA Padilla, Marcial, Formulación y Evaluación de Proyectos (2006)
- COTRINA, Saúl, Proyectos de Inversión (2005)
- FINCOWSFY, Franklin y ENRIQUE, Benjamín, Organización de Empresas (2009)
- GOXENS, M. A. y GOXENS, A, Enciclopedia Práctica de la Contabilidad (2010)
- LLANOS Rete, Javier, Bases de Administración (2009)
- MENDIZÁBAL, Guillermo Aleixandre, GÓMEZ González, Francisco Javier y MOÑUX Chércoles, Diego, Desarrollo de una Guía de Evaluación de Impacto Social para Proyectos de I+D+I (2003)
- Ministerio de Educación del Ecuador, Diccionario Práctico del Estudiante, (2010)
- OCHOA Setzer, Guadalupe, Administración Financiera (2009)
- ORTEGA Castro, Alfonso, Proyectos de Inversión (2010)
- PACHECO, Martha, HEIFER INTERNATIONAL, Fundación Heifer Ecuador, Manejo de Alpacas en Páramos (2006)
- SALAZAR, Adafrancys y MAGGIORANI, Richard, Estructuras Organizativas y Tipos de Organigramas (2005)
- SAPAG Chain, Reinaldo y SAPAG Chain, Nassir, Preparación y Evaluación de proyectos (2008)
- VALDIVIESO Bravo, Mercedes, Contabilidad General (2009)
- VARGAS Mercado, Horacio y CERNA Palmerín, Marisol, La Internacionalización de las Pequeñas y Medianas Empresas (2007)
- ZAPATA Sánchez, Pedro, Contabilidad General (2005)

LINCOGRAFÍA:

- http://www.ecuanex.net.ec/natura/biodiver/páramos%20_alpacas.htm
- <http://www.sica.gov.ec/agronegocios/productos%20para%20invertir/biocomercio/FN-Sangay-Camelidos%20arranged%20doc.htm>
- http://www.ecuanex.net.ec/natura/biodiver/páramos%20_alpacas.htm
- www.alpartperu.com
- <http://www.alpacashispanicas.com/>
- <http://www.surifarm.de/Spain/Alpacas-frame-spain.htm>
- <http://www.tierramerica.net/2002/0505/conectate.shtml>
- www.alpacashispanicas.com

ANEXOS

Anexo Nº 1

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POBLADORES DE LA COMUNIDAD DE
MOROCHOS

Nº de Encuesta:.....

Fecha:.....

Género:.....

1. PRODUCCIÓN

1.1. ¿Qué tiempo tiene experiencia en la elaboración de alguna
artesanía textil?

2 – 4 años ()

4 – 6 años ()

8 – 10 años ()

> 10 años ()

1.2. ¿Ha recibido o participado en algún curso de capacitación
en artesanías textiles?

Si ()

No ()

A Veces ()

2. COMERCIALIZACIÓN

2.1. ¿De las artesanías que usted elabora de qué manera las
comercializa?

Intermediario ()

Directo a clientes ()

Otros ()

2.2. ¿Cuáles son los canales de distribución o venta?

En la misma comunidad ()

Entrega mercadería en la Plaza de Ponchos de Otavalo ()

Entrega en otros locales ()

2.3. ¿La venta de sus artesanías o productos en que modalidad las realiza?

Crédito ()

Contado ()

Mixto ()

2.4. ¿Qué problemas considera usted que tiene en la comercialización de sus productos?

Cambio de precio constante ()

Clientes ()

Temporada del año ()

2.5. ¿Su mercado actual es de que localidad?

Turistas extranjeros ()

Provincial ()

Plaza de Ponchos de Otavalo ()

2.6. ¿Qué volumen comercializa usted al mes en unidades?

1 – 5 ()

6 – 10 ()

11 – 15 ()

16 – 20 ()

> 20 ()

3. TENDENCIAS DEL PROYECTO

3.1. ¿Está de acuerdo en formar parte de la Empresa Comunitaria “Morochos” de producción y comercialización de artesanías en lana de alpaca?

Si ()

No ()

3.2. ¿Piensa usted que la Empresa Comunitaria “Morochos” representa una oportunidad de mejorar la situación actual de mercado y económico?

Si () No () En ocasiones ()

3.3. ¿Qué número de prendas en lana de alpaca piensa usted confeccionar mensualmente?

1 – 5 ()

6 – 10 ()

11 – 15 ()

16 – 20 ()

> 20 ()

3.4. ¿En qué condiciones de venta arreglaría usted con la Empresa Comunitaria “Morochos”?

Contado ()

Crédito ()

Mixto ()

3.5. ¿Qué exigencias pediría usted a la Empresa Comunitaria “Morochos”?

Lealtad ()

Buenas relaciones comerciales ()

Capacitación ()

Otros ()

4. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

4.1. ¿Tiene alguna experiencia en pertenecer a alguna organización o asociación de la comunidad?

Si ()

No ()

4.2. ¿La actividad económica de elaborar tejidos en lana de alpaca de qué forma lo efectuaría?

Propio ()

Sociedad ()

Otros ()

4.3. ¿Formaría parte de los equipos de trabajo de la organización?

Si () No ()

4.4. ¿De qué forma integraría a la Empresa Comunitaria “Morochos”?

Como socio ()

Proveedor de materia prima ()

Anexo № 2

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POTENCIALES CLIENTES DE LAS
ARTESANIAS EN LANA DE ALPACA EN LA PLAZA DE PONCHOS DE
OTAVALO

Nº de Encuesta:.....

Turista Extranjero ()

Turista Nacional ()

1. PRODUCTO

1.1. ¿El precio de las prendas en lana de alpaca son similares a los de otras lanas?

Si ()

No ()

1.2. ¿Los sacos en lana de alpaca son más cómodos que los de otras lanas?

Si ()

No ()

1.3. ¿Los sacos en lana de alpaca se acoplan a la moda actual?

Si ()

No ()

1.4. ¿Las prendas en lana de alpaca son más elegantes y vistosas que las de la competencia?

Si ()

No ()

2. POSICIONAMIENTO

2.1. ¿Usted adquiriría prendas en lana de alpaca en vez de la de otras lanas?

Si ()

No ()

2.2. ¿De su familia quien adquiriría más prendas de lana de alpaca?

Mujeres ()

Hombres ()

2.3. ¿Piensa usted que sería mejor adquirir artículos en lana de alpaca que los de la competencia u otros materiales?

Tejidos en lana de alpaca ()

Otras lanas ()

Otros materiales ()

2.4. ¿Tendría usted fidelidad a los artículos en lana de alpaca?

Si ()

No ()

2.5. ¿Usted sería un cliente regular o irregular?

Regular ()

Irregular ()

2.6. ¿Por cuales artículos en lana tiene usted preferencia?

Lana artificial ()

Hilo de algodón ()

Lana de borrego ()

Otros materiales ()

Mixtos ()

De cuero ()

3. DEMANDA-COMPETENCIA

3.1. ¿Adquiriría usted artículos en lana de alpaca en la Plaza de Ponchos de Otavalo?

Si ()

No ()

3.2. ¿Tendría su preferencia de compra por sacos en lana de alpaca u otras lanas?

Sacos en lana de borrego ()

Sacos en lana de alpaca ()

Otros ()

3.3. ¿Con que frecuencia adquiriría las prendas en lana de alpaca?

Cada 2 años ()

Cada año ()

Eventualmente ()

No contesta ()

3.4. ¿Qué prendas le gustaría adquirir en lana de alpaca?

Tapices de pared y piso ()

Sacos ()

Guantes ()

No contesta ()

3.5. ¿En qué sitio o lugar adquiriría este producto?

Almacenes de Otavalo ()

Plaza de Ponchos de Otavalo ()

Centros comerciales ()

Otros sitios ()

No contesta ()

3.6. ¿Considera que los precios de los sacos de lana de alpaca son?

Altos ()

Moderados ()

Bajos ()

No contesta ()

3.7. ¿Qué prendas adquiere usted normalmente en la Plaza de Ponchos de Otavalo?

Camisas ()

Tapices de pared y piso ()

Sacos ()

Guantes y bufandas ()

Otros ()

No contesta ()

3.8. ¿Dentro de qué rango se ubica su ingreso mensual?

Entre 180 - 250 dólares al mes ()

Entre 260 - 350 dólares al mes ()

Entre 360 - 450 dólares al mes ()

Entre 460 - 500 dólares al mes ()

No contesta ()