



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS EN ESTAÑO EN LA  
CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**AUTOR: GAONA MOREJÓN JUAN CARLOS**

**DIRECTOR: Msc. MARLON PINEDA.**

**Ibarra, noviembre 2011**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto comprende el “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de artesanías en estaño en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”, cuyo propósito fundamental es brindar producto de calidad e innovador como alternativa económica artesanal a las actuales en el mercado, a un precio justo y con la atención y entrega oportuna. La presente investigación brinda la oportunidad para que en un futuro se cree conciencia sobre el uso indiscriminado de materiales nocivos contaminantes que pueden ser reutilizados con procesos de fácil obtención, además concienciar a la población de que existen alternativas ecológicas empresariales para el cuidado de nuestro planeta. Para lograr este fin se investigó las actividades actuales con el fin de promover el sistema comercial artesanal de la ciudad de Ibarra y sus alrededores, además de el análisis e identificación del producto a ofrecer, objetivos tanto generales como específicos del proyecto, las variables con sus respectivos indicadores, los instrumentos de recolección de la información, identificación del universo, cálculo de la muestra y el diagnóstico externo donde se logro identificar el problema. El fundamento teórico se basa en el análisis conceptual de la investigación de mercados, administración y los aspectos contables con las etapas respectivas, en la parte administrativa se determinó como se debe crear la empresa, distribución, aspectos administrativos importantes, objetivo de la misma, organización, funciones, su constitución legal y finalmente se hablo del “estaño” insumo principal para la elaboración de las artesanías. El tercer capítulo comprende el estudio de mercado el cuál contiene el área en donde se vaha desarrollar el estudio, análisis y proyección de la demanda tomando en cuenta el crecimiento poblacional, oferta actual y su proyección, balance entre oferta y demanda, análisis de precios, de competencia y comercialización del producto, finalmente se da a conocer algunas estrategias tanto en lo que se refiere a las ventas como en la publicidad. El estudio abarca todo lo referente a la localización de la planta de producción, su macro y micro localización, el tamaño óptimo del proyecto según sus áreas, manual de procesos operativos con su respectivo flujo grama, requerimiento de personal administrativo y de planta, la inversión requerida, el presupuesto técnico y su operatividad. Hace referencia a la inversión total requerida para la implementación de este negocio, se realizó el calculo de: el costo de oportunidad, tabla de amortización, depreciaciones, estado de perdidas y ganancias, flujo de caja, evaluaciones de VAN, TIR, periodo de recuperación, y por último el beneficio costo. Finalmente se analizan los posibles impactos que genera este proyecto, proponiendo las respectivas conclusiones y recomendaciones del presente estudio. Adjuntando anexos que faciliten la comprensión y realización del presente trabajo.

## EXECUTIVE SUMMARY

This project includes the "Feasibility study for creating a company dedicated to the production and marketing of tin crafts in the city of Ibarra, Imbabura's province," whose main purpose is to provide quality product and innovative craft as an economic alternative to the current market, at a fair price and with the attention and timely delivery. This research provides the opportunity for future raise awareness about the indiscriminate use of harmful materials polluting processes that can be reused easily obtained, as well as raise awareness of corporate ecological alternatives for the care of our planet. To this end we investigated the current activities in order to promote traditional trading system of the city of Ibarra and its surroundings, as well as the analysis and identification of the product to offer both general and specific objectives of the project, with variables respective indicators, instruments for data collection, identification of the universe, calculation of the sample and the external diagnosis where the problem was identified. The theoretical foundation is based on the conceptual analysis of market research, administration and accounting matters with the respective stages in the administrative part are determined as to create the company, distribution, administrative aspects important objective of the organization, functions, legal constitution and finally spoke of the "tin" main input for the development of crafts. The third chapter deals with the market research which contains the area where it is going to develop the study, analysis and projection of demand taking into account population growth, current and projected supply, balance between supply and demand, price analysis , competition and marketing of the product finally unveils some strategies both in terms of sales and advertising. The study covers everything related to the location of the plant, its macro and micro location, the optimal size of the project according to their areas, manual processes with their respective operational flow chart, staff requirement and plant investment required technical and budget operations. Refers to the total investment required for the implementation of this business, the calculation was made: the opportunity cost, amortization, depreciation, profit and loss statement, cash flow assessments, NPV, IRR, payback period , and finally the cost benefit. Finally, we analyzed the potential impacts generated by this project, proposing the respective conclusions and recommendations of this study. Attach annexes to facilitate understanding and carrying out the present work. With the introduction of the new company will cooperate directly with the decrease of unemployed or underemployed, which is a positive contribution to the population.

## **AUTORÍA**

Yo, Juan Carlos Gaona Morejón portador de la cédula de ciudadanía 1002250031 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información

---

Juan Carlos Gaona Morejón  
1002250031

## **CERTIFICACIÓN**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado **Juan Carlos Gaona Morejón**, para optar por el Título de **Ingeniero en Administración de Empresas**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS EN ESTAÑO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 15 del mes de noviembre de 2011.

Msc. Marlon Pineda

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **JUAN CARLOS GAONA MOREJÓN**, con cédula de ciudadanía Nro. 1002250031, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS EN ESTAÑO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

.....

Juan Carlos Gaona Morejón

CI: 1002250031

Ibarra, a los días 15 del mes de noviembre de 2011



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1002250031		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	GAONA MOREJÓN JUAN CARLOS		
<b>DIRECCIÓN:</b>	PUERTO RICO ENTRE BRASIL Y URUGUAY		
<b>EMAIL:</b>	juanca_1981@yahoo.com.mx		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062 602 200	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	088 004 293

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS EN ESTAÑO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”
<b>AUTOR:</b>	GAONA MOREJÓN JUAN CARLOS
<b>FECHA:</b>	2011-11-15
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	MAGISTER MARLON PINEDA

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, GAONA MOREJÓN JUAN CARLOS, con cédula de ciudadanía Nro. 1002250031, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

## **3. CONSTANCIAS**

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

Ibarra, a los 15 días del mes de noviembre de 2011

### **EL AUTOR:**

.....  
Juan Carlos Gaona Morejón  
CI: 1002250031

### **ACEPTACIÓN:**

.....  
Lic. Ximena Vallejos  
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

---

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo con todo cariño a mi Madre quien todo este tiempo me ha brindado amor y sacrificio.  
A mi familia que me entrego su apoyo moral haciendo posible la culminación con éxito de una etapa importante de mi vida.

## AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por darme la vida y permitirme alcanzar las metas propuestas, de igual forma a todas las personas que contribuyeron en la realización del presente proyecto, a la Universidad Técnica del Norte, a mis catedráticos, en especial al Msc. Marlon Pineda quien de una manera acertada compartió sus conocimientos para orientarme a la culminación del trabajo.

## PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado está diseñado a estudiar la factibilidad para la creación de una microempresa para la producción y comercialización de artesanías a base de estaño en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura

A continuación se expone una síntesis de lo tratado en cada fase o capítulos del informe final del trabajo de grado.

En la presente investigación se realizó un diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra y sus alrededores, mediante este análisis nos permitió tener un conocimiento real de las condiciones en las que se encuentran los habitantes y artesanos de la ciudad de Ibarra, ya que ellos serán los principales beneficiarios de este proyecto. La información necesaria para realizar este estudio se la obtuvo a través de fuentes primarias como entrevistas realizadas a los habitantes mayores del sector.

En el segundo capítulo se contextualizó las bases teóricas y científicas por medio de bibliografía actualizada.

Se realizó una investigación de campo de las variables demanda, oferta y precios las cuales definen la factibilidad de mercado para el proyecto.

Se realizó un estudio técnico (ingeniería del proyecto), para establecer la ubicación de la empresa, su tamaño, la distribución de las áreas, la tecnología y equipos requeridos así como también el talento humano que utilizará para la operatividad de la empresa.

Se estableció la misión, visión, principios y valores corporativos con los que la empresa trabajará con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos.

En el estudio económico financiero se realizó un análisis de la inversión necesaria para la ejecución de este proyecto, se realizó las proyecciones de ingresos y egresos, los mismos que, harán posible la generación de los estados pro-forma y flujos de efectivo a partir de los cuales se podrá realizar los correspondientes análisis financieros, para determinar la rentabilidad que genere el proyecto así como su viabilidad financiera.

Finalmente se establecieron, los posibles impactos que generará el proyecto, en los aspectos económico, social, y ambiental.

El presente trabajo finaliza con las correspondientes conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxii
INTRODUCCIÓN	23

### CAPÍTULO I

1	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	30
1.1	Antecedentes	30
1.2	Objetivos diagnósticos	33
1.3	VARIABLES diagnósticas e indicadores	34
1.4	Indicadores	34
1.5	Matriz de relación diagnóstica	35
1.6	Identificación de la población	36
1.7	Cálculo de la muestra	37
1.8	Resultados de encuestas y entrevistas	38
1.9	Diagnostico externo	66
1.10	Determinación de la oportunidad de inversión	67

### CAPÍTULO II

2	MARCO TEÓRICO	70
2.1	Empresa	70

2.1.1	Concepto	70
2.1.2	Importancia	70
2.1.3	Clasificación	71
2.2	Microempresa	73
2.2.1	Concepto	73
2.2.2	Importancia	74
2.2.3	Objetivos	74
2.2.4	Ventajas	75
2.2.5	Desventajas	75
2.2.6	Visión	76
2.2.7	Características	76
2.2.8	Clasificación	76
2.3	Producto	77
2.3.1	Concepto	77
2.3.2	Elementos del costo	78
2.3.3	Materia prima	78
2.3.4	Mano de obra directa	78
2.3.5	Costos indirectos de fabricación	79
2.3.6	Gastos administrativos	79
2.3.7	Gastos de ventas	79
2.3.8	Gastos financieros	79
2.4	Precio	79
2.4.1	Concepto	79
2.5	Comercialización	80
2.5.1	Concepto	80
2.5.2	Canales de distribución	80
2.6	Mercado	81
2.6.1	Concepto	81
2.6.2	Oferta	81
2.6.3	Demanda	81
2.7	Publicidad y propaganda	82
2.7.1	Concepto	82

2.8	El Estaño	82
2.8.1	Propiedades	83
2.8.2	Exposición a compuestos de estaño	83
2.8.4	Volumen de estaño	86
2.9	Estudio de mercado	87
2.9.1	Concepto	87
2.10	Proyecto	87
2.10.1	Concepto	87
2.10.2	Clasificación	89
2.10.3	Ciclo de desarrollo del proyecto	89
2.10.4	Tamaño del proyecto	89
2.10.5	Localización	91
2.10.6	Ingeniería del proyecto	92
2.10.7	Análisis financiero	92
2.11	Estados financieros	95
2.11.1	Balance de pérdidas y ganancias	95
2.11.2	Balance general	95
2.11.3	Estado de flujo de efectivo	96

### **CAPÍTULO III**

3.	ESTUDIO DE MERCADO	97
3.1	Presentación	97
3.2	Objetivos del estudio de mercado	98
3.3	Identificación del producto a ofertar	98
3.4	Mercado meta	99
3.5	Segmento del mercado	99
3.6	Identificación de la demanda	100
3.6.1	Proyección de la demanda según crecimiento	100
3.6.2	Demanda actual	101
3.7	Proyección de la demanda	102
3.8	Proyección de la oferta	103

3.9	Estimación de la demanda insatisfecha	104
3.10	Análisis de precios	104
3.11	Análisis de la competencia	105
3.12	Análisis de comercialización	105
3.12.1	Comercialización de nuestro producto	106

## **CAPÍTULO IV**

4.	ESTUDIO TÉCNICO	108
4.1	Localización del proyecto	108
4.1.1	Macro localización	108
4.1.2	Micro localización	109
4.2	Tamaño del proyecto	110
4.3	Ingeniería del proyecto	111
4.3.1	Diseño de instalaciones físicas	112
4.3.2	Diagrama de proceso	114
4.4	Proceso de comercialización	114
4.5	Presupuesto técnico	116
4.5.1.	Inversiones fijas	116
4.5.2.	Activo diferido	119
4.5.3.	Capital de trabajo	119

## **CAPÍTULO V**

5.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	123
5.1	Presupuesto de inversión	123
5.1.1	Amortización de la deuda	124
5.2	Costos y gastos	125
5.2.1	Egresos	126
5.3	Proyección de ventas	132
5.3.1	Proyección de unidad productiva	132

5.3.2	Proyección de precios	132
5.3.3	Proyección de ingresos por ventas	133
5.4	Balance general inicial	135
5.5	Balance de resultados	135
5.6	Flujo de caja	136
5.7	Evaluación financiera	138
5.7.1	Tasa de descuento	138
5.7.2	Valor actual neto (VAN)	138
5.7.3	Tasa interna de retorno (TIR)	139
5.8	Relación beneficio-costo	141
5.9	Periodo de recuperación de capital	142
5.10	Punto de equilibrio	144

## **CAPÍTULO VI**

6.	<b>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL</b>	147
6.1	Nombre o razón social	147
6.2	Logotipo	147
6.3	Importancia	147
6.4	Beneficiarios	148
6.5	Visión	149
6.6	Misión	149
6.7	Base legal	149
6.8	Objetivos	153
6.9	Políticas	154
6.10	Valores	154
6.11	Organigrama	155
6.12	Orgánico funcional	156

## CAPÍTULO VII

7.	ANÁLISIS DE IMPACTOS	160
7.1	Impacto social	161
7.2	Impacto económico	163
7.3	Impacto ambiental	164
	CONCLUSIONES	166
	RECOMENDACIONES	167
	BIBLIOGRAFÍA	168
	ANEXOS	169

## ÍNDICE DE CUADROS

TITULO DEL CUADRO	PÁG.
DISTRIBUCIÓN PARROQUIAL DEL CANTÓN IBARRA	32
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN	33
MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA	35
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	36
NÚMERO DE ENCUESTAS CADA SEGMENTO	37
ADQUISICIÓN DE ARTESANÍAS	38
PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR	39
OPORTUNA CANTIDAD DE PRODUCTO	40
PROCEDENCIA DE LAS ARTESANÍAS	41
CARACTERÍSTICAS DEL PROVEEDOR	42
CANTIDAD MENSUAL QUE ADQUIERE	43
PRECIO PROMEDIO SEGÚN TAMAÑO	44
FRECUENCIA DE COMPRA DE ARTESANÍAS	45
FORMA DE PAGO	46
INCREMENTO DE CONSUMO	47
FORMA QUE ADQUIERE LA ARTESANÍA	48
NIVEL DE ORGANIZACIÓN	49
ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA	50
PROCEDENCIA DEL ESTAÑO	51
FORMA DE PAGO	52
CANTIDAD QUE COMPRA	53
LUGAR DE ENTREGA	54
EXISTENCIA DE ESTAÑO	55
OBSTÁCULO POR LA DISTANCIA	56
CONOCIMIENTO DE ARTESANÍAS EN ESTAÑO	57
ALTERNATIVA DE COMPRA	58
CARACTERÍSTICAS DE ADQUISICIÓN	59
PRECIO DE ADQUISICIÓN	60

LUGAR DE ADQUISICIÓN	61
TIPO DE ARTESANÍAS	62
DECISIÓN DE COMPRA	63
FRECUENCIA DE COMPRA	64
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN	65
DEMANDA ACTUAL	100
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	100
PROYECCIÓN DE LA OFERTA	101
CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA	102
ADECUACIÓN DE LA PLANTA	103
HERRAMIENTAS Y MATERIALES	115
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	116
MUEBLES Y ENSERES	117
RESUMEN INVERSIÓN FIJA	117
ACTIVO DIFERIDO	118
CAPITAL DE TRABAJO	119
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	120
SUELDOS PERSONAL DE VENTAS	120
MANO DE OBRA DIRECTA	121
MATERIA PRIMA	121
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	122
TABLA DE AMORTIZACIÓN	123
CALCULO DE TASA DE CRECIMIENTO SALARIOS	124
COSTOS DE PRODUCCIÓN AÑO 1	125
PROYECCIÓN PRODUCCIÓN	126
PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS	126
PROYECCIÓN GASTO ARRIENDO	127
DEPRECIACIÓN	127
PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS	128
PROYECCIÓN GASTO PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	129
PROYECCIÓN GASTO FINANCIERO	129
RESUMEN GENERAL DE COSTOS Y GASTOS	130

UNIDAD PRODUCTIVA	131
PRECIO DE VENTA	132
PROYECCIÓN DE PRECIOS	132
PROYECCIÓN INGRESOS POR VENTA	133
BALANCE DE RESULTADOS PROYECTADO	135
FLUJO DE CAJA	136
CALCULO TASA DE REDESCUENTO	137
CÁLCULO DEL COSTO- BENEFICIO	141
PERIODO DE RECUPERACIÓN	142
COSTOS VARIABLES	143
COSTOS FIJOS	144
COSTOS TOTALES	144
MEDICIÓN DE IMPACTOS	159
IMPACTO SOCIAL	160
IMPACTO ECONÓMICO	162
IMPACTO AMBIENTAL	163

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	PÁG.
ADQUISICIÓN DE ARTESANÍAS	38
PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR	39
OPORTUNA CANTIDAD DE PRODUCTO	40
PROCEDENCIA DE LAS ARTESANÍAS	41
CARACTERÍSTICAS DEL PROVEEDOR	42
CANTIDAD MENSUAL QUE ADQUIERE	43
PRECIO PROMEDIO DE ARTESANÍAS SEGÚN TAMAÑO	44
FRECUENCIA DE COMPRA DE ARTESANÍAS	45
FORMA DE PAGO	46
INCREMENTO DE CONSUMO	47
FORMA QUE ADQUIERE LA ARTESANÍA	49
NIVEL DE ORGANIZACIÓN	50
ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA	51
PROCEDENCIA DEL ESTAÑO	52
FORMA DE PAGO	53
CANTIDAD QUE COMPRA	54
LUGAR DE ENTREGA	55
EXISTENCIA DE ESTAÑO	56
OBSTÁCULO POR LA DISTANCIA	56
CONOCIMIENTO DE ARTESANÍAS EN ESTAÑO	57
ALTERNATIVA DE COMPRA	58
CARACTERÍSTICAS DE ADQUISICIÓN	59
PRECIO DE ADQUISICIÓN	60
LUGAR DE ADQUISICIÓN	61
TIPO DE ARTESANÍAS	62
DECISIÓN DE COMPRA	63
FRECUENCIA DE COMPRA	64

## **INTRODUCCIÓN**

Con el propósito de dar a conocer el procedimiento metodológico seguido para realizar el presente trabajo de investigación, a continuación se transcriben partes fundamentales del proyecto o plan de investigación aprobado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte.

### **ANTECEDENTES.**

Ecuador, gracias a los diferentes climas y regiones que posee ofrece a la sociedad, diferentes productos y servicios tanto en el campo de la agricultura, ganadería, turismo y el aprovechamiento del recurso hídrico existentes en sus ríos y lagunas.

La agricultura es una de las actividades que por historia y costumbre la mayoría de los pueblos han tenido como fuente principal del sustento diario de vida, esta actividad en la actualidad ha venido a decaer por varias circunstancias, como principales, los efectos del cambio climático y el poco o ningún acceso a nuevas tecnologías agrícolas lo que hace menos productivos los terrenos; como consecuencias de esto tenemos la falta de empleo y los bajos niveles remunerativos lo que provoca la migración de personas de las zonas rurales hacia las grandes ciudades en busca de mejorar sus ingresos para el desarrollo económico y social de sus familias.

La provincia de Imbabura es nacional e internacionalmente reconocida por sus lugares turísticos en donde a más de encontrar una diversidad de hermosos parajes, el turista termina impresionado con la habilidad que posee los artesanos de esta noble tierra. Pues Ibarra y en especial su parroquia de San Antonio de Ibarra, son una inmensa mina de artesanías y grandes artesanos, hijos pródigos de esta tierra que les entrego habilidades natas de donde salen impresionantes y hermosas obras de

arte. La principal materia prima para su trabajo es la madera, no obstante la iniciativa de esta investigación es dar una fuente de originalidad a estas obras de arte, adhiriendo un elemento económico, moldeable, blando, maleable, resistente y sobre todo de fácil obtención como es el estaño. La actividad básica de obtención de este metal, consiste en la recuperación y refinación de metales de diversos tipos de chatarra y desechos, tanto de origen industrial como entregados por personas particulares.

La ciudad de Ibarra y sus alrededores en especial San Antonio de Ibarra donde el 80 por ciento de sus 9743 habitantes se dedican a la actividad agrícola y artesanal, tradición que ha perdurado por más de 140 años, por ello un gran número de la población mira como una buena alternativa la comercialización nacional e internacional de sus productos, con la elaboración de esta investigación se potencializará la comercialización de un nuevo tipo de arte, por ello que en el desarrollo del presente trabajo ha sido escogido debido a la escases de fuentes de trabajo y adicionalmente para generar una cultura de reciclaje en nuestro país, de esta manera se activará la economía del sector y se incentivará la creatividad en la elaboración de artesanías en estaño con fines ecológicos.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL.**

Realizar el estudio de factibilidad de producción y comercialización de artesanías a base de estaño en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

### **ESPECÍFICOS.**

- Implantar fundamentos teóricos prácticos sobre la producción y comercialización de artesanías elaboradas a base de Estaño.

- Efectuar un análisis situacional y diagnóstico externo con el fin de caracterizar los antecedentes de la investigación a realizar, así como determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá la futura micro-empresa.
- Realizar un estudio de mercado para determinar variables como: mercado, oferta, demanda, precios, canales de comercialización y competencia con datos actuales y su proyección.
- Realizar el estudio técnico del proyecto, para determinar el tamaño, localización y la utilización óptima los recursos técnicos y productivos disponibles para obtener el producto deseado.
- Realizar el estudio económico financiero, para determinar la viabilidad y factibilidad económica del proyecto.
- Detectar técnicamente los impactos que causará el proyecto a nivel social, económico y ecológico.

## **JUSTIFICACIÓN.**

Uno de los motivos fundamentales en esta investigación es el crear una alternativa económica, generar plazas de trabajo, eliminar el empleo informal de las personas involucradas directamente en el proyecto, consecuentemente la presente investigación se justifica en la importancia del manejo de una forma tecnificada sobre la comercialización de artesanías elaboradas a base de estaño, material que se obtendrá de chatarra o desechos mecánicos, eléctricos, metálicos, etc.

Los beneficiarios directos de este estudio a realizarse serán las personas involucradas en el proyecto, en el cual se encuentran los artesanos y el

responsable del estudio. Se espera mediante este proyecto llegar a determinar la viabilidad o no del proyecto. Los beneficiarios indirectos serán los clientes finales puesto que tendrán a disposición una artesanía de calidad, única, original y que llevara consigo un mensaje de conservación y protección de la naturaleza, a través del reciclaje.

Resulta totalmente novedoso hablar de crear arte con basura, de crear conciencia a la humanidad sobre el daño ya causado e irreversible y sobre todo apalear el desempleo, pues todo recurso natural es aprovechado para dar vida a diferentes objetos y engalanar la tradición de nuestros ancestros, hoy en día de nuestros artesanos la creatividad y el aprovechamiento de materias naturales.

La utilización del Estaño en estado reciclable permitirá la fabricación de artesanías, incentivando el diseño, producción y comercialización con el propósito de que sus productos puedan ser más competitivos en diversos mercados, por medio de la capacitación, asesoría y asistencia técnica en diseño, procesos productivos y comercialización de productos artesanales a las comunidades o grupos de artesanos organizados, con el objetivo de generar nuevos productos, con innovaciones en diseño y en la forma de producción. Luego de diversas entrevistas con artesanos de la parroquia de San Antonio se concluyó que uno de los grandes objetivos que perseguirá este proyecto será el de promover el diseño y la tradición artesanal con valores estéticos, culturales y sobre todo de concienciación y conservación de la naturaleza.

El tema es original porque no existe otro similar en el sector, el mismo que genera un elevado interés en la población por la utilización del recurso humano necesario para la ejecución del proyecto, lo que provoca una expectativa en las personas que se dedican a esta actividad.

## **CAPITULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.**

#### **1.1. ANTECEDENTES.**

El color blanco de las fachadas de las casas le da un aire elegante y ceremonial a la ciudad de San Miguel de Ibarra. Desde el sector de Bellavista, al sur de la urbe, se divisa nítidamente a la capital de Imbabura, que mantiene el color de la cal que alejó a la peste que amenazaba al poblado, durante sus primeros años de vida.

La Ciudad Blanca tiene historia, belleza y encanto. No es una maldición, pero el que la visita por primera vez, se enamora de ella para siempre. Así lo dice la tradición popular. La urbe fue levantada a partir de 1872, cuatro años después del violento terremoto que destruyó la villa colonial, se muestra hoy moderna.

La ciudad de Ibarra creció recostada en la parte norte del Imbabura, la montaña sagrada que adorna el paisaje. El diseño cuadriculado de la ciudad, cortada por avenidas rectas y espaciosas, crean un ambiente especial. La magia se siente con fuerza en el Centro Histórico, donde las casas de paredes anchas y grandes portones siguen firmes.

La ciudad se encuentra situada al Norte del Ecuador, tiene altitud de 2225 metros sobre el nivel del mar, posee un clima templado seco y su temperatura promedio es de 18 grados centígrados, su idioma es el español y el Quechua.

Pueblo eminentemente artesanal es la comunidad de Yahuarcocha sello turístico de la capital imbabureña la tradición la elaboración del tejido de

esteras, Ibarra es uno de los centros de acopio más grandes de Imbabura que distribuye esteras de diferentes tamaños para todo el país.

En San Antonio de Ibarra trabaja la quinta generación de artesanos, el olor a madera perfuma la parroquia de San Antonio, ubicada al sur de la capital de Imbabura. El aroma escapa de los cientos de talleres dispuestos en las calles inclinadas del pequeño poblado.

En la parroquia de San Antonio de Ibarra el 80 por ciento de sus más de diez mil habitantes vive de trabajar de las artesanías. Ellos son talladores y escultores que, con la ayuda de gubias y formones, arrancan los rizos rubios del noble material. Las ventanas de las casas son vitrinas que compiten con los almacenes abarrotados de artesanías, muebles y esculturas. Este es el reflejo de una tradición de 140 años. El gusto por moldear la madera, la piedra y otros recursos naturales llegó al poblado de la mano de Daniel Reyes.

Geográficamente el cantón Ibarra, cabecera cantonal y capital de la provincia, se encuentra, entre las coordenadas 00° 20' 00" y 78°06'00", ubicada a 2.228 metros sobre el nivel del mar; está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, capital de la República a 126 Km, a 135 Km. de la frontera con Colombia, y a 185 Km. de San Lorenzo, en el Océano Pacífico. Con una superficie total de 1.162,22 km<sup>2</sup> tiene una densidad poblacional de 131.87 hab/km<sup>2</sup> en el cantón, y 39.91 hab/Km<sup>2</sup> en el área rural. La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41.68 km<sup>2</sup>, la zona rural incluido la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1.120.53 km<sup>2</sup>.

Está constituido por cinco parroquias urbanas y siete rurales: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa de Priorato y siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas y San Antonio.

**CUADRO N°1  
DISTRIBUCIÓN PARROQUIAL DEL CANTÓN IBARRA**

PARROQUIA	NOMBRE	Km2
URBANAS	San Francisco	10.29
	La Dolorosa del Priorato	9.47
	Caranqui	6.53
	El Sagrario	10.68
	Alpachaca	4.71
	Total	41.68
RURALES	Angochagua	123.93
	La Esperanza	32.69
	San Antonio	29.07
	Ambuquí	139.94
	Ibarra	237.27
	Salinas	39.67
	La Carolina	308.50
	Lita	209.46
	Total	1.120.53

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Estratégico Institucional 2010 -2014, IMI

Según el VI censo nacional de población realizado en el 2001, la población total del cantón alcanza a 153.256 habitantes, de los cuáles 116.523 habitan en la cabecera cantonal y 36.733 en las parroquias rurales, que corresponde al 76.03% y 23.97% respectivamente. El 51,41% corresponde a mujeres y 48.59% a hombres.

Para el año 2010 la población del Cantón Ibarra se estima estará en los 189056 habitantes de acuerdo a la tasa de crecimiento que tiene el cantón que es de 2.36%, según la Agenda 21 del año 2005 elaborada por el Gobierno Provincial de Imbabura, de los cuales 143739 habitantes están en la cabecera cantonal y 45317 habitantes están ubicados en las zonas rurales y las periferias de la zona urbana del cantón.

**CUADRO N°2**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN**

<b>DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR SEXO, SEGÚN PARROQUIAS</b>						
<b>PARROQUIAS</b>	<b>PROYECCIÓN 2010</b>		<b>HOMBRES</b>		<b>MUJERES</b>	
TOTALES	189056	100,00%	91862	48,59%	97194	51,41%
CABECERA CANTONAL	143739	76,03%	69176	36,59%	74507	39,41%
URBANO	133889	70,82%	64336	34,03%	69497	36,76%
PERIFERIA	9850	5,21%	4840	2,56%	5010	2,65%
PARROQUIAS RURALES	45317	23,97%	22687	12,00%	22630	11,97%
AMBUQUÍ	6560	3,47%	3327	1,76%	3233	1,71%
ANGOCHAGUA	4651	2,46%	2174	1,15%	2477	1,31%
CAROLINA	3535	1,87%	1853	0,98%	1683	0,89%
LA ESPERANZA	8243	4,36%	4103	2,17%	4140	2,19%
LITA	2968	1,57%	1607	0,85%	1361	0,72%
SALINAS	2099	1,11%	1097	0,58%	1002	0,53%
SAN ANTONIO	17261	9,13%	8526	4,51%	8734	4,62%

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Estratégico Institucional 2010- 2014, IMI

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1. GENERAL.**

Realizar un diagnóstico de la producción de artesanías en el cantón Ibarra y su comercialización

### **1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a. Definir los antecedentes del cantón Ibarra.
- b. Analizar el espacio geográfico del área de investigación.

- c. Determinar los aspectos demográficos de Ibarra y sus comunidades.
- d. Analizar la situación económica de la zona donde se ejecutará el proyecto de investigación.

### **1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS E INDICADORES.**

Se han identificado las siguientes variables que serán motivo de estudio y de un análisis minucioso:

- Antecedentes del cantón Ibarra
- Espacio geográfico
- Demografía del cantón Ibarra
- Situación económica

### **1.4. INDICADORES**

- Reseña histórica
- Ubicación territorial
- Población
- Actividades económicas

## 1.5. MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA

**CUADRO N° 3**  
**MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

<b>OBJETIVO</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>	<b>FUENTES</b>
1. Definir los antecedentes del cantón Ibarra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Antecedentes del cantón</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reseña histórica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documentos bibliográficos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> </ul>
2. Analizar el espacio geográfico del área de investigación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacio geográfico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación territorial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documentos bibliográficos</li> <li>• Observación directa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> </ul>
3. Determinar los aspectos demográficos de Ibarra y sus comunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demografía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> <li>• Observación directa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> </ul>
4. Analizar la situación económica de la zona donde se ejecutará el proyecto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Situación económica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis financiero</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> <li>• Observación directa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> </ul>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Varias

## 1.6. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.

Para la realización de la presente investigación se identificó como universo a toda la población del cantón Ibarra en un número de 189056 habitantes, estimada para el año 2010 de acuerdo a la proyección siguiente:

$$P_f = P_o (1+i)^{n-1}$$

$$P_f = 153256(1+0.0236)^{10-1}$$

$$P_f = 189056$$

Proyección que es tomada como base el VI censo poblacional 2001 realizado por el INEC en donde el cantón alcanzó una población de 153256 habitantes y una tasa de crecimiento identificada para el cantón de 2,36 % de acuerdo a la agenda N° 21 de la provincia de Imbabura del año 2005.

Este resultado es dividido para 4 (dato otorgado por el INEC) para obtener el número aproximado de familias existentes en la ciudad. Dándonos un resultado de 40225 aproximado que será nuestra población total a investigar.

**CUADRO N°4**  
**IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.**

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>POBLACIÓN</b>
Comerciantes de artesanías	288
Artesanos – Productores	320
Familias de la ciudad de Ibarra	40225

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Varias

## 1.7. CÁLCULO DE LA MUESTRA.

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

**n** = Tamaño de la muestra      ?  
**N** = Universo      **40225**  
**Z** = Nivel de confianza      **1,96**  
**d** = Varianza **0,25**  
**e** = Nivel de error      **0,03**

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)^2 (40225)}{(0,03)^2 (40225 - 1) + (1,96)^2 (0,25)^2}$$

$$n = \frac{9658,02}{36,20 + 0,24}$$

$$n = 265$$

### CUADRO N°5

#### NÚMERO DE ENCUESTAS PARA CADA SEGMENTO

	POBLACIÓN	N° ENCUESTAS A APLICAR
<b>Comerciantes de Artesanías</b>	288	168
<b>Artesanos – Productores</b>	320	186
<b>Población Económicamente Activa (familias)</b>	40225	265

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Varias

## 1.8. RESULTADOS DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

### 1.8.1. ENCUESTA APLICADA A COMERCIANTES (Anexo 1)

1. ¿Para su actividad económica adquiere artesanías a base de estaño?

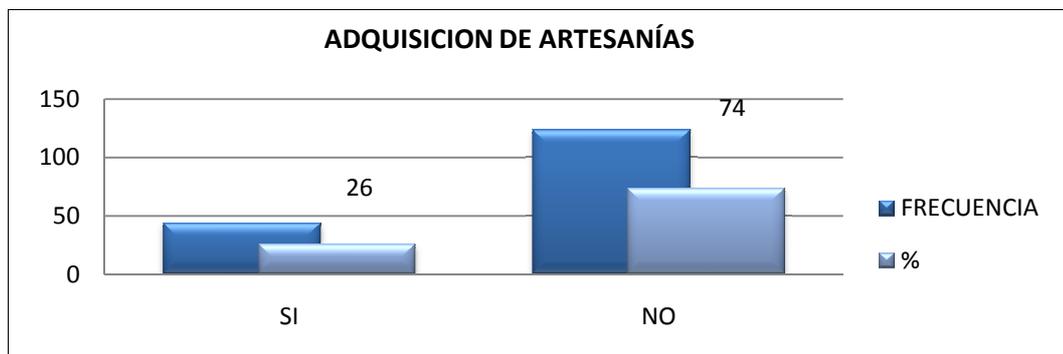
**CUADRO N°6**  
**ADQUISICIÓN DE ARTESANÍAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	44	26
NO	124	74
TOTAL	168	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Comerciantes artesanales del cantón

**GRÁFICO N°1**



### ANÁLISIS.

Del análisis del cuadro y gráfico anteriores se determina, la afirmación que entregan los comerciantes que en su gran mayoría no adquieren artesanía elaboradas a base de estaño, mientras que una minoría de los encuestados afirma que si adquiere o lo hizo alguna vez.

## 2. ¿Qué tipo de material prefiere el consumidor final?

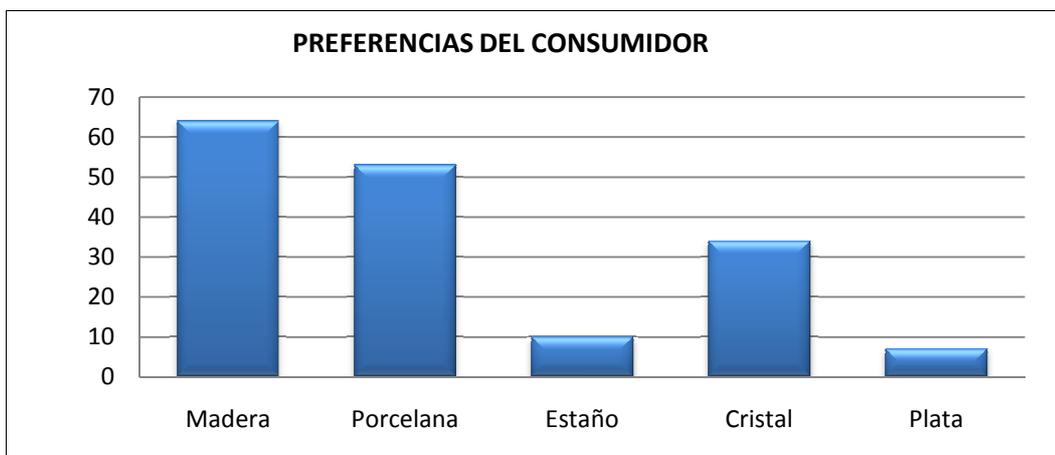
**CUADRO N°7**  
**PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Madera	64	38
Porcelana	53	32
Estaño	10	6
Cristal	34	20
Plata	7	4
TOTAL	168	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Comerciantes artesanales del cantón

**GRÁFICO N°2**



### **ANÁLISIS.**

Según el cuadro y gráfico se determina que un gran porcentaje de los encuestados dicen que la madera y porcelana son de mayor preferencia por parte de los consumidores. Mientras que en menor porcentaje encontramos a la plata, el estaño y cristal.

**3. ¿Es abastecido oportunamente con la cantidad de artesanía necesaria para cumplir en su negocio?**

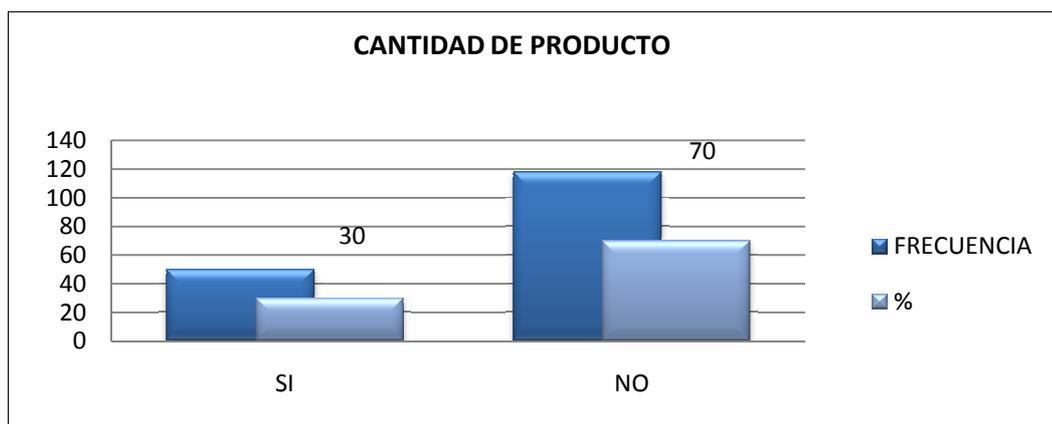
**CUADRO N°8**  
**SATISFACCIÓN OPORTUNA CON LA CANTIDAD**  
**DE PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	50	30
NO	118	70
TOTAL	168	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Comerciantes artesanales del cantón

**GRÁFICO N°3**



**ANÁLISIS.**

Del cuadro y el gráfico se deduce que existe una mayoría de encuestados lo cuales manifiestan que los proveedores no abastecen oportunamente con la cantidad necesaria de productos, lo que provoca un alto nivel de insatisfacción del comerciante ya que además no puede satisfacer la necesidad del consumidor. Se considera que un mínimo porcentaje si es atendido oportunamente con la cantidad que necesita para el desarrollo normal de su actividad.

**4. ¿Las piezas artesanales que usted utiliza en su actividad económica la producen a nivel?**

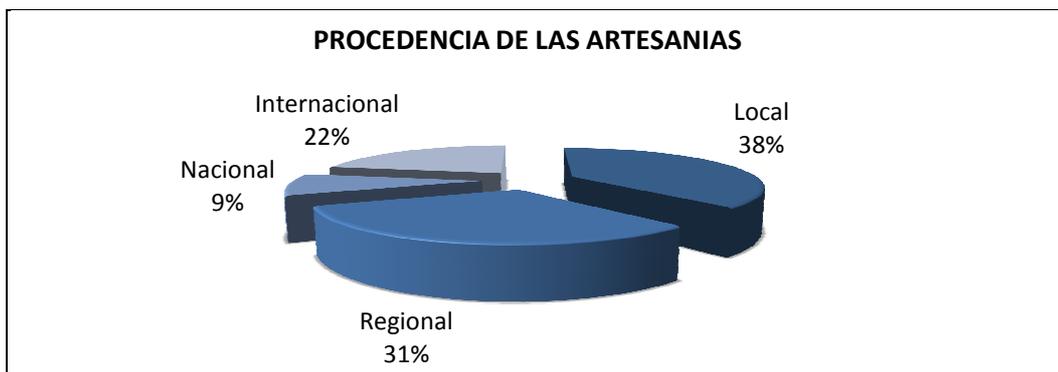
**CUADRO N°9  
PROCEDENCIA DE LAS ARTESANÍAS**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Local	64	38
Regional	52	31
Nacional	15	9
Internacional	37	22
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>100</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Comerciantes artesanales del cantón

**GRÁFICO N° 4**



**ANÁLISIS.**

El cuadro y el gráfico indica clara y definitivamente que la región imbabureña es un gran mercado artesanal, no obstante existe una gran cantidad de mercadería que llega del vecino país de Colombia por sus grandes ferias, como manifestaron los encuestados la feria artesanal de Popayán en el mes de noviembre de cada año.

## 5. ¿La persona a quién compra las artesanías es?

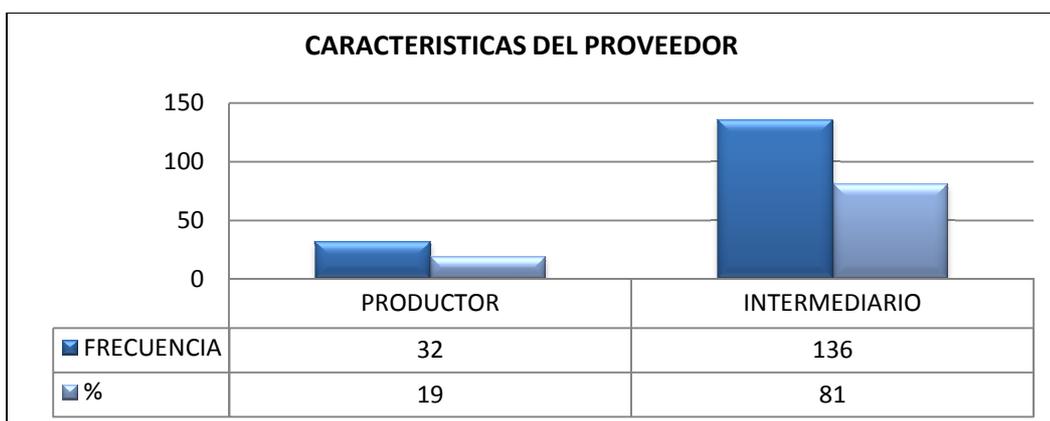
**CUADRO N° 10**  
**CARACTERÍSTICAS DEL PROVEEDOR**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
PRODUCTOR	32	19
INTERMEDIARIO	136	81
TOTAL	168	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Comerciantes artesanales del cantón

**GRÁFICO N° 5**



### **ANÁLISIS.**

Observando el cuadro y gráfico se afirma que la gran mayoría de los encuestados adquiere sus productos a intermediarios. Esto es debido a la distancia existente entre el comerciante y el productor lo que provoca un incremento en el costo. Un mínimo de comerciantes lo adquiere directamente del productor. Este porcentaje lo constituyen personas que al mismo tiempo son proveedores y tienen sus locales comerciales.

**6. ¿Qué variedad de tamaño y cantidad de mercadería en artesanías usted adquiere?**

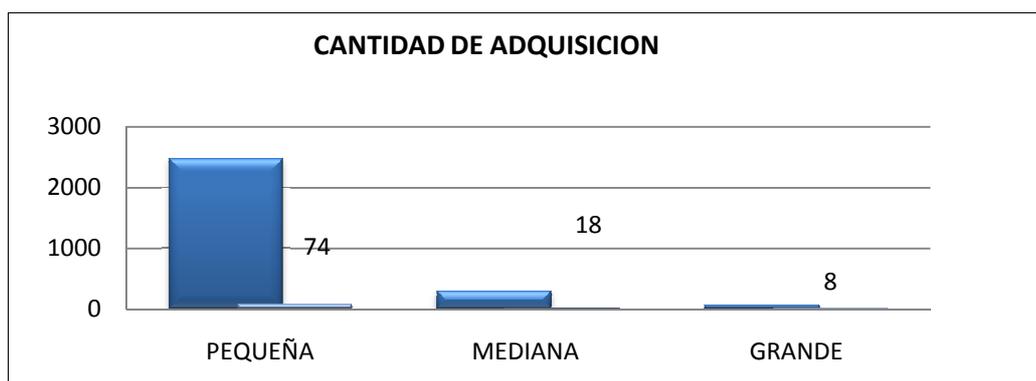
**CUADRO N°11  
CANTIDAD MENSUAL QUE ADQUIERE**

ALTERNATIVA	CANTIDAD (piezas)	%
PEQUEÑA	2480	74
MEDIANA	300	18
GRANDE	65	8
TOTAL	2845	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Comerciantes artesanales del cantón

**GRÁFICO N°6**



**ANÁLISIS.**

Del cuadro y gráfico se determina que la mayor demanda está en pequeñas cantidades con mayor rotación, convirtiéndose este en un gran antecedente para el presente proyecto, sin descuidar que las grandes cadenas adquieren mayor cantidad de producto una o dos veces al año.

## 7. ¿A qué precio adquiere sus artesanías?

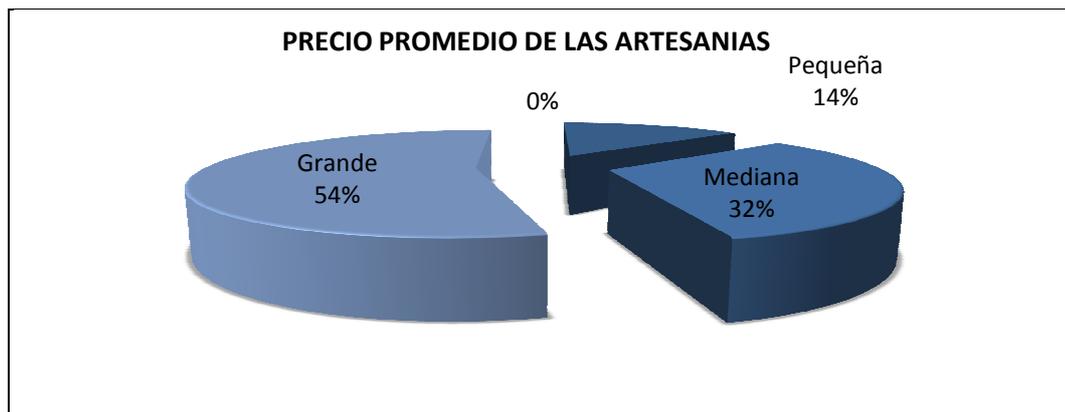
**CUADRO N° 12**  
**PRECIO PROMEDIO DE ARTESANÍAS SEGÚN TAMAÑO.**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>PROMEDIO (cada pieza)</b>
PEQUEÑA	4,27
MEDIANA	10,90
GRANDE	17.15

Elaborado por: El Autor

Fuente: Comerciantes artesanales del cantón

**GRÁFICO N° 7**



### **ANÁLISIS.**

Del cuadro y del gráfico anterior se deduce que el precio promedio de una pieza artesanal en promedio esta en \$4.27 en la categoría pequeño. El precio promedio entre las categorías medianas es de \$ 10.9, grandes están en un promedio de \$17.15, Debe tomarse en cuenta que debido a la gran cantidad de pesos y tamaños en piezas artesanales se estableció tres tamaños para nuestro estudio.

## 8. ¿Con qué frecuencia compra artesanías?

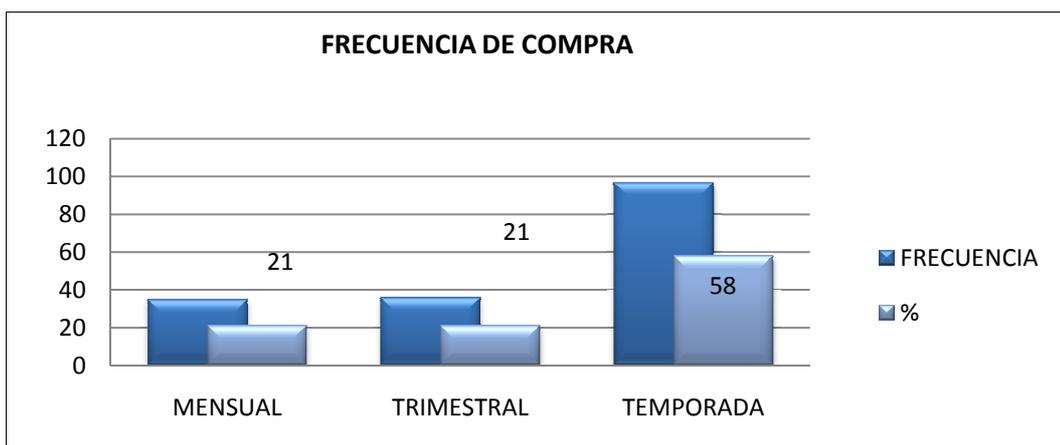
**CUADRO N° 13**  
**FRECUENCIA DE COMPRA DE ARTESANÍAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
MENSUAL	35	21
TRIMESTRAL	36	21
TEMPORADA	97	58
TOTAL	168	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Comerciantes artesanales del cantón

**GRÁFICO N° 8**



### **ANÁLISIS.**

De los datos de esta pregunta de la encuesta se puede afirmar que existe una rotación de mercadería mensual y trimestral, pero la mayoría lo realiza de acuerdo a la temporada, a través de la investigación se observa que es una temporada alta un sinnúmero de fiestas religiosas que se dan en toda nuestra región todo el año.

## 9. ¿Qué forma de pago utiliza?

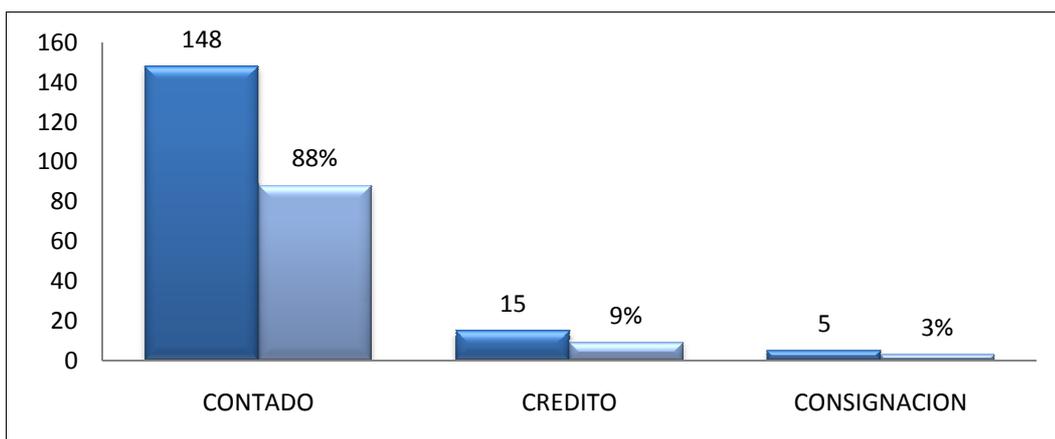
**CUADRO N° 14**  
**FORMA DE PAGO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
CONTADO	148	88
CRÉDITO	15	9
CONSIGNACIÓN	5	3
TOTAL	168	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Comerciantes artesanales del cantón

**GRÁFICO N° 9**



### **ANÁLISIS.**

Del análisis de los cuadros y gráficos anteriores se determina que la forma de pago que se utiliza en esta actividad en mayor número de encuestados adquiere las artesanías a contado, mientras que un mínimo cancela el producto a crédito, además existe un bajo porcentaje de clientes que aceptaron la condición de recibir mercadería bajo consignación.

**10. ¿Cree que se ha incrementado la adquisición de artesanías en los últimos años?**

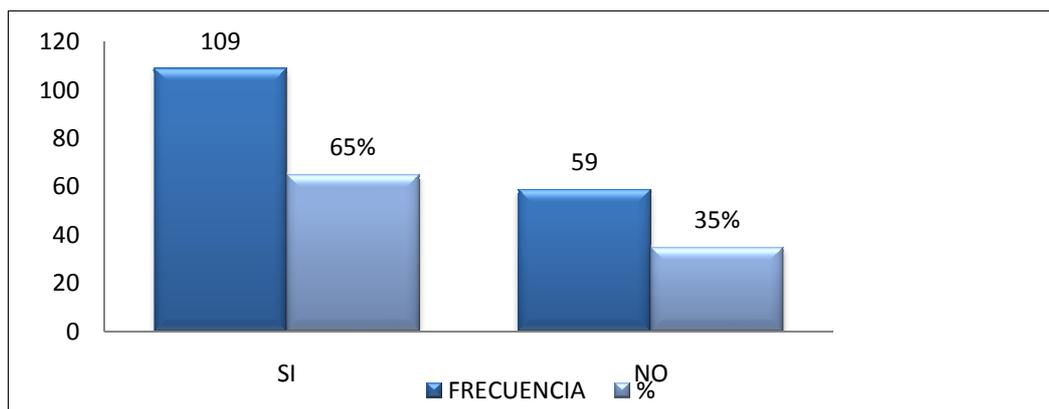
**CUADRO N°15  
INCREMENTO DE CONSUMO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	109	65
NO	59	35
TOTAL	168	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Comerciantes artesanales del cantón

**GRÁFICO N°10**



**ANÁLISIS.**

Mediante el análisis de los cuadros y gráficos de esta pregunta se determina que la gran mayoría de los encuestados considera que la adquisición de artesanías si se ha incrementado conforme pasa el tiempo, estableciendo un indicador como es el turismo. Sin embargo existe una considerable cantidad de encuestados que considera que la adquisición de artesanías permanece estable y que no ha tenido incremento.

11. ¿Qué mes del año considera usted que existe mayor demanda de artesanías?

**CUADRO N° 16**

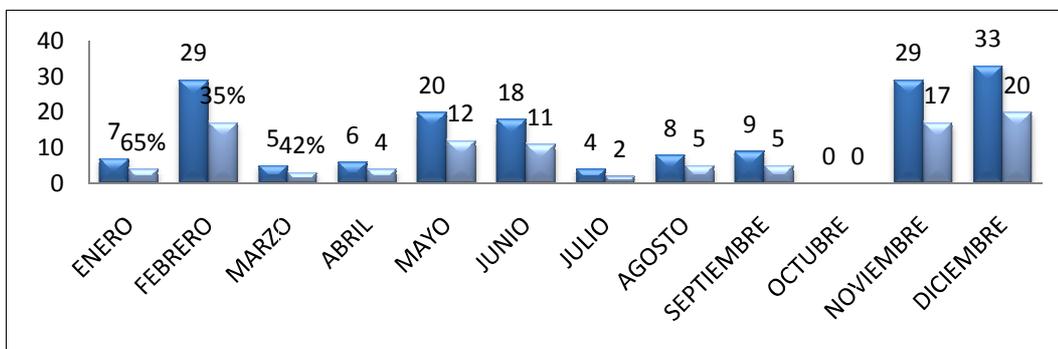
**MES MAYOR DEMANDA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
ENERO	7	4
FEBRERO	29	17
MARZO	5	3
ABRIL	6	4
MAYO	20	12
JUNIO	18	11
JULIO	4	2
AGOSTO	8	5
SEPTIEMBRE	9	5
OCTUBRE	0	0
NOVIEMBRE	29	17
DICIEMBRE	33	20
TOTAL	168	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Comerciantes artesanales del cantón

**GRÁFICO N° 11**



**ANÁLISIS.**

En el cuadro y gráfico se observa que los meses de mayor demanda son: febrero, mayo, junio, septiembre, noviembre y diciembre que corresponde a los meses de vacaciones, feriado de Navidad, Año Nuevo, San Valentín y Día de la Madre y fiestas locales respectivamente.

## 12. ¿La artesanía que adquiere es?

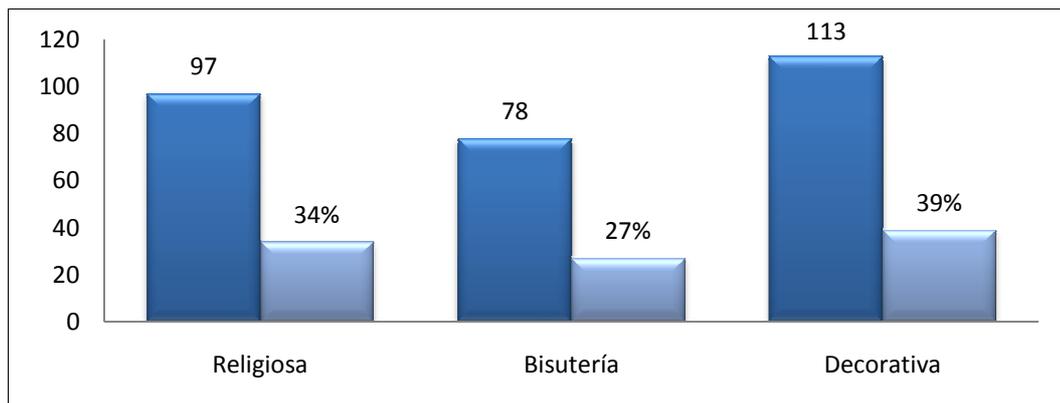
**CUADRO N° 17**  
**FORMA QUE ADQUIERE LA ARTESANÍA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Religiosa	57	34
Bisutería	45	27
Decorativa	66	39
	168	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Comerciantes artesanales del cantón

**GRÁFICO N° 12**



### **ANÁLISIS.**

Del cuadro y gráfico objeto de análisis se observa fácilmente que el mercado está abastecido por tres grandes formas de artesanías, se debe mencionar que de acuerdo a un sinnúmero de fiestas religiosas en la localidad y sus alrededores, existe gran demanda de artículos religiosos para estas épocas.

**13. ¿Actualmente usted pertenece a alguna asociación?**

**CUADRO N° 18  
NIVEL DE ORGANIZACIÓN**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SI	165	99
NO	3	1
TOTAL	168	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Comerciantes artesanales del cantón

**GRÁFICO N° 13**



**ANÁLISIS.**

Del análisis del cuadro y del gráfico se deduce que prácticamente la totalidad de los encuestados está afiliado o mantiene algún beneficio directo con la Cámara de Comercio de la ciudad y apenas tres comerciantes no lo están debidos a que han iniciado recientemente su actividad.

## 1.8.2. ENCUESTA APLICADA A ARTESANOS EN MADERA DE LA CIUDAD DE IBARRA (Anexo 3)

### 1. ¿Adquiere estaño como materia prima para su actividad?

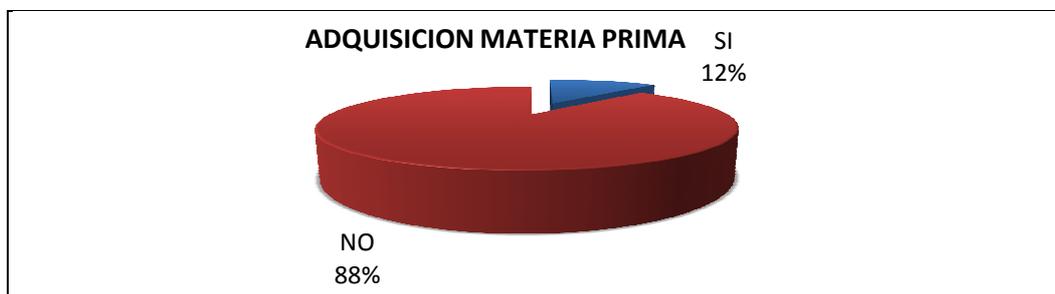
**CUADRO N°19**  
**ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	22	12
NO	164	88
TOTAL	186	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Artesanos en madera del cantón

**GRÁFICO N°14**



### **ANÁLISIS.**

Del análisis del cuadro y del gráfico se deduce que un mínimo de los artesanos adquiere estaño para las actividades complementarias en sus labores, mientras que la mayoría prefiere adquirir madera o porcelana para realizar sus obras de arte.

## 2. ¿Dónde adquiere la materia prima?

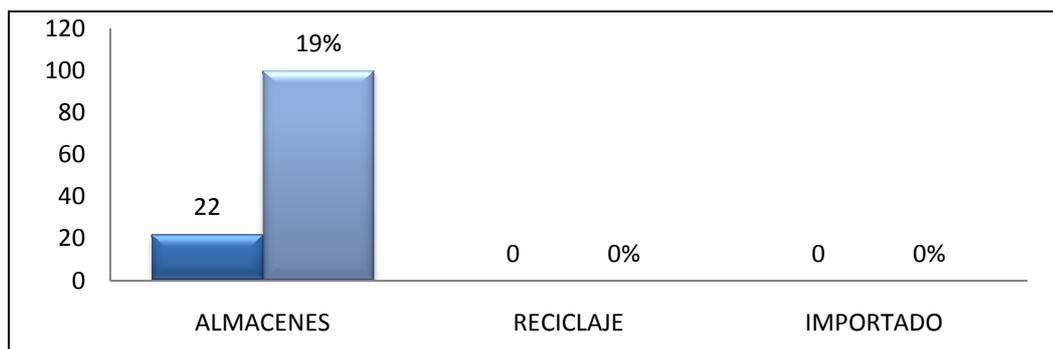
**CUADRO N° 20**  
**PROCEDENCIA DEL ESTAÑO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
ALMACENES	22	100
RECICLAJE	0	0
IMPORTADO	0	0
TOTAL	22	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Artesanos en madera del cantón

**GRÁFICO N° 15**



### ANÁLISIS

El estaño es comercializado en almacenes de la capital y ferreterías de la ciudad de Ibarra, de los encuestados que utilizan este tipo de material para sus obras o como complemento artesanal, responde que lo adquiere de esta manera, existiendo desconocimiento de su obtención por medio del reciclaje u otra forma.

### 3. ¿Cómo cancela su compra?

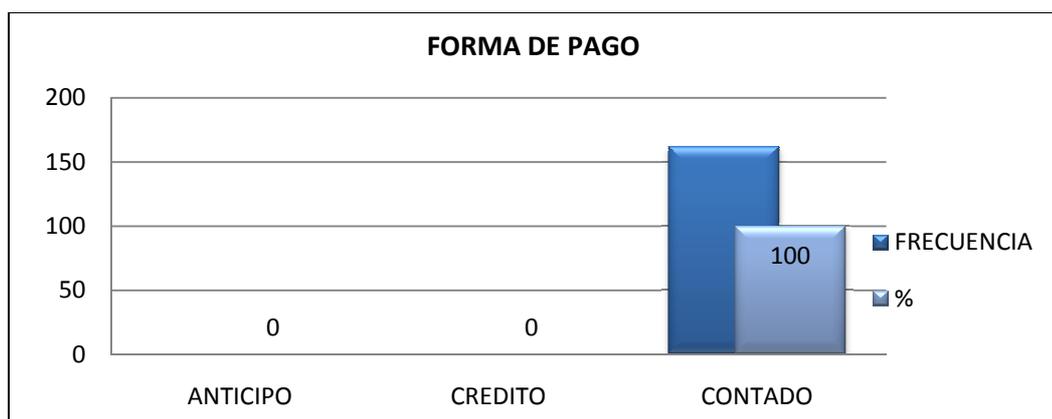
**CUADRO N° 21**  
**FORMA DE PAGO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
ANTICIPO	0	0
CRÉDITO	0	0
CONTADO	22	100
TOTAL	22	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Artesanos en madera del cantón

**GRÁFICO N° 16**



### **ANÁLISIS.**

La totalidad de los encuestados responde que la compra se lo realiza de contado directamente en almacenes más cercanos en la ciudad, o existe la posibilidad de adquirirlo en la ciudad capital, en mayores cantidades. Debido a que actualmente ya no realizan artesanías bajo este material.

#### 4. ¿Qué cantidad compra de estaño mensualmente?

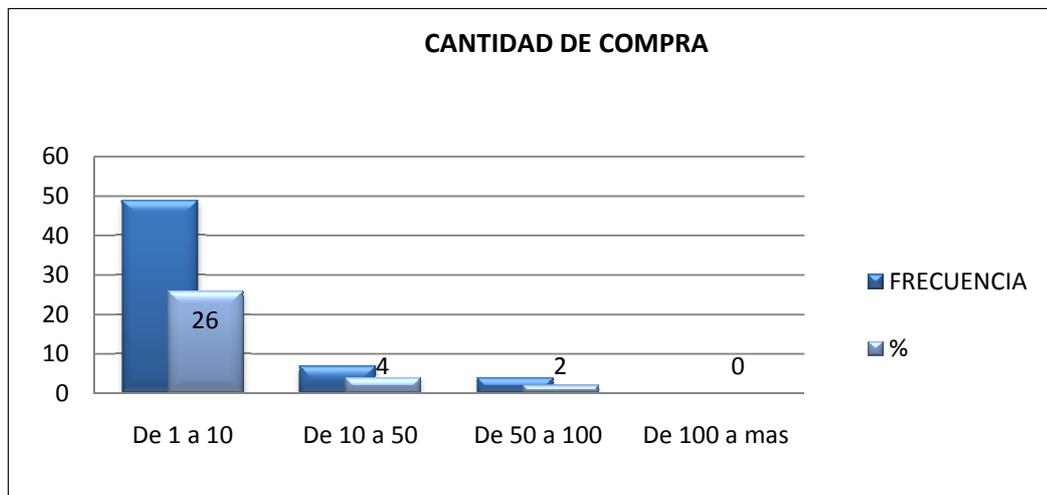
**CUADRO N° 22**  
**CANTIDAD QUE COMPRA**

CANTIDAD (KG)	FRECUENCIA	%
De 1 a 10	20	96
De 10 a 50	2	4
De 50 a 100	4	0
De 100 a mas	0	0
TOTAL	22	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Artesanos en madera del cantón

**GRÁFICO N° 17**



#### **ANÁLISIS.**

La información contenida en el cuadro y en el gráfico indica que los artesanos que trabajan con estaño compran hasta 10Kg la mayor parte, los demás lo adquieren de acuerdo a pedidos puntuales.

5. ¿En qué lugares entrega las artesanías que usted elabora, a nivel?

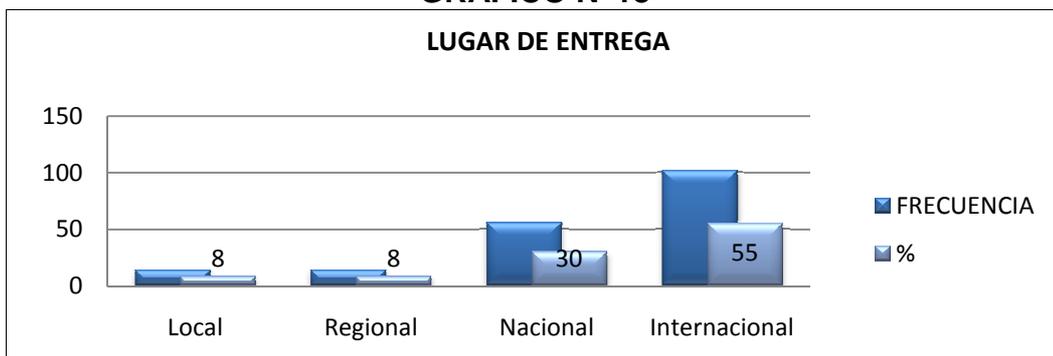
**CUADRO N° 23**  
**LUGAR DE ENTREGA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	
	A	%
Local	14	8
Regional	14	8
Nacional	56	30
Internacional	102	55
TOTAL	186	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Artesanos en madera del cantón

**GRÁFICO N° 18**



**ANÁLISIS.**

De los datos de la pregunta se puede afirmar que la mitad de los encuestados comercializan sus productos localmente, no obstante existe un gran porcentaje de mercadería que es exportada, esto debido a la cercanía con Colombia, país artesanal, innovador y muy religioso.

## 6. ¿Encuentra estaño en las cantidades necesarias?

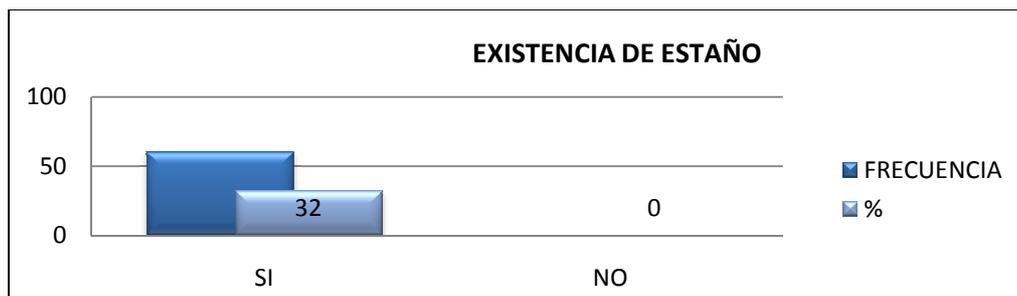
**CUADRO N° 24**  
**EXISTENCIA DE ESTAÑO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	22	100
NO	0	0
TOTAL	22	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Artesanos en madera del cantón

**GRÁFICO N° 19**



### **ANÁLISIS.**

Los encuestados contestan que si encuentran fácilmente el estaño en ferreterías o en dos almacenes de la capital como son: Tabsa y Acero Comercial siendo estas las importadoras más grandes de estaño en el Ecuador.

**7. ¿La distancia es un obstáculo para la adquisición de la materia prima?**

**CUADRO N°25**  
**OBSTÁCULO POR LA DISTANCIA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	55	92
NO	5	8
TOTAL	60	100

Elaborado por: El Autor

Fuente: Artesanos en madera del cantón

**GRÁFICO N°20**



**ANÁLISIS.**

Los encuestados en su mayoría indican que la distancia no es considerada como un obstáculo para la adquisición del estaño, debido a que se lo obtiene en los almacenes cercanos a su lugar de trabajo, mientras que un mínimo de encuestados responde que se dificulta muchas veces realizar un pedido a la ciudad capital, debido a que se incurre en un gasto adicional.

### 1.8.3. ENCUESTA APLICADA A CONSUMIDORES (Anexo 4)

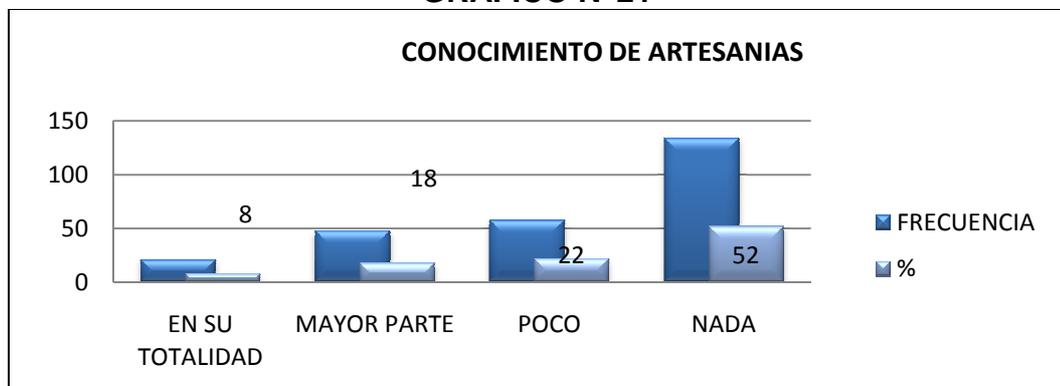
1. ¿Conoce usted algún tipo de artesanía elaborada a base de estaño?

**CUADRO N°26**  
**CONOCIMIENTO DE ARTESANÍAS EN ESTAÑO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
EN SU TOTALIDAD	21	8
MAYOR PARTE	48	18
POCO	58	22
NADA	134	52
TOTAL	265	100

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Consumidores de artesanías

**GRÁFICO N°21**



### ANÁLISIS.

Se puede determinar que un mínimo de los encuestados conocen en la existencia de estaño como material artesanal, y la mayoría nada, es decir existe desconocimiento total de la utilización del estaño como material reemplazable a los tradicionales existentes en el mercado.

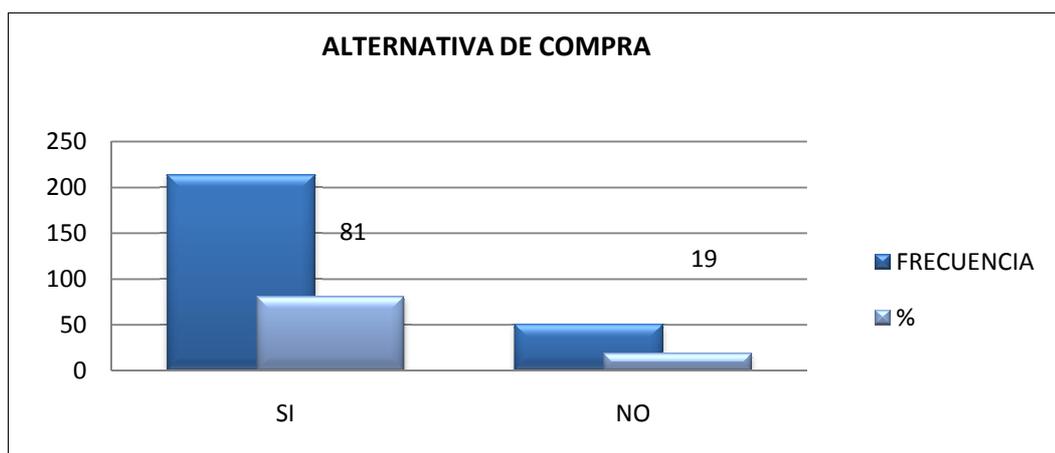
**2. ¿Quisiera usted contar con una alternativa de adquisición de artesanías a base de estaño?**

**CUADRO N° 27**  
**ALTERNATIVA DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	214	81
NO	51	19
TOTAL	265	100

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Consumidores de artesanías

**GRÁFICO N° 22**



**ANÁLISIS.**

De acuerdo al gráfico se puede establecer que existe una considerable mayoría que requiere de una alternativa económica a la hora de adquirir una obra artesanal diferente a las tradicionales que encontramos normalmente en el mercado local y regional.

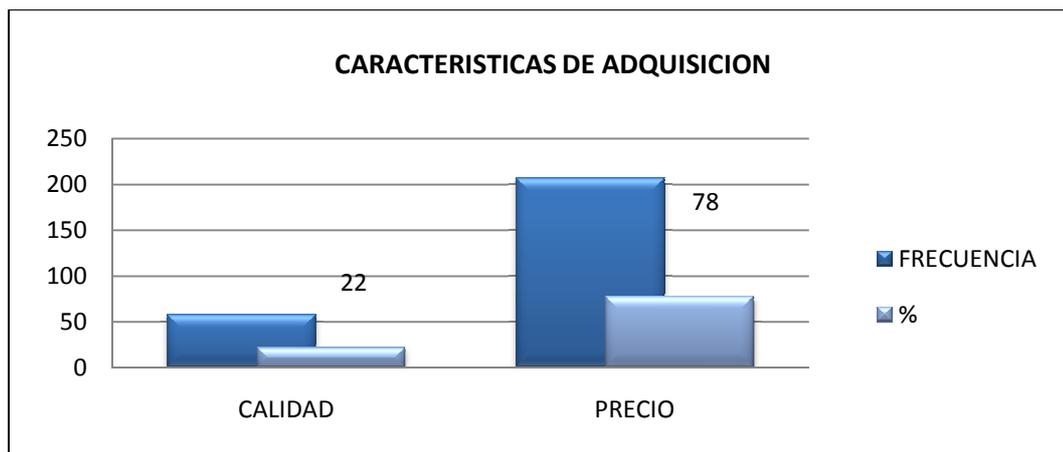
### 3. ¿En qué aspecto se basa para adquirir una artesanía?

**CUADRO N° 28**  
**CARACTERÍSTICAS DE ADQUISICIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
CALIDAD	58	22
PRECIO	207	78
TOTAL	265	100

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Consumidores de artesanías

**GRÁFICO N° 23**



#### **ANÁLISIS.**

Acorde al análisis del gráfico determino que el consumidor final en su mayoría se fija primeramente en precio antes de calidad en el momento de hablar de adquisición de artesanías, mientras que un bajo porcentaje prefiere a la calidad antes que su precio.

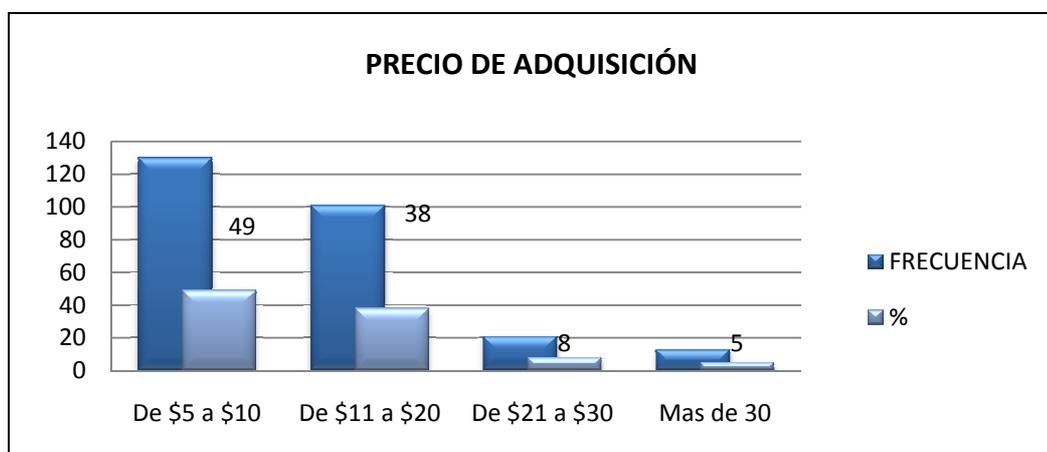
4. De acuerdo a sus ingresos, ¿Cuánto estaría usted dispuesto (a) a pagar por una artesanía elaborada a base de estaño?

**CUADRO N° 29**  
**PRECIO DE ADQUISICIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De \$5 a \$10	130	49
De \$11 a \$20	101	38
De \$21 a \$30	21	8
Más de 30	13	5
TOTAL	265	100

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Consumidores de artesanías

**GRÁFICO N° 24**



### **ANÁLISIS.**

Acorde con el gráfico se determina que el valor que pagarían los encuestados por concepto de compra de artesanías a base de estaño, está en un promedio de 5 a 20 dólares, y un porcentaje menor cancelaría una artesanía de estaño entre 21 y 30 dólares, es decir que cada persona tiene en cuenta sus ingresos para realizar todos sus gastos.

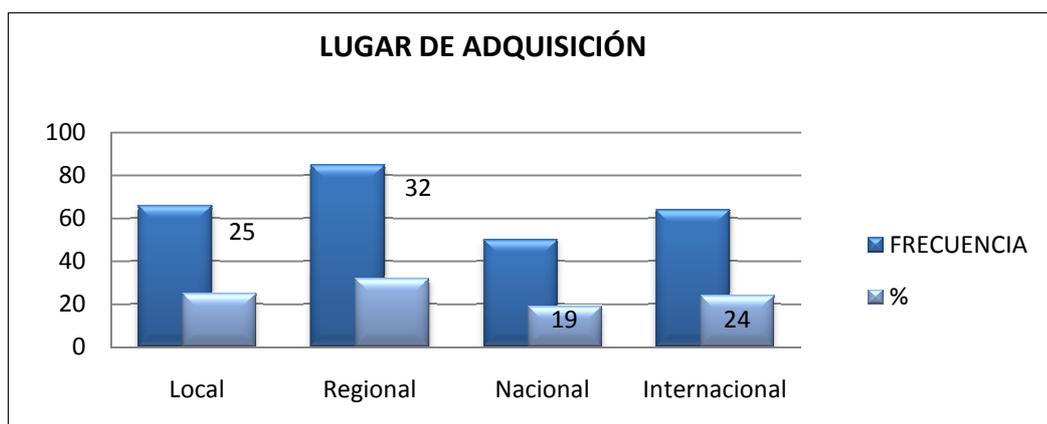
## 5. ¿Al adquirir una artesanía en qué lugar lo realiza?

**CUADRO N° 30**  
**LUGAR DE ADQUISICIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Local	66	25
Regional	85	32
Nacional	50	19
Internacional	64	24
TOTAL	265	100

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Consumidores de artesanías

**GRÁFICO N° 25**



### **ANÁLISIS.**

De acuerdo al gráfico se determina que a nivel local, regional y nacional existe una gran demanda debido al turismo local y feriado que hoy en día son más frecuentes, a nivel internacional que significativamente es Colombia el lugar de origen de estas artesanías que muchas veces terminan siendo cuencanas, Otavaleñas o hasta del mismo San Antonio de Ibarra.

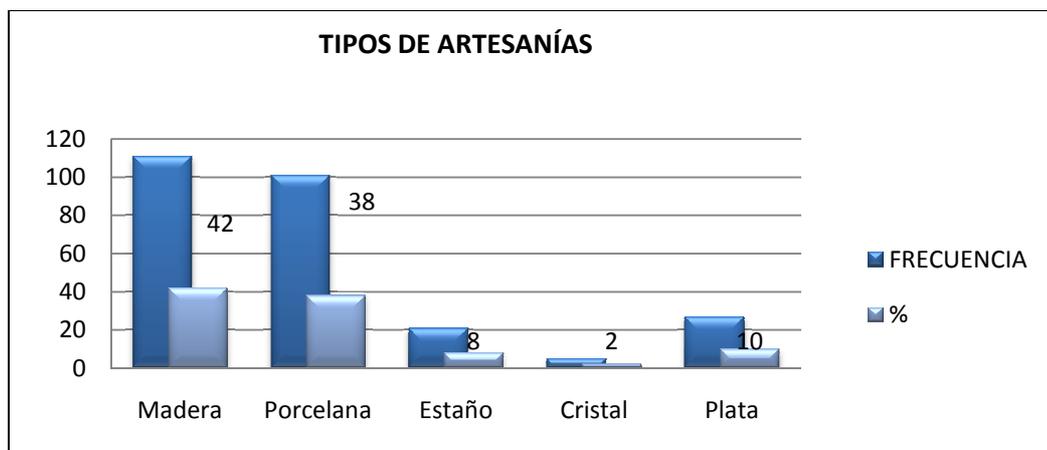
## 6. ¿Qué tipo de artesanía es de su preferencia?

**CUADRO N° 31**  
**TIPO DE ARTESANÍAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Madera	111	42
Porcelana	101	38
Estaño	21	8
Cristal	5	2
Plata	27	10
TOTAL	265	100

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Consumidores de artesanías

**GRÁFICO N° 26**



### **ANÁLISIS.**

De acuerdo al gráfico se determina la madera y la porcelana son preferencia de los consumidores, esto debido a la falta de productos sustitutos en materiales o creatividad a la hora de comercializar en esta actividad.

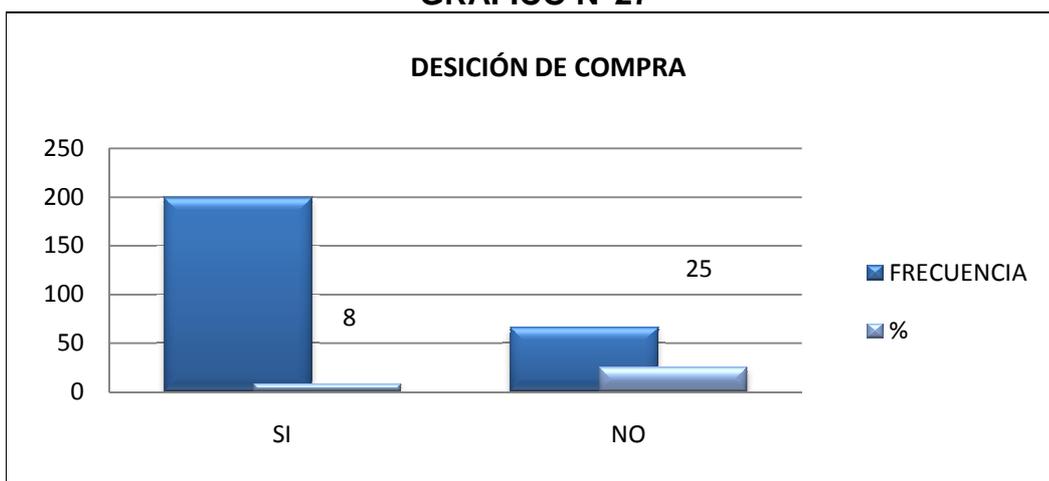
7. ¿Al existir artesanías elaboradas a base de estaño usted las adquiriría?

**CUADRO N°32  
DECISIÓN DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	199	75
NO	66	25
TOTAL	265	100

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Consumidores de artesanías

**GRÁFICO N°27**



**ANÁLISIS.**

Según el grafico se observa que una considerable mayoría de los encuestados compraría esta nueva alternativa de artesanía, mientras que un mínimo de encuestados mantiene una indecisión de compra a una posible compra de artesanía en este material novedoso.

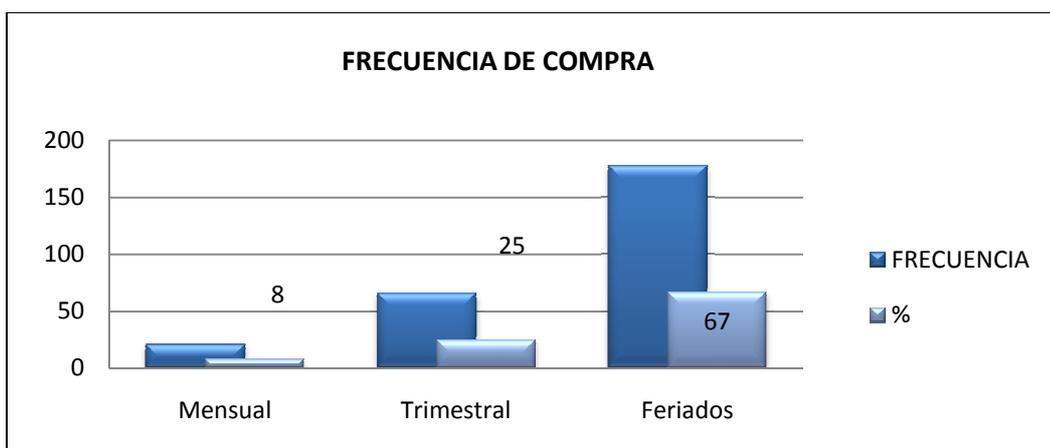
**8. ¿Al adquirir una artesanía elaborada a base de estaño con qué frecuencia compraría?**

**CUADRO N°32  
FRECUENCIA DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mensual	4	2
Trimestral	50	25
Anual	145	73
TOTAL	199	100

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Consumidores de artesanías

**GRÁFICO N°28**



**ANÁLISIS.**

Según el gráfico se observa que un mínimo de los encuestados compraría mensualmente y trimestralmente, pero la gran mayoría lo realizaría anualmente, se deduce que el tipo de producto se presta para tener mayor rotación en épocas donde existe turismo o actividades religiosas, deportivas o incluso educativas.

## **1.9. DIAGNÓSTICO EXTERNO**

Es un análisis acerca del diagnóstico y comprende de cuatro variables externas como: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos. A continuación se detalla el análisis implementado al presente proyecto.

### **1.9.1. ALIADOS**

- Un segmento de la población de Imbabura, que desearía contar con una nueva alternativa artesanal a base de estaño que inicia su comercialización.
- Facilidad de acceso a la materia prima base para la elaboración de artesanías a base de estaño.
- Disponibilidad de mano de obra en la provincia, para desarrollar el proyecto.
- Turismo, Cultura, Religiosidad aspectos que contribuyen para la buena marcha de este proyecto.

### **1.9.2. OPONENTES**

- Dificultad para obtener tecnología de punta y lograr altos niveles de productividad.
- Existencia de varios materiales con productos similares.
- La cultura del hábito en el consumidor, que difícilmente adquiere un producto de material desconocido.
- Competencia desleal.

### **1.9.3. OPORTUNIDADES**

- Apertura del mercado en la provincia de Imbabura.
- Implementar un adecuado sistema de introducción de productos nuevos a base de objetivos.
- Aprovechar la materia prima existente para la elaboración de este tipo de productos.
- Mercado no cubierto, oportunidad de competir con productos tradicionales.

### **1.9.4. RIESGOS**

- Tasa de inflación del país.
- Inestabilidad política y económica del país.
- Créditos en instituciones financieras, con altas tasas de interés.
- Nuevos productos sustitutivos.
- Mercado inestable.

## **1.10. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN**

Mediante el diagnóstico situacional que se efectuó, en el cantón Ibarra y sus alrededores, se puede deducir que este sector cumple con todas las condiciones para implementar este proyecto ya que está lleno de historia, cultura, y sobre todo de manos hábiles y creativas como los artesanos de nuestro cantón.

Los posibles efectos que podrían darse con la implementación de una empresa de producción y comercialización de artesanías de estaño, es el aumento de fuentes de trabajo, así como un mayor movimiento económico en la localidad y la región.

Del diagnóstico situacional, se establece la necesidad de formular y diseñar un proyecto económico- productivo con el siguiente tema:

**“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de artesanías en estaño en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”**

## **CAPITULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO.**

#### **2.1. EMPRESA.**

##### **2.1.1. CONCEPTO.**

CHIAVENATO, Idalberto (2006), en referencia a la empresa define: “La empresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman”

La empresa es una unidad productiva que toma decisiones sobre la utilización de recursos: humanos, materiales, financieros y técnicos para obtener bienes y servicios que se ofrecen en el mercado para satisfacer las necesidades de los clientes, obteniendo una utilidad razonable.

##### **2.1.2. IMPORTANCIA.**

La existencia de una empresa es de vital importancia para quienes la conforman, ya que su naturaleza es obtener una rentabilidad y satisfacer la demanda del consumidor, aportando en el desarrollo económico de la sociedad.

### 2.1.3. CLASIFICACIÓN.

#### 2.1.3.1. POR SECTORES ECONÓMICOS

- a. **Extractivas:** dedicadas a explotar recursos naturales.
- b. **Servicios:** Entregarle sus servicios o la prestación de estos a la comunidad.
- c. **Comercial:** Desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica.
- d. **Agropecuaria:** Explotación del campo y sus recursos.
- e. **Industrial:** Transforma la materia prima en un producto terminado.

#### 2.1.3.2. POR SU TAMAÑO.

##### a. Grande

Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.

##### b. Mediana.

Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.

##### c. Pequeña.

Se dividen a su vez en:

- Pequeña: Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
  
- Micro: Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).
  
- Fami empresa: Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva.

#### **2.1.3.3. POR EL ORIGEN DEL CAPITAL.**

- a. Público:** Su capital proviene del Estado o Gobierno.
  
- b. Privado:** Son aquellas en que el capital proviene de particulares.
  
- c. Economía Mixta:** El capital proviene una parte del estado y la otra de particulares.

#### **2.1.3.4. POR EL NÚMERO DE PROPIETARIOS.**

##### **a. Individuales.**

Su dueño es la empresa, por lo general es él solo quien tiene el peso del negocio.

##### **b. Sociedades.**

Todas para su constitución exigen la participación como dueño de más de una persona lo que indica que mínimo son dos (2) por lo general corresponden al régimen común.

### **2.1.3.5. POR LA FUNCIÓN SOCIAL.**

#### **a. Con ánimo de Lucro.**

Se constituye la empresa con el propósito de explotar y ganar más dinero.

#### **b. Trabajo Asociado**

Grupo organizado como empresa para beneficio de los integrantes.

#### **c. Sin Ánimo de Lucro.**

Aparentemente son empresas que lo más importante para ellas es el factor social de ayuda y apoyo a la comunidad.

#### **d. Economía Solidaria.**

En este grupo pertenecen todas las cooperativas sin importar a que actividad se dedican lo más importante es el bienestar de los asociados y su familia.

## **2.2. MICROEMPRESA.**

### **2.2.1. CONCEPTO.**

TORRES RODRÍGUEZ, Luis. Segunda Edición, Julio de 2007 en referencia a la microempresa define: “Es el conjunto organizado de recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, destinados a desarrollar actividades de producción, comercio o servicio, con la finalidad de obtener beneficios económicos y personales. Su capital máximo es de 30 000dólares y el número de trabajadores no supera los 10, incluyendo el dueño”.

Revisado la definición de LUIS TORRES RODRÍGUEZ, la microempresa es un pequeño negocio que ayuda en el desarrollo de una ciudad, un país, ya que ésta genera fuentes de empleo y que tiene como objetivo

seguir creciendo hasta convertirse en una gran empresa y satisfacer las necesidades de la sociedad en general. La microempresa y los microempresarios tienen una gran responsabilidad ante el desarrollo del país, pero también se les debe dar mucha atención por parte de la sociedad, ya que el objetivo de una microempresa es dejar de serlo.

### **2.2.2. IMPORTANCIA DE LA MICRO EMPRESA.**

El sector micro empresarial representa el 60% de la población económicamente activa y aporta entre el 10 y el 15% de valor agregado bruto nacional. Por lo tanto es parte constitutiva e importante del aparato productivo nacional.

### **2.2.3. OBJETIVOS.**

- a. Buscar nuevos mercados, reunir y generar fondos para un buen funcionamiento.
- b. Satisfacer las necesidades del consumidor brindando productos y servicios de buena calidad.
- c. Crear microempresas sustentables con mínimo costo financiero.
- d. Generar fuentes de trabajo estables en las comunidades.
- e. Promover la cultura emprendedora Generar redes de apoyo de tipo técnico y financiero para la reinserción de los emprendedores en la actividad económica.
- f. Cumplir con las leyes tributarias para de esta forma ayudar al crecimiento del país.

g. Pagar deudas a los acreedores.

#### **2.2.4. VENTAJAS**

a. Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos.

b. Ayuda a fomentar el ahorro y la inversión.

c. Sus productos y/o servicios son de mayor consumo por que los costos son bajos y novedosos.

d. Pueden llegar a mercados donde la mediana y gran empresa no llega.

e. Contribuye al empleo de personas discapacitadas físicamente, por edad o por dificultad para conseguir empleo.

#### **2.2.5. DESVENTAJAS.**

a. Utilizan tecnología ya superada.

b. Dificultad de acceso a crédito.

c. Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.

d. La producción generalmente, va encaminada solamente al mercado interno.

#### **2.2.6. VISIÓN.**

Llegar a ser empresas líderes aunque pequeñas en el mercado global para que la sociedad aproveche continuamente los diferentes productos y/o servicios disponibles generando una participación laboral

más activa que permita una satisfacción de todos quienes conformen las microempresas.

### **2.2.7. CARACTERÍSTICAS.**

- a. La administración de la microempresa es realizado por el propietario.
- b. Son generalmente unipersonales.
- c. Cuenta con capital reducido.
- d. El Campo de Operación es local.
- e. Su comercio es formal.
- f. El crecimiento se da reinvertiendo sus utilidades
- g. Se dedican en su mayoría al comercio

### **2.2.8. CLASIFICACIÓN.**

#### **2.2.8.1. POR LA ACTIVIDAD QUE REALIZA.**

- a. Micro empresas industriales:** son las que transforman las materias primas en forma total o parcial hasta obtener un producto final y ofrecerlo al público.
- b. Micro empresas comerciales:** son las que venden productos elaborados por otras empresas, es decir son intermediarias entre el productor y el consumidor.
- c. Micro empresas de servicio:** son las que realizan atención al cliente para vender servicios sean estos profesionales o de asistencia.

## **2.2.8.2. POR LA CONSTITUCIÓN LEGAL.**

- a. Individuales:** aquellas que están conformadas por una sola persona.
  
- b. De Sociedad:** cuando están constituidas por más de una persona, que por medio de un acuerdo dan su aporte monetario, profesional o material para su creación.

## **2.3. PRODUCTO.**

### **2.3.1. CONCEPTO.**

KOTTLER, Philip (2008), Dice “Un producto es un conjunto de atributos fundamentalmente unidos en una forma identificable”.

### **2.3.2. ELEMENTOS DEL COSTO.**

- a. Costo:** Es el conjunto de los valores incurridos en un periodo determinado que se identifica claramente en el producto terminado. Este es recuperable.
  
- b. Gasto:** Son todo los valores que se aplican para cumplir con las funciones administrativas, de ventas y financiamiento.

### **2.3.3. MATERIA PRIMA.**

Son todos aquellos que pueden identificarse en la fabricación de un producto terminado, fácilmente se asocian con éste y representan el principal costo de materiales en la elaboración de un producto o servicio.

#### **2.3.4. MANO DE OBRA DIRECTA.**

Es el esfuerzo físico directamente involucrado en la fabricación de un producto terminado.

#### **2.3.5. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.**

Son todos aquellos costos que se acumulan de los materiales y mano de obra indirecta más todos los incurridos en la producción pero que en el momento de obtener el costo del producto terminado no son fácilmente identificados de forma directa.

#### **2.3.6. GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Son todos aquellos gastos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación.

#### **2.3.7. GASTOS DE VENTAS.**

Son aquellos gastos que se incurren en las labores realizadas para la comercialización y venta.

#### **2.3.8. GASTOS FINANCIEROS.**

Lo constituyen los pagos que se realizan a instituciones financieras ya sea a los bancos o las cooperativas.

## **2.4. PRECIO.**

### **2.4.1. CONCEPTO.**

ETZEL, Michael (2007), Expresa “Es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir un producto”.

## **2.5. COMERCIALIZACIÓN**

### **2.5.1. CONCEPTO.**

La comercialización es el mecanismo o el conjunto de actividades que se toman en cuenta para sacar los productos elaborados por la empresa, al mercado de una manera rápida y eficiente, con precios más bajos y que la calidad del producto prevalezca.

### **2.5.2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.**

Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información.

Los canales de comercialización son un conjunto de acciones necesarias que nos ayudan a llevar los diferentes productos y servicios hacia el mercado disponibles.

## **2.6. MERCADO.**

Es el conjunto de compradores y vendedores que se interrelacionan para realizar el intercambio de bienes o servicios.

### **2.6.1. OFERTA.**

La oferta es un conjunto de bienes o servicios que se exponen en el mercado en un tiempo determinado y a un precio específico.

### **2.6.2. DEMANDA.**

Se relaciona con la necesidad del consumidor para adquirir un producto o un servicio con la finalidad de satisfacer una necesidad.

## **2.7. PUBLICIDAD O PROPAGANDA.**

La Asociación Americana de Estudio de Mercado define a la publicidad como: "Propaganda es cualquier forma pagada de prestación y promoción impersonal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado."

Es dar a conocer el producto o bien a través de medios de comunicación en forma directa, es el primer acto de la venta.

## **2.8. EL ESTAÑO**

El estaño es un elemento atómico que fue utilizado desde la antigüedad. Se ha encontrado estaño en las tumbas del antiguo Egipto, y durante el periodo romano fue exportado al continente europeo en grandes cantidades desde Cornwall, Inglaterra. Los antiguos egipcios consideraban que el estaño y el plomo eran distintas formas del mismo metal.

Se extrae básicamente de un mineral llamado casiterita; que es un mineral compuesto por dióxido de estaño ( $\text{SnO}_2$ ). Cristaliza en el sistema tetragonal, tiene una dureza entre 6 y 7 y una densidad relativa de 7.

En general es de color entre castaño oscuro y negro, y tiene un lustre adamantino mate. La casiterita es la única mena importante del estaño. Desde la antigüedad, como ya e citado, se ha extraído en Cornualles (Inglaterra), pero las principales fuentes actuales están en Bolivia, la península Malaca, Indonesia, Nigeria, la República del Congo y en la península de Seward en Alaska.

### **2.8.1. PROPIEDADES**

El estaño es muy dúctil y maleable a 100 °C de temperatura y es atacado por los ácidos fuertes. Ordinariamente es un metal blanco plateado, pero a temperaturas por debajo del 13 °C se transforma a menudo en una forma alotrópica (claramente distinta) conocida como estaño gris, que es un polvo amorfo de color gris.

Debido al aspecto manchado de los objetos de estaño que sufren esta descomposición, a esta acción se la denomina comúnmente enfermedad del estaño o peste del estaño. Al doblar una barra de estaño ordinaria, ésta emite un sonido crujiente llamado grito del estaño, producido por la fricción de los cristales. El estaño ocupa el lugar 49 entre los elementos de la corteza terrestre. El estaño ordinario tiene un punto de fusión de 232 °C, un punto de ebullición de 2.260 °C y una densidad relativa de 7,28. Su masa atómica es 118,69.

#### **2.8.1.1. IMPORTANCIA**

El estaño es importante en las aleaciones de bronce (estaño - cobre), en las soldaduras (estaño - plomo) y en el metal de imprenta

(estaño -plomo - antimonio). Además, se usa combinado con el titanio en la industria aeroespacial. También se emplea para la fabricación de partes de automóviles y computadoras.

#### **2.8.1.2. ESTAÑO EN EL MEDIO AMBIENTE**

**a.** El estaño es liberado al ambiente por procesos naturales y por actividades humanas, tales como la minería, la combustión de petróleo y carbón, y la producción y el uso de compuestos de estaño. El estaño metálico que se libera al ambiente rápidamente forma compuestos inorgánicos de estaño.

**b.** El estaño inorgánico no puede ser destruido en el ambiente, sólo puede cambiar de forma. Los compuestos orgánicos de estaño pueden ser degradados a compuestos inorgánicos por la luz solar o bacterias.

**c.** En la atmósfera, el estaño existe en forma de gas o vapor y se adhiere a partículas de polvo. Estas partículas pueden ser movilizadas por el viento o removidas del aire por la lluvia o la nieve.

**d.** El estaño inorgánico se adhiere al suelo y a sedimentos en el agua. Ciertos compuestos inorgánicos de estaño se disuelven en agua.

**e.** Los compuestos orgánicos de estaño se adhieren al sedimento en el suelo y a partículas en el agua.

**f.** El tiempo que los compuestos orgánicos de estaño permanecen en el agua y en el suelo es diferente para cada compuesto. En el agua puede ser desde días hasta meses y en el suelo puede ser años.

**g.** Los compuestos orgánicos de estaño pueden acumularse en peces, en otros animales y en plantas.

### **2.8.3. EXPOSICIÓN A COMPUESTOS DE ESTAÑO**

- a.** Al consumir alimentos o tomar bebidas de latas revestidas con estaño (actualmente más del 90% de las latas revestidas con estaño que se usan para alimentos están protegidas con laca).
- b.** Al respirar aire o tocar polvo que contiene estaño en el trabajo o cerca de sitios de desechos peligrosos.
- c.** La exposición a ciertos compuestos orgánicos de estaño puede ocurrir al comer mariscos de aguas costeras o a través de contacto con productos domésticos que contienen estos compuestos (tales como ciertos plásticos).

#### **2.8.3.1. USOS Y CONSUMO**

El estaño es utilizado en varios procesos industriales en todo el mundo. Se usa principalmente para recubrir superficies de hierro, acero y cobre y así evitar la corrosión de las mismas. Como ejemplo se puede mencionar la hojalata, que es una lámina de hierro o acero recubierta de estaño por ambas partes. La hojalata se emplea en la fábrica de latas de bebidas y alimentos.

Los productos químicos de estaño, tanto orgánicos como inorgánicos, se utilizan en las industrias de cerámicos (como importante agente pulidor del mármol y de piedras decorativas), plásticos y en la agricultura, como ingrediente de algunos insecticidas. Se usa, además, para estabilizar perfumes y colores en los jabones.

Finalmente, entre otros usos, el sulfuro de estaño se emplea en forma de polvo para broncear artículos de madera.

### **2.8.3.2. ESTAÑO EN EL MUNDO**

La cotización del estaño en el 2004 creció en 61% con respecto al año anterior, lo que significó que las exportaciones de este mineral (medido en US\$) se hayan incrementado en 66%, producto también del mayor volumen vendido al exterior.

El mayor precio se justifica por el déficit de oferta (Miles de Toneladas) en el mercado de estaño refinado (entre 16 mil y 19 mil TM, aproximadamente). Este déficit fue resultado de una más rápida elevación de la demanda respecto a la oferta, debido a que se encuentra próxima la fecha de aplicación de algunas restricciones ambientales en Europa para el uso del plomo en soldaduras de productos electrónicos. Así se obtuvo, como consecuencia de estas prohibiciones, un incremento de más de 10% en la demanda mundial del estaño.

Otra explicación es la dificultad en el corto plazo de aumentar los volúmenes de producción. Las empresas PT Timah TBK (Indonesia), Minsur (Perú) y Malasia Smelting Corp. (Malasia), que producen alrededor del 50% del estaño refinado mundial, trabajan actualmente al tope de su capacidad instalada y no podrían elevar en el corto plazo su producción, ya que los precios históricamente bajos registrados en años anteriores desalentaron las inversiones en el sector. Cabe mencionar que se estima que la producción de estaño en Indonesia disminuya como resultado de un proceso de fragmentación de su industria fruto de la competencia de nuevos y más pequeños refinadores, lo que haría que este déficit se mantenga en los próximos años.

### **2.8.4. VOLUMEN DE ESTAÑO**

Cuando se analiza los actuales volúmenes exportados de los minerales y se los compara con hace diez años, por ejemplo, se observa

que el oro y el molibdeno han incrementado sus cantidades vendidas de manera significativa, 386% y 297% respectivamente, seguidos por el cobre (125%) y el estaño (114%).

En los tres primeros casos la explicación de los aumentos es simple, dada la mayor oferta nacional de oro y su demanda mundial para atesoramiento, el incremento del uso de súper aleaciones a base de molibdeno y el desarrollo de la industria asiática (que emplea cobre). Sin embargo, la explicación no es sencilla en el caso del estaño.

## **2.9. ESTUDIO DE MERCADO.**

### **2.9.1. CONCEPTO.**

Con este nombre se denomina la primera parte de investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Nos permite determinar el éxito o el fracaso de un bien o servicio a través de la obtención de información de fuentes primarias y/o secundarias.

## **2.10. PROYECTO.**

### **2.10.1. CONCEPTO.**

Naciones unidas: Manual de proyectos de desarrollo económico, en referencia a proyecto menciona: "Un proyecto es un conjunto de antecedentes que permiten estimar las ventajas y desventajas económicas que se derivan de asignar ciertos recursos de un país para la producción determinados de bienes y servicios".

Todo proyecto tiene un objetivo, en nuestro caso es satisfacer necesidades alimenticias utilizando recursos disponibles en el sector y generando empleo.

### **2.10.2. CLASIFICACIÓN.**

#### **a. De acuerdo al carácter del proyecto**

Proyectos sociales

Proyectos financieros

#### **b. De acuerdo al sector de la economía al cual están dirigidos**

-Proyectos Agropecuarios

-Proyectos Industriales

-Proyectos de Infraestructura Social

-Proyectos de Infraestructura Económica

-Proyectos de Servicios.

#### **c. De acuerdo con el Objetivo del Proyecto.**

-Proyecto de Producción de Bienes

-Proyecto de Prestación de Servicios

-Proyectos de Investigación

#### **d. De acuerdo al ejecutor del Proyecto**

-Proyectos Públicos u Oficiales

-Proyectos Privados

-Proyectos Mixtos

#### **e. De acuerdo con su Área de Influencia**

-Proyectos Locales

-Proyectos Regionales

-Proyectos Nacionales

**f. De acuerdo a su Tamaño**

- Proyectos Pequeños
- Proyectos Medianos
- Proyectos Grandes o Macro-proyectos

**2.10.3. CICLO DE DESARROLLO DEL PROYECTO.**

El ciclo de desarrollo del proyecto comprende las siguientes fases:

**a. Fase de Pre inversión.**

En la fase de pre-inversión es primordial cubrir una serie de acciones que comienza con la identificación de la idea de proyecto, pasa por los estudios de pre-factibilidad, factibilidad y termina con la decisión de invertir.

**b. Fase de Inversión.**

Corresponde al período de realización del proyecto. Se inicia cuando se toma la decisión de invertir en el proyecto y termina cuando se concluye la ejecución satisfactoria del proyecto y se toma la decisión de iniciar la fase operacional del proyecto.

**c. Fase Operacional.**

Comienza cuando el proyecto es completamente ejecutado y aprobado en cuanto a funcionamiento se refiere, se entrega a la organización encargada de la producción del bien o de la prestación de servicios.

## **2.10.4. TAMAÑO DEL PROYECTO.**

### **2.10.4.1. IMPORTANCIA.**

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicara la estimación de los ingresos por venta”.

En la definición del tamaño del proyecto nos permite determinar las herramientas y máquinas, el espacio físico necesario para una adecuada operación, además se cuantifica las necesidades de mano de obra. El tamaño del proyecto nos permite estimar la producción que es el generador de los ingresos al venderlo.

### **2.10.4.2. FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO**

#### **a. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.**

El primer factor que limita principalmente la capacidad de la instalación de la planta de producción es la demanda potencial insatisfecha de acuerdo a las cifras obtenidas en el estudio de mercado. Esta demanda no es cubierta por los productores existentes debido a que las plantas de producción se encuentran alejadas del mercado en estudio y es más rentable vender la tilapia en el mercado internacional. La capacidad instalada no dependerá necesariamente de la demanda potencial insatisfecha, sino también de otros factores.

#### **b. CAPACIDAD INSTALADA Y DISPONIBILIDAD DE CAPITAL.**

Para iniciar las operaciones de una unidad productiva, lo más importante es la disponibilidad de capital, ya que sin la disponibilidad de los recursos económicos necesarios las buenas ideas y los mejores proyectos para mejorar las condiciones de vida de la familia y la población quedarán solo en ideas o proyectos.

La optimización del proceso de producción estará en función de la infraestructura básica que condiciona la capacidad mínima que puede obtenerse.

#### **c. FINANCIAMIENTO.**

En cuando se refiere al financiamiento de la inversión total de la microempresa, esta nos permite cumplir con los niveles de producción y todas sus operaciones. El proyecto será financiado con recursos económicos gestionados por la Junta Parroquial ante las instituciones correspondientes ya que el proyecto es de carácter social auto sostenible.

#### **d. TECNOLOGÍA Y EQUIPOS.**

El factor tecnológico es fundamental en el proceso productivo. Para la producción de tilapia el proceso productivo es relativamente sencillo por lo que la tecnología no es determinante en el tamaño.

Los equipos utilizados en el proyecto no limitan el tamaño del mismo ya que si existen en el mercado

#### **e. INSUMOS.**

La microempresa a crearse necesita básicamente para su producción de alevines, balanceado y varios químicos que se los encuentra fácilmente en el mercado local y nacional. En el proyecto la mano de obra

requerida no necesita que sea calificada en forma exigente. Por lo tanto la disponibilidad de insumos no limita la capacidad de producción instalada.

#### **2.10.5. LOCALIZACIÓN.**

Es el lugar geográfico en el cual se va a implementar el proyecto. Para su determinación identificamos y analizamos las fuerzas locales con el fin de que el resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

##### **2.10.5.1. MICRO-MACRO. LOCALIZACIÓN.**

**a. Macro localización.-** Es decidir la zona en general donde se instalará la empresa o negocio.

**b. Micro localización.-** Es elegir el punto preciso dentro de la macrozona en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

#### **2.10.6. INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

Se refiere al estudio que se relaciona con la etapa técnica y con la participación de ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, se describe aspectos como producto, tecnología, selección del equipo y la maquinaria, cantidad de materia prima recursos humanos, edificios, estructuras y obras de ingeniería civil.

## 2.10.7. ANÁLISIS FINANCIERO

### 2.10.7.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN).

El valor presente Neto es la diferencia entre el valor presente de todos los flujos positivos de efectivo todos futuros, menos el valor presente de todos los flujos negativos de efectivo actuales y futuros. Aceptar cualquier proyecto con un valor presente de flujos de efectivo futuros que excedan la inversión inicial.

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

$$VAN = I.I. + \frac{FE_1}{(1+r)^1} + \frac{FE_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+r)^n}$$

### 2.10.7.3. TIR

La tasa interna de rendimiento, también se le conoce como, tasa interna de Retorno, y se la define como la tasa de descuento que iguala al valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial de un proyecto. En otras palabras la TIR, es la tasa de descuento que hace que el VPN. De una oportunidad de una inversión sea igual a cero.

La tasa interna de retorno de un proyecto es la tasa de interés que hace que el valor presente del proyecto sea igual a cero. Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero.

Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \left[ \frac{VAN T_i}{(VAN T_s - VAN T_i)} \right]$$

#### 2.10.7.4. COSTO / BENEFICIO.

La relación costo – beneficio es una función de la tasa de interés empleada en los cálculos del valor actual neto, de una manera tal que al calcular este índice, con el propósito de tomar una decisión sobre invertir.

Este Indicador sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, la función se extrae de los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja.

El resultado del beneficio/costo puede reportar los siguientes resultados.

B/C > a 1 SE ACEPTA

B/C < a 1 SE RECHAZA

B/C = a 1 ES INDIFERENTE

$$BeneficioCosto = \frac{\sum IngresosActualizados}{\sum EgresosActualizados}$$

#### 2.10.7.5. PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

Es el punto donde los ingresos recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto. Un punto de equilibrio es usado comúnmente por las empresas/organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto.

Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Costo Variable} - \frac{\text{Ventas}}{1}}$$

## **2.11. ESTADOS FINANCIEROS**

### **2.11.1. BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.**

Denominado también Estado de Situación Económica, Estado de Rentas y gastos, Estado de Operaciones, etc. Se elabora al finalizar el periodo contable con el objeto de determinar la situación económica de la empresa.

Es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

### **2.11.2. BALANCE GENERAL.**

BRAVO, Mercedes (2007), Expresa “Es un informe contable que se presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, establece la posición financiera de la empresa en un momento determinado”

El balance general consiste en el análisis de las propiedades de una empresa y la proporción en que intervienen los acreedores y los accionistas o dueños de tal propiedad, expresados en términos monetarios.

### **2.11.3. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO.**

ZAPATA, Pedro (2008), Dice “Tiene que ver con las entradas y salidas del dinero, durante un periodo, con el objetivo de medir la capacidad de generar efectivo en la normal actividad de la empresa y la manera como se emplearán dichos recursos económicos.

Todas las empresas independientemente de la actividad a la que se dediquen necesitan de información financiera confiable, una de ellas es la que proporciona el Estado de Flujos de Efectivo, el cual muestra el flujo de efectivo del periodo.

## **CAPITULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO.**

Dentro del estudio de mercado se realizará el análisis de la demanda y oferta de producción y comercialización de artesanías elaboradas a base de estaño, y así lograr encontrar el nivel de aceptación del producto en el cantón Ibarra, específicamente en el sector urbano para así poder establecer:

- ✓ El precio del producto
- ✓ Los canales de distribución más eficientes
- ✓ Estrategias de mercado más optimas para brindar el servicio.

#### **3.1. PRESENTACIÓN.**

El futuro del presente proyecto tiene su sustento en la estructura actual y futura del mercado.

El análisis de la oferta y demanda, es el que determina la demanda insatisfecha del producto siendo además variables que influyen en el proyecto, el mercado de clientes, competidores, servicio al cliente, entre otras.

El estudio de mercado que a continuación se desarrolla, tiene como objetivo concreto identificar el mercado para las artesanías elaboradas a base de estaño, estimando el nivel de consumo y las características que tendrá el producto.

## **3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

### **3.2.1. OBJETIVOS**

- a. Identificar el producto sus características que se requieren
- b. Determinar los mercados meta, su segmentación que justifiquen el proyecto desde este punto de vista.
- c. Establecer la demanda y oferta actual proyectada de esta artesanía, así, como analizar la competencia.
- d. Estudiar las estrategias de comercialización, que permitan incrementar la demanda del producto

### **3.3. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO A OFERTAR.**

El producto que se va a producir es, artesanías a base de estaño, es muy resistente y de fácil producción, el peso que se determina en el tamaño de cada pieza artesanal oscila entre los 75gr a 200gr.

Este tipo de artesanía fue elaborado en arte religioso en la época de la colonia, puesto que los artesanos españoles poseían gran habilidad para manejar este material, no fue heredada esta técnica por lo que al poco tiempo desapareció, pero se mantuvo y creció la técnica sobre madera.

El estaño es maleable dúctil de fácil obtención, como producto final u obra artesanal es totalmente resistente a temperaturas altas, golpes u ralladuras, este tipo de material lo encontramos en todo artefacto electrónico y tecnológico, de esta manera se facilita su obtención aplicando una técnica de reciclaje.

**FOTO N°1**  
**ARTESANÍA A BASE DE ESTAÑO**



Elaborado por: El Autor  
Fuente: Revista Bitácora

### **3.4. MERCADO META**

Debido a la naturaleza del proyecto se ha considerado como mercado meta el sector comercial de artesanías en Ibarra y San Antonio de Ibarra, ya que en este sector se comercializa en grandes cantidades el producto por la gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros.

### **3.5. SEGMENTO DEL MERCADO**

El análisis del mercado consiste en segmentar el mercado de acuerdo a sus características, como un grupo de clientes que se asemejan en la manera que perciben o valoran el producto. Existen algunos factores que inciden en el poder de compra o demanda de los consumidores.

A continuación se analiza los factores que se considera más influyentes.

- **Aspecto económico.-** Esta determinado por factores que influyen directamente en el poder de compra de los demandantes. Obviamente

este factor, el poder de compra depende del nivel de ingresos que los clientes perciben. La tendencia de los ingresos y el comportamiento de las condiciones económicas van de acuerdo al nivel alto, nivel medio y nivel bajo de ingresos de cada familia Imbabureña. En el caso de este producto estará orientado a todas las familias de todos los estratos económicos.

- **Aspecto cultural.-** El aspecto cultural es quizá uno de los factores más difíciles a vencer, este factor está claramente diferenciado de producto en producto debido a que las personas en su comportamiento de compra tiene bien definido que producto es de su preferencia. Pero para nuestro caso se deberá de alguna forma tratar de cambiar esa forma de pensamiento y logara influenciar al demandante en que debe probar otra alternativa a la hora de adquirir un producto artesanal.

### **3.6. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA**

#### **3.6.1. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA SEGÚN CRECIMIENTO POBLACIONAL**

La demanda se la determina a partir de los actuales datos obtenidos mediante la encuesta realizada a los diferentes comerciantes del mercado artesanal de Ibarra y San Antonio de Ibarra. No se ha encontrado registro de datos históricos que determinen la demanda de este producto debido a que no se le ha dado la importancia que merece y al desconocimiento y falta de cultura de reciclaje, lo que imposibilita realizar una proyección tomando en cuenta la demanda histórica.

La demanda por productos artesanales tiene como principal factor el crecimiento poblacional. A efectos de realizar la proyección de la demanda, se presenta a continuación la proyección de la población.

**CUADRO N° 33**  
**PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN**

<b>AÑO</b>	<b>HABITANTES DEL CANTÓN</b>	<b># DE FAMILIAS (4 PERSONAS)</b>	<b>POBLACIÓN META</b>
2011	189056	47264	35448
2012	193518	48380	36285
2013	198085	49521	37141
2014	202760	50690	38018
2015	207545	51886	38915

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

**3.6.2. DEMANDA ACTUAL**

La demanda actual del producto se calcula de la siguiente manera. Los posibles compradores del producto son 47264 familias, de acuerdo a los datos de las encuestas solo consumirían el 75%, esto da como resultado una posible demanda de 35448 posibles consumidores. Lo cual arroja un resultado anual de 69833 calculados de la siguiente manera:

**CUADRO N° 34**  
**DEMANDA ACTUAL**

<b>DEMANDA 75%</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>TIEMPO (mes)</b>	<b>PRODUCTO</b>
Compradores Mensuales	708,96	12	8508
Compradores Trimestrales	8862	4	35448
Compradores Anuales	25877	1	25877
<b>TOTAL</b>			<b>69833</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

### 3.7. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

En el cantón Ibarra y según datos estadísticos se determina que la población para el año 2011 y que se le ha tomado como población meta es de 35448 personas las mismas que según encuesta están dispuestas a adquirir artesanía a base de estaño en un 75% es decir que estas personas demandan el producto que al multiplicarlas al año dan 69833 personas siendo este resultado la demanda potencial anual.

Una vez determinado la demanda actual se procede a realizar una proyección de 5 años de la misma, a fin de conocer el número de demandantes futuros a lo largo de la vida útil de la empresa.

Para proyectar la demanda se utilizo la tasa de crecimiento poblacional anual que es del 2.36%, así de esta forma se realizó la proyección la cual tuvo los siguientes resultados hasta el años 2015.

**CUADRO N°35**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>pequeño</b>	51676	52896	54144	55422	56730
<b>mediano</b>	12570	12867	13170	13481	13799
<b>Grande</b>	5587	5718	5853	5992	6133
	<b>69833</b>	<b>71481</b>	<b>73168</b>	<b>74894</b>	<b>76662</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

La unidad productiva, dispondrá de artesanías de 110gr a 200gr.Las cuales pasaran mensualmente al proceso de producción en tres series: pequeñas, medianas y grandes.

### 3.8. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Se podría decir que la oferta en el sector artesanal, es el conjunto de empresas, dedicadas a brindar todos los productos destinados al consumo de los turistas, aprovechando los atractivos naturales y culturales del lugar donde se esté ofertando el producto.

Para realizar el análisis correspondiente a la oferta, se considera no solo a los centros turísticos existentes en la ciudad de Ibarra si no también a todos los establecimientos que ofertan este tipo de productos en todo el cantón considerándolos como competencia directa.

La unidad productiva, dispondrá de artesanías de 110gr a 200gr. Las cuales pasaran mensualmente al proceso de producción en tres series: pequeñas, medianas y grandes, con la cantidad aproximada de 1487 piezas a cubrir mensualmente.

**CUADRO N° 36**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Pequeño	29760	30462	31181	31917	32670
Mediano	3600	3685	3772	3861	3952
Grande	780	798	817	837	856
	<b>34140</b>	<b>34946</b>	<b>35770</b>	<b>36615</b>	<b>37479</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

De igual manera se establece la oferta tomando en cuenta el movimiento mensual de ventas que mantienen los establecimientos encuestados que esto implica anualmente 34140 como capacidad de venta de artesanías de estaño.

### 3.9. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Se determina la demanda insatisfecha por la diferencia entre demanda potencial y oferta potencial, considerando que la demanda insatisfecha toma en cuenta la oferta de toda la variedad de productos en sus diferentes materiales que existen en el sector artesanal.

**CUADRO N°37**  
**CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2011	69.833	34.140	35.693
2012	71.481	34.946	36.535
2013	73.168	35.770	37.397
2014	73.168	36.615	36.553
2015	76.662	37.479	39.183

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

### 3.10. ANÁLISIS DE PRECIOS

El precio de venta está determinado por el mercado objetivo y la ley de la oferta y la demanda. Para el cálculo del precio de venta se toma en cuenta el precio promedio de adquisición por los comercios. Las artesanías en el medio tienen un valor del 40% de incremento, dependiendo de la complejidad de la obra o de la demanda en el mercado.

El precio de adquisición para comerciantes en promedio tomados al azar en varios locales, esta en 8.27 dólares los pequeños, 15.90 dólares los medianos y 25.15 dólares de tamaño grande, se debe considerar que el

estudio se lo ha realizado tomando en cuenta tres tipos de tamaños en general, esto por la gran cantidad de pesos y tamaños disponibles en el mercado.

### **3.11. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Prácticamente se puede decir que no existe una competencia para el proyecto ya que pocos artesanos que trabajan en estaño lo realizan como complemento para trabajos en madera, porcelana, cristal, etc.; de esta manera el objetivo principal de esta investigación es la elaboración en su totalidad a base de estaño, esto facilita el posicionamiento del producto en el medio local y nacional.

Se puede considerar como un gran competidor, la artesanía elaborada a base de madera, pero la producción de este tipo de artesanía ha venido a perder su esencia es decir su originalidad en cada una de sus obras, por lo que tiende a perder credibilidad y por ende esto afectara a futuro su comercialización.

Así la oportunidad para que arte a base de estaño gane posicionamiento en el mercado, según la investigación de mercado realizada arroja un 75% de preferencia en la población.

### **3.12. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN**

Durante los últimos años la demanda de este producto ha aumentado de forma sorprendente, debido a que no solamente es adquirido por turistas locales, ahora también nacionales y extranjeros, artesanías que se convierten en recuerdos obligatorios para las personas que visitan esta ciudad. De tal manera podemos afirmar que las artesanías a base de estaño busca dar una nueva oportunidad de compra a los turistas, así paulatinamente cree una conciencia ambiental a través

de productos sustitutivos a la madera, tanto en su forma de fabricación, como en el mensaje que estas pueden brindar.

Para la comercialización del producto existe un sinnúmero de locales en la ciudad y la provincia, como los más representativos se encuentran las artesanías de San Antonio de Ibarra de donde se fabrican para el país y para exportación, la mayor parte de ocasiones bajo pedido.

### **3.12.1. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

Para realizar una buena y eficaz comercialización de las artesanías se debe adoptar una diversidad de principios que se enumera a continuación.

- Mantener todas las actividades de la microempresa enfocadas principalmente a los objetivos específicos que se han planteado para el presente proyecto.
- La función de comercialización constará de cuatro variables que de una u otra manera influyen en el éxito o fracaso de la microempresa, estas variables son:

**a. Producto.** Se debe mencionar que el producto es nuevo en el mercado y esta dirigido a todos los segmentos económicos con la finalidad de satisfacer necesidades de adquisición de las familias Imbabureñas.

**b. Plaza.** La plaza deberá ser toda la provincia de Imbabura que será el mercado para la comercialización del producto a ofertar.

**c. Publicidad.** Esta variable se la realizará con una publicidad dirigida directamente a los turistas locales, nacionales y extranjeros quienes son directamente las personas que toman la decisión de compra en el caso

del producto a ofertar y se la realizará por medios de comunicación existentes en la provincia, además de publicaciones en la web.

**d. Precio.** Esta variable es la de mayor importancia ya que la adecuada fijación del mismo depende que los posibles consumidores adquieran este producto, por tal razón la fijación del precio del producto esta relacionado directamente con el margen de utilidad establecido por la microempresa luego de cubrir los costos de producción.

## **CAPITULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico está compuesto por factores entre los que se abordarán: la localización, tamaño o capacidad productiva del servicio, ingeniería y procesos productivos y las inversiones fijas, variables y diferidas necesarias para la puesta en marcha del proyecto; factores muy importantes que ayudan a determinar la viabilidad del proyecto en la parte técnica:

#### **4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

En el tamaño de proyecto es indispensable establecer su localización mediante el estudio de la micro y macro localización del proyecto, logrando así organizar de manera correcta la instalación de la planta de producción de venta de artesanías a base de estaño.

##### **4.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN**

Este proyecto estará localizado en la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia El Sagrario. Ibarra es la puerta de entrada del turismo nacional e internacional hacia el Ecuador. Se estima que un millón de visitantes ingresan anualmente, en medio de la amabilidad y sencillez de la gente de la zona.

## MAPA N°1

### MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA



Elaborado por: El Autor  
Fuente: Mapa del Ecuador

#### 4.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La fábrica estará ubicada en el Parque Industrial de Ibarra, tendrá una superficie de 300m<sup>2</sup>. El terreno donde se ubicará cuenta con vías de primer orden, que en este caso sería la vía asfaltada Av. Fray Vacas Galindo y Av. Cristóbal de Troya.

Específicamente nuestro proyecto estará localizado en la avenida Fray Vacas Galindo s/n, y Avenida Rodrigo de Miño; diagonal al cementerio jardines de paz de la ciudad de Ibarra.

Para determinar la micro-localización del proyecto se realizó un análisis del sector; con los siguientes parámetros:

- En este sector existen bodegas donde podría funcionar el proyecto.
- Se encuentra cerca del abastecimiento de la materia prima.
- Se encuentra en un lugar estratégico de la ciudad.
- Todos los comerciantes conocen el lugar.
- Las vías de acceso están en buen estado.
- Se diseñara el primer punto de venta al detalle en la planta.

## **4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO**

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.

Con el estudio de mercado que se ha realizado para el presente proyecto se determinó la oferta y la demanda de artesanías, al mismo tiempo que cuantificar la demanda insatisfecha para la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura. La empresa producirá 10.700 artesanías de estaño anualmente, un promedio de 900 artesanías mensuales aproximadamente, 225 artesanías semanales, lo que equivale al 30% de la demanda insatisfecha. En este aspecto se ha considerado tomar este 30% como un porcentaje conservador de la capacidad, para obtener datos más reales de la adquisición de artesanías por parte de los potenciales clientes.

### **4.2.1. Área 1 - recepción de materia prima**

Este proceso permite ingresar tanto el estaño en forma industrial y reciclado, de esta manera si es reciclado se necesita retirar todos los residuos que en el estén, para que de esta manera llegue en estado puro al siguiente proceso

#### **4.2.2. Área 2 - calderos**

Se procede a cocinar el estaño para obtener su forma líquida, este debe permanecer por aproximadamente 30 minutos, como tiempo promedio para diluir completamente el estaño.

#### **4.2.3. Área 3 – moldeado y producción**

Esta área es de gran importancia, ya que es donde se diseñan los moldes en los que se coloca el estaño líquido que viene de los calderos, en este espacio debe reposar al menos 30 minutos aproximadamente hasta que se afirme todo el metal.

#### **4.2.4. Área 4 – Limpieza y pintado**

Este es un proceso conjunto a los anteriores, mientras se coloca el estaño en los moldes se retoca o se adhieren colores o detalles a la obra, se retiran sobrantes o excesos de material que pueden con la finalidad de un producto terminado de óptima calidad

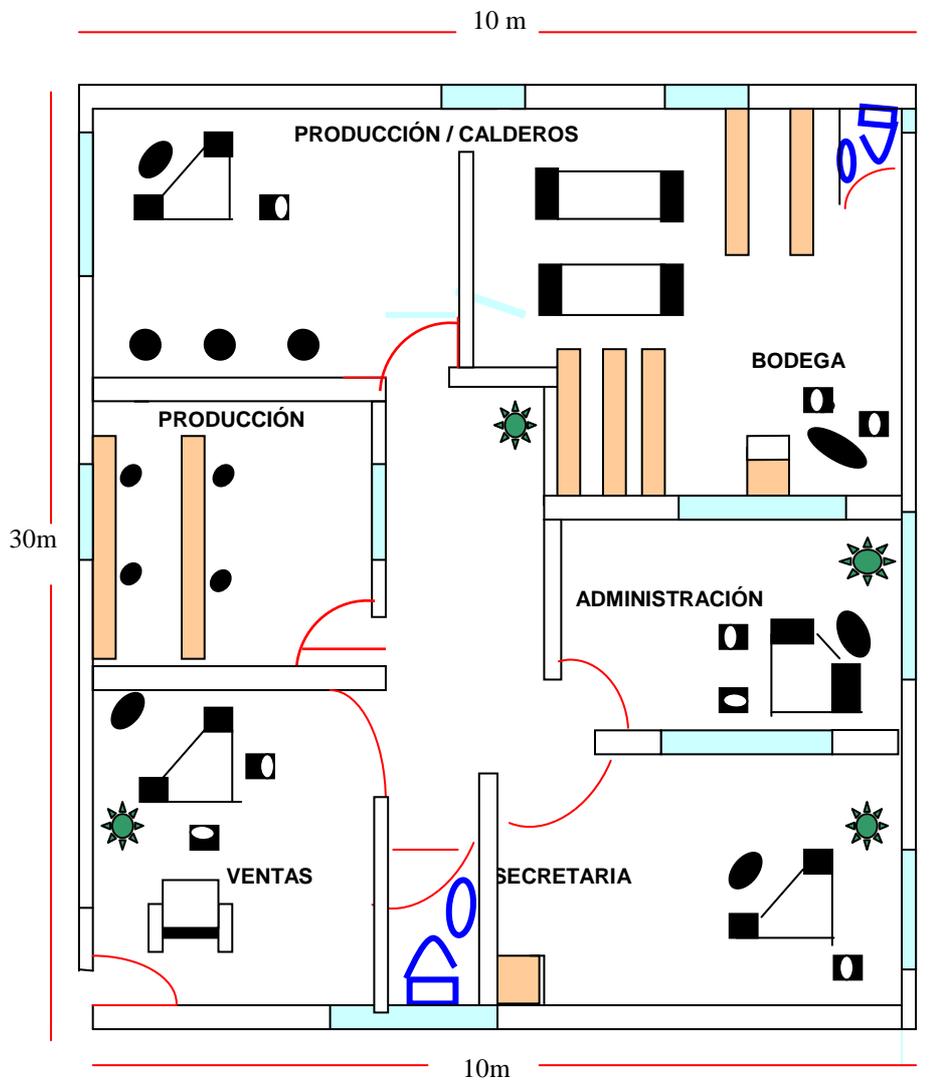
#### **4.2.5. Área 5 – Secado y empaque.**

En esta área se procede a retirar el molde y colocar en su respectiva envoltura para ser transportado a su destino final para ser comercializado.

### 4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto es la parte del estudio en donde se determina los procesos a seguir, la distribución de ambientes físicos, selección de maquinaria y equipos, talento humano, es decir todos los puntos necesarios para la instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

#### 4.3.1. DISEÑO DE INSTALACIONES FÍSICAS



Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

#### **4.3.1.1. DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS**

##### **a. Área Administrativa.-**

Este espacio físico estará destinado para el área administrativa que será de 12m<sup>2</sup> en donde se ubicará un mueble escritorio, un computador, archivador, y sillas como muebles principales.

##### **b. Área de Ventas.-**

Este espacio será destinado para venta directa y despacho de producto que será de 12m<sup>2</sup> en donde se instalará un mueble escritorio, un computador, una silla, vitrinas y estanterías para la exhibición de los productos.

##### **c. Área de Producción.-**

Esta área está destinada para la fabricación del producto, donde consta: diseño, moldeado, pintado y cortado, que será de 185m<sup>2</sup>, donde se instalaran mesas de trabajo, un caldero, estanterías de enfriamiento.

##### **d. Área de Bodega.-**

Se destinará un espacio físico de 90m<sup>2</sup> para bodega que servirá para el almacenamiento de materia prima y producto hasta su ingreso para luego ser puestos a la venta.

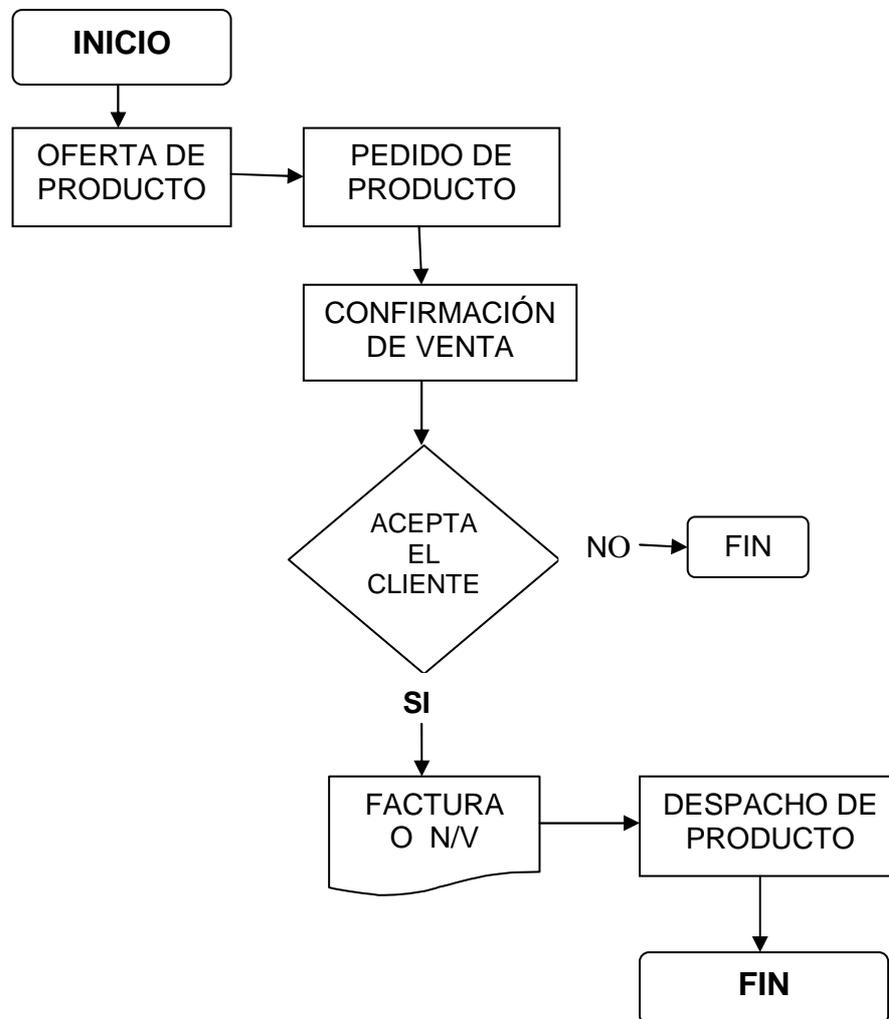
#### **4.4. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN**

El proceso de comercialización busca ser el más adecuado para los beneficiarios de este proyecto logrando utilizar de manera óptima los recursos disponibles y que el producto llegue en un tiempo y lugar adecuados para la satisfacción del cliente.

Las acciones para el proceso de venta son las siguientes:

- Oferta del producto a los clientes
- Requerimiento del producto por parte del cliente
- Se confirma la venta del producto de cumplir con los requerimientos del cliente.
- Despacho del producto.
- Si el cliente acepta la compra se realiza una factura o documento de respaldo, caso contrario fin del proceso.
- Se realiza la recaudación de la venta.
- Fin del proceso.

## DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE VENTA



## 4.5. PRESUPUESTO TÉCNICO O INVERSIONES REQUERIDAS

En esta parte del proyecto se abordan aspectos propios de la ingeniería o requerimientos, tales como: infraestructura civil, terrenos, procesos de producción, equipos, recursos humanos, entre otros.

### 4.5.1. INVERSIONES FIJAS

Para iniciar el proyecto es preciso realizar la inversión en equipos, muebles y enseres, necesarios para la producción del producto. Por este motivo, se consideró que las inversiones totales se las realizará en el período pre-operativo y operativo del proyecto, estas inversiones no serán modificadas durante toda la vida del proyecto, es decir, durante los próximos 5 años de ejecución del proyecto.

#### 4.5.1.1. Obra Civil (Anexo 7)

**CUADRO N° 38**  
**ADECUACIÓN DE LA PLANTA**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Obra civil	1	6.000,00	6.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 6.000,00</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Arq. Arturo Córdova.

#### 4.5.1.2. Herramientas y Materiales

**CUADRO N° 39**  
**HERRAMIENTAS Y MATERIALES**

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Cocina industrial	3	380,00	1.140,00
Calderos metálicos	8	185,00	1.480,00
Tanque de gas	4	55,00	220,00
Embudo metálico	2	185,00	370,00
Cucharetas metálicas	4	89,00	356,00
Recipientes plásticos	4	12,00	48,00
Balanza	1	85,00	85,00
Báscula	1	280,00	280,00
Difuminos	6	38,50	231,00
Buriles	2	62,00	124,00
Cortador	2	45,00	90,00
Cúter	2	28,00	56,00
Lima de Metal	2	25,00	50,00
Mateador	6	12,50	75,00
Pinceles	8	5,75	46,00
Guantes	6	12,00	72,00
Mascarillas	6	8,00	48,00
Gafas	6	22,00	132,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.903,00</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación directa

#### 4.5.1.3. Equipo de computación (Anexo 6)

**CUADRO N° 40**  
**EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
<b>EQUIPOS ÁREA ADMINISTRATIVA Y VENTAS</b>			
Computador	3	879,00	2.637,00
Impresora multifunción	1	95,00	95,00
<b>TOTAL EQUIPOS</b>			<b>\$ 2.732,00</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación directa

**CUADRO N° 41****EQUIPOS**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>EQUIPOS</b>			
Teléfono	2	75,00	150,00
Equipo de incendios	2	105,00	210,00
<b>TOTAL EQUIPOS</b>			<b>\$ 360,00</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación directa

**4.5.1.4. Muebles y Enceres****CUADRO N° 42****MUEBLES Y ENSERES**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			
Escritorio	4	155	620,00
Archivador	3	78	234,00
Sillas	6	35	210,00
Archivador	4	75	300,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1364,00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES ÁREA OPERATIVA</b>			
Sillas	6	45	270,00
Estanterías metálicas	6	102	612,00
Vitrinas	6	230	1.380,00
Mesas de trabajo	6	189	1.134,00
<b>TOTAL</b>			<b>3.396,00</b>
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$ 4.760,00</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación directa

**CUADRO N° 43**  
**RESUMEN INVERSIÓN FIJA**

CONCEPTO	VALOR
EQUIPOS	3092,00
MUEBLE Y ENCERES	4760,00
HERRAMIENTAS Y MATERIALES	4.903,00
OBRA CIVIL	6.000,00
IMPREVISTOS 3%	382,65
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 19137,65</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

**4.5.2. ACTIVO DIFERIDO**

Dentro de este rubro constan los gastos incurridos para la puesta en marcha del proyecto.

**CUADRO N° 44**

**ACTIVO DIFERIDO**

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	1500,00
Honorarios Notario	300,00
Constitución de la compañía	400,00
Puesta en marcha	300,00
Registro sanitario	70,00
Ordenanza municipal	20,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2590,00</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

**4.5.3. CAPITAL DE TRABAJO**

Es el capital adicional distinto de la inversión en el activo fijo y diferido, con el que se contará para el inicio de las actividades hasta que la unidad productiva tenga los primeros ingresos por la venta del producto. Para el capital de trabajo se considera los valores de la materia

prima y remuneraciones necesarios para un período de producción. Se ha presupuestado el capital de trabajo para un mes.

Tomando en cuenta que las artesanías tendrán un peso de 60, 120 y 180gr respectivamente, si un kilogramo equivale a 1000 gr, si mensualmente se fabricará 548 artesanías pequeñas, 224 medianas y 120 grandes, se tiene una necesidad de 81360 gramos de estaño mensual. Debido a que el presupuesto ha sido calculado para el período de un mes, porqué las ventas y su recuperación del primer mes permitirá producir el producto para el siguiente mes.

**CUADRO N° 45**  
**CAPITAL DE TRABAJO**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	TOTAL
<b>Materia Prima</b>	1	1220,76	<b>1220,76</b>
<b>Mano de obra directa</b>	1	1950,00	<b>1950,00</b>
<b>GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>			<b>1717,00</b>
Transporte	4	155,00	620,00
Promoción y publicidad	1	350,00	350,00
Arriendo	1	400,00	400,00
Agua	34m3	90,00	90,00
Energía eléctrica	115kwh	120,00	120,00
Teléfono	122horas	112,00	112,00
Gas industrial	5	5,00	25,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4887,76</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

#### 4.5.3.1. REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

De acuerdo al diagrama y al tamaño del proyecto, es necesario determinar el número de personas que el proyecto necesitará para su adecuado funcionamiento; el personal requerido se detalla en el siguiente cuadro:

##### 4.5.3.1.1. Sueldos y salarios

**CUADRO N° 46**  
**SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

CARGO	N°	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DEC 4TO	DEC 3RO	APORTE PATRONAL	FONDOS RESERVA	TOTAL
Administrador	1	350	4.200,00	264	350	510,30	350,00	5324,30
Contador	1	280	3.360,00	264	280	408,24	280,00	4312,24
Secretaria	1	264	3.168,00	264	264	384,91	264,00	4080,91
<b>TOTAL</b>		<b>894</b>	<b>10.728,00</b>					<b>\$ 13.717,45</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación directa

**CUADRO N° 47**  
**SUELDOS PERSONAL DE VENTAS**

CARGO	N°	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DEC 4TO	DEC 3RO	APORTE PATRONAL	FONDOS RESERVA	TOTAL
Vendedor	1	264	3.168,00	264	264	384,91	264,00	4080,91
<b>TOTAL</b>		<b>264</b>	<b>3.168,00</b>					<b>\$ 4.080,91</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación directa

#### 4.5.3.1.2. Mano de Obra Directa

**CUADRO N° 48**

#### **MANO DE OBRA DIRECTA**

CARGO	N°	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DEC 4TO	DEC 3RO	APOORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	TOTAL
Artesano	3	264	3.168,00	264	264	384,91	264,00	12242,74
<b>TOTAL</b>			<b>9.504,00</b>	<b>792</b>	<b>792</b>	<b>1154,73</b>	<b>792</b>	<b>12.242,74</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación directa

#### 4.5.3.1.3. Materia Prima (Anexo 5)

**CUADRO N° 49**

#### **MATERIA PRIMA**

CONCEPTO	UNIDADES	CANTIDAD (mes)	COSTO UNITARIO	COSTO PROCESO
<b>MATERIA PRIMA</b>				
Estaño	Kg	81	12,03	978,76
<b>INSUMOS</b>				
Yeso	Kg	50	0,75	37,50
Pintura	Gal	20	7,8	156,00
Lija	m.	20	0,5	10,00
Gasa	Paquetes	50	0,5	25,00
Diluyente	Lit.	18	0,75	13,50
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1220,76</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación directa

## CAPITULO V

### 5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

#### 5.1. PRESUPUESTO INVERSIÓN

El financiamiento del proyecto proviene de dos fuentes básicas que son: las fuentes internas o recursos propios y los recursos de terceros o fuentes externas.

Los recursos propios serán captados de los dos socios la Sra. Magaly Maza y el Sr. Hernán García propietarios de la Casa de Arte en San Antonio de Ibarra que disponen de un capital propio de 9057 dólares cada uno para invertir en el proyecto y los recursos externos provendrán de un préstamo bancario financiando por un valor de 8500 dólares.

#### CUADRO N° 50

##### PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

RUBRO	TOTAL
ACTIVOS FIJOS	19137,65
ACTIVOS DIFERIDOS	2590,00
CAPITAL DE TRABAJO	4887,76
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 26615,41</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Capítulo IV – Estudio Técnico

La inversión total representa **26615.41 USD**. Los cuales serán financiados en un 32 por ciento por parte de la COAC Atuntaqui, Ltda., el 68 por ciento que faltaría serían recursos propios de los accionistas. Este valor esta proyectado para trabajar el primer mes de producción y los siguientes con la recuperación del mismo capital. El 68% de recursos propios es debido a que las instituciones financieras no cubren el 100% de las inversiones, nuestra garantía ante ellos será nuestro propio proyecto.

### 5.1.1. AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

El crédito para el sector de la pequeña industria se origina en gran medida en el Banco Nacional de Fomento y la banca privada. Se determinó que siete bancos privados concentraban el 80 por ciento del activo del sistema de bancos privados, los cuales se tomaron como muestra, para financiar el monto por un 32 por ciento. Lo realizaremos en cuotas variables que es lo mejor para este tipo de proyectos.

El préstamo se otorgara bajo las siguientes condiciones: a un plazo de 5 años, cuyos pagos son anuales, a una tasa de interés actual que rige para los bienes de consumo de 19,56%, con una tasa máxima fijada por el Banco Central de Ecuador de 19,96%. Tasa vigentes hasta el mes de marzo del 2008. Para este préstamo su oficial de crédito manifestó que lo otorgaría al 18% anual máximo, con la cual se realiza la tabla de amortización.

MONTO. 8.500 USD.

PLAZO. 5 Años

INTERÉS. 18% anual

#### CUADRO N°51

#### TABLA DE AMORTIZACIÓN

Años.	Capital	Amortización del capital.	Amortización Del interés.	Saldo.
1	8.500	1.700	1.530	3.230
2	6.800	1.700	1.224	2.924
3	5.100	1.700	918	2.618
4	3.400	1.700	612	2.312
5	1.700	1.700	306	2.006
<b>Total</b>		<b>\$ 8.500</b>	<b>\$ 4.590</b>	<b>\$ 13.090</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: COAC Atuntaqui Ltda.

## 5.2. COSTOS Y GASTOS

El valor de la mano de obra se incrementa 7,45% que es la tasa de crecimiento de los sueldos y salarios de los 5 años anteriores según datos del Ministerio de Trabajo, se presenta a continuación la forma más detallada.

**CUADRO N°52**  
**CALCULO DE TASA DE CRECIMIENTO SALARIOS**

<b>AÑO</b>	<b>SALARIO</b>
2006	180
2007	190
2008	200
2009	218
2010	240

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

**FÓRMULA:**  $M = C (1 + i)^{n-1}$

$$240 = 180(1 + i)^{5-1}$$

$$\frac{240}{180} = (1 + i)^4$$

$$\sqrt[4]{\frac{240}{180}} - 1$$

$$i = 1,0746 - 1; i = 7,45 \%$$

## 5.2.1. EGRESOS

### 5.2.1.1. Costo de Producción

**CUADRO N° 53**  
**COSTOS DE PRODUCCIÓN AÑO 1**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>MATERIA PRIMA</b>				<b>11745,13</b>
Estaño	81,36	12,03	978,76	
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>				<b>12242,74</b>
Artesano	3	300	900	
<b>GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>				<b>627,11</b>
Artesanía matriz	3	75	225	
Yeso	50	0,75	37,5	
Gasa	50	0,5	25	
Pintura blanca (fondo)	15	7,25	108,75	
Pintura	20	9,8	196	
Diluyente	18	0,75	13,5	
Papel empaque	178	0,12	21,36	
Transporte materia prima	95	1	95	<b>1140,00</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 25754,98</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

Para la proyección de Mano de Obra se aplica la tasa de crecimiento de salarios (7,45%), y para la proyección de Materia Prima y los Costos Indirectos se utiliza la media aritmética de la tasa de inflación (4,58%).

**CUADRO N° 54**  
**PROYECCIÓN PRODUCCIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
MATERIA PRIMA	11745,13	12620,14	13560,34	14570,59	15656,10
MANO DE OBRA DIRECTA	12242,74	12803,45	13389,85	14003,11	14644,45
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	1767,11	1848,04	1932,68	2021,20	2113,77
<b>TOTAL</b>	<b>\$25754,98</b>	<b>\$27271,64</b>	<b>\$28882,88</b>	<b>\$30594,90</b>	<b>\$32414,32</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación directa

**5.2.1.2. Gastos Administrativos (Anexo 5)**

Para la proyección de Remuneraciones Administrativas se utiliza la tasa de crecimiento de salarios (7,45%), para los servicios básico y suministros se utiliza la media aritmética de la tasa de inflación (4,58%), para detallar se muestra la siguiente tabla.

**CUADRO N° 55**  
**PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Remuneraciones Administrativas	13717,45	14739,40	15837,49	17017,38	18285,18
Servicios Básicos(Anexo)	720,00	752,98	787,46	823,53	861,25
Suministros y Papelería(Anexo)	240,00	250,99	262,49	274,51	287,08
<b>TOTAL</b>	<b>\$14677,45</b>	<b>\$15743,37</b>	<b>\$16887,44</b>	<b>\$18115,42</b>	<b>\$19433,50</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación directa

### 5.2.1.2.1. Gasto arriendo

El gasto de arriendo será el valor a pagar por la utilización de las instalaciones físicas, que la empresa utilizará para su funcionamiento. Este pago se realizará a terceros realizando un contrato de arrendamiento previamente establecido.

**CUADRO N° 56**  
**PROYECCIÓN GASTO ARRIENDO**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo oficinas y bodegas	3000,00	3137,40	3281,09	3431,37	3588,52
Pago Garantía	1000,00				
<b>TOTAL</b>	<b>\$4000,00</b>	<b>\$3137,40</b>	<b>\$3281,09</b>	<b>\$3431,37</b>	<b>\$3588,52</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

### 5.2.1.2.2. Gasto depreciación

El valor para depreciar mobiliario y herramientas es del 10%; de igual manera para depreciar equipo de computación el valor es de 33,33% como detallamos a continuación:

**CUADRO N° 57**  
**DEPRECIACIÓN**

DEPRECIACIÓN	INVERSIÓN	% DEPRE	VIDA ÚTIL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipos de computo	2.637,00	0,33	3	870,21	870,21	870,21		
Muebles y Enceres	1.134,00	0,1	10	113,4	113,4	113,4	113,4	113,4
Herramientas	1.140,00	0,1	10	114	114	114	114	114
<b>TOTAL</b>	<b>\$4911,00</b>			<b>\$1097,61</b>	<b>\$1097,61</b>	<b>\$1097,61</b>	<b>\$227,4</b>	<b>\$227,4</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

### 5.2.1.3. Gasto ventas

Por otro lado, los gastos de venta, incluidos aquellos gastos incurridos en la venta del producto al consumidor. Aquí se toma en cuenta un gasto de transporte en ventas para aquella persona que tiene el puesto del vendedor, quién tendrá que movilizarse hacia todas las ciudades de la provincia para lograr que el producto llegue y una comisión para sus gastos de comida, que será tomado como comisiones en ventas. La proyección la realizamos bajo la media aritmética de la tasa de inflación (4,58%) y adicionamos un 3% de imprevistos con el objetivo de ampliar nuestro mercado.

**CUADRO N° 58**  
**PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto sueldo vendedor	4080,91	4384,94	4711,62	5062,63	5439,80
Comisiones en venta	720,00	752,98	787,46	823,53	861,25
Imprevistos 3%	144,03	150,62	157,52	164,74	172,28
<b>TOTAL</b>	<b>\$4944,94</b>	<b>\$5288,54</b>	<b>\$5656,60</b>	<b>\$6050,90</b>	<b>\$6473,33</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

#### 5.2.1.3.1. Gasto promoción y publicidad

El rubro de gasto de promoción y publicidad se lo utilizará como estrategia de venta, para dar a conocer el producto en el mercado, tanto local como provincial. El volanteo será la principal estrategia generando 12000 volantes anuales que serán impresas por el autor a un costo de 0.05 centavos la volante. Además se crea un sitio web el cual tiene un costo de 200 dólares por diseño y mantenimiento, finalmente es un rubro destinado para entregar muestras gratis de tamaño pequeño tan solo durante el primer año.

**CUADRO N° 59**  
**PROYECCIÓN GASTO PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Volantes	360,00	376,49	404,54	434,67	467,06
Diseño pagina WEB	960,00	1003,97	1078,76	1159,13	1245,49
Muestras gratis	360,00				
<b>TOTAL</b>	<b>\$1680,00</b>	<b>\$1380,46</b>	<b>\$1483,30</b>	<b>\$1593,81</b>	<b>\$1712,54</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

**5.2.1.4. Gasto financiero**

Los gastos financieros son los gastos que se realizarán por el uso del dinero, que en este caso será por el préstamo otorgado por una institución financiera. El principal rubro del gasto financiero en el proyecto constituye la amortización de interés del préstamo recibido.

**CUADRO N° 60**  
**PROYECCIÓN GASTO FINANCIERO**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Pago de Interés	1530,00	1224,00	918,00	612,00	306,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$1530,00</b>	<b>\$1224,00</b>	<b>\$918,00</b>	<b>\$612,00</b>	<b>\$306,00</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

**CUADRO N°61**  
**RESUMEN GENERAL DE COSTOS Y GASTOS**

<b>RUBROS</b>	<b>Año1</b>	<b>Año2</b>	<b>Año3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>
<b>COSTOS:</b>					
Materia prima	11745,13	12620,14	13560,34	14570,59	15656,10
Mano de obra directa	12242,74	12803,45	13389,85	14003,11	14644,45
Costos indirectos de fabricación	1767,11	1848,04	1932,68	2021,20	2113,77
<b>TOTAL COSTOS:</b>	<b>25.754,98</b>	<b>27.271,64</b>	<b>28.882,88</b>	<b>30.594,90</b>	<b>32.414,32</b>
<b>GASTOS:</b>					
<b>Gasto Administrativo:</b>					
Gasto administrativo	14.677,45	15.743,37	16.887,44	18.115,42	19.433,50
Gasto de arrendamiento	4000,00	3137,40	3281,09	3431,37	3588,52
Depreciación	1.097,61	1.097,61	1.097,61	227,40	227,40
<b>Total Gasto Administrativo:</b>	<b>19.775,06</b>	<b>19.978,38</b>	<b>21.266,14</b>	<b>21.774,18</b>	<b>23.249,43</b>
<b>Gasto financiero:</b>					
Pago de interés	1.530	1.224	918,00	612,00	306,00
<b>Total Gasto financiero:</b>	<b>1.530</b>	<b>1.224</b>	<b>918</b>	<b>612</b>	<b>306</b>
<b>Gasto de ventas:</b>					
Transporte y comisión en ventas	4.944,94	5.288,54	5.656,60	6.050,90	6.473,33
Gasto de promoción y publicidad	1.680	1.380,46	1.483,30	1.593,81	1.712,54
<b>Total Gasto de Ventas:</b>	<b>6.624,94</b>	<b>6.669,00</b>	<b>7.139,90</b>	<b>7.644,70</b>	<b>8.185,87</b>
<b>TOTAL GASTOS:</b>	<b>27.930,00</b>	<b>27.871,38</b>	<b>29.324,04</b>	<b>30.030,89</b>	<b>31.741,30</b>
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>53.684,98</b>	<b>55.143,01</b>	<b>58.206,92</b>	<b>60.625,78</b>	<b>64.155,62</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

### 5.3. PROYECCIÓN DE VENTAS

#### 5.3.1. PROYECCIÓN DE UNIDAD PRODUCTIVA

La unidad productiva, dispondrá de artesanías de 60gr, 120gr y 180gr (Anexo5). Las cuales pasaran mensualmente al proceso de producción en tres series: pequeñas, medianas y grandes., con la cantidad de 900 piezas a cubrir mensualmente corresponde al 30% de la demanda insatisfecha, resultado del estudio de mercado. La producción tendrá un incremento del 10% por cada año, llegando en el año 5 a producir el 96% de la capacidad instalada.

#### CUADRO N°62

#### UNIDAD PRODUCTIVA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Piezas pequeñas	6575	7232	7956	8751	9626
Piezas medianas	2691	2960	3256	3582	3940
Piezas grandes	1442	1586	1745	1919	2111
<b>TOTALES</b>	10708	11779	12956	14252	15677

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación directa

#### 5.3.2. PROYECCIÓN DE PRECIOS

Para determinar el precio de venta se utiliza la fórmula del costo unitario, que es igual al costo total de producción dividido para el número de unidades producidas.

A continuación se detalla la fórmula del costo para su mejor entendimiento. Se debe hacer notar que al valor del costo de producción se encuentra sumado el valor de la depreciación y el valor del primer año de interés.

$$\text{preciodeventa} = \frac{\text{Costo total de producción}}{\text{Unidades producidas}}$$

**CUADRO N° 63**  
**PRECIO DE VENTA**

<b>ARTESANÍA</b>	<b>COSTO PRODUCCIÓN</b>	<b>UNIDADES PRODUCIDAS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>UTILIDAD 20%</b>
PEQUEÑO	17517,30	6575	2,66	3,20
MEDIANO	16651,14	2691	6,19	7,43
GRANDE	15888,92	1442	11,02	13,22
<b>TOTAL</b>		10708		

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

La proyección se realiza bajo la media aritmética de la tasa de inflación (4,58%)

**CUADRO N° 64**  
**PROYECCIÓN DE PRECIOS**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Piezas pequeñas	3,20	3,24	3,29	3,33	3,38
Piezas medianas	7,43	7,47	7,52	7,56	7,61
Piezas grandes	13,22	13,27	13,31	13,36	13,41

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

### **5.3.3. PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS**

Para este presupuesto se tomo en cuenta que la planta de producción estará destinada para cubrir el 30% de la demanda insatisfecha del mercado, el estudio de mercado fue fundamental ya que se pudo saber cuantas personas están interesadas en adquirir el producto.

**CUADRO N°65**

**PROYECCIÓN INGRESOS POR VENTA**

<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>PIEZAS PEQUEÑAS</b>	<b>PIEZAS MEDIANAS</b>	<b>PIEZAS GRANDES</b>	<b>TOTALES</b>
CANTIDAD	6575	2691	1442	
PRECIO	3,20	7,43	13,22	
<b>INGRESO AÑO 1</b>	<b>\$ 21020,22</b>	<b>\$ 19981,06</b>	<b>\$ 19066,46</b>	<b>\$ 60067,74</b>
CANTIDAD	7232,31	2960,05	1586,18	
PRECIO	3,24	7,47	13,27	
<b>INGRESO AÑO 2</b>	<b>\$ 23453,48</b>	<b>\$ 22114,74</b>	<b>\$ 21045,75</b>	<b>\$ 66613,97</b>
CANTIDAD	7955,54	3256,06	1744,80	
PRECIO	3,29	7,52	13,31	
<b>INGRESO AÑO 3</b>	<b>\$ 26163,19</b>	<b>\$ 24475,34</b>	<b>\$ 23230,24</b>	<b>\$ 73868,77</b>
CANTIDAD	8751,10	3581,67	1919,28	
PRECIO	3,33	7,56	13,36	
<b>INGRESO AÑO 4</b>	<b>\$ 29180,31</b>	<b>\$ 27086,91</b>	<b>\$ 25641,17</b>	<b>\$ 81908,39</b>
CANTIDAD	9626,21	3939,83	2111,21	
PRECIO	3,38	7,61	13,41	
<b>INGRESO AÑO 5</b>	<b>\$ 32539,22</b>	<b>\$ 29976,05</b>	<b>\$ 28301,98</b>	<b>\$ 90817,25</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación directa

#### 5.4. BALANCE GENERAL INICIAL

El balance inicial se elaborará al iniciar las operaciones de la unidad productiva, es la presentación ordenada de los valores, registrando con lo que se cuenta para comenzar las actividades y su normal funcionamiento.

#### BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL Arranque al año 0

##### ACTIVOS:

Bancos 26 615

##### PASIVOS:

Cuentas por pagar 8.500,00

**PATRIMONIO: 18 115**

**TOTAL ACTIVO: 26.615**

**TOTAL PASIVO + PATRIMONIO: 26.615**

#### 5.5. BALANCE DE RESULTADOS

El estado de resultados, conocido también como Estado de Pérdidas y Ganancias, muestra los resultados de las operaciones que la empresa tendrá durante los próximos 5 años. Como se detalla en el cuadro:

**CUADRO N° 66**  
**BALANCE DE RESULTADOS PROYECTADO**

Concepto.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	60.068	66.614	73.869	81.908	90.817
Costo de producción	25.754,98	27.271,64	28.882,88	30.594,90	32.414,32
<b>Utilidad bruta:</b>	<b>34.312,76</b>	<b>39.342,33</b>	<b>44.985,89</b>	<b>51.313,50</b>	<b>58.402,93</b>
Gasto administrativo	18.677,45	18.880,77	20.168,53	21.546,78	23.022,03
Gasto de ventas	6.624,94	6.669,00	7.139,90	7.644,70	8.185,87
Gasto financiero	1.530	1.224	918	612	306
<b>Utilidad antes de impuestos:</b>	<b>7.480,37</b>	<b>12.568,57</b>	<b>16.759,46</b>	<b>21.510,01</b>	<b>26.889,03</b>
15% Participa. trabajadores	1.122,06	1.885,28	2.513,92	3.226,50	4.033,35
25% Impuesto a la renta	1.795,29	2.890,77	3.687,08	4.732,20	5.915,59
<b>Utilidad neta:</b>	<b>4.563,03</b>	<b>7.792,51</b>	<b>10.558,46</b>	<b>13.551,30</b>	<b>16.940,09</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

## 5.6. FLUJO DE CAJA

El flujo de caja ayudará a determinar las entradas y salidas de efectivo que el proyecto genere, además de ayudar a determinar los índices financieros del proyecto. A continuación se detalla el cálculo de flujo de caja.

**CUADRO N° 67**  
**FLUJO DE CAJA**

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
<b>Ingresos:</b>						
<b>Ventas</b>		<b>60.068</b>	<b>66.614</b>	<b>73.869</b>	<b>81.908</b>	<b>90.817</b>
<b>( - ) Costo de producción</b>						
Materia prima		11745,13	12620,14	13560,34	14570,59	15656,10
Mano de obra directa		12242,74	12803,45	13389,85	14003,11	14644,45
Costos indirectos de fabricación		1767,11	1848,04	1932,68	2021,20	2113,77
<b>= Utilidad bruta</b>		<b>34.313</b>	<b>39.342</b>	<b>44.986</b>	<b>51.313</b>	<b>58.403</b>
<b>( - ) Gastos</b>						
Gasto administrativos		14.677,45	15.743,37	16.887,44	18.115,42	19.433,50
Gasto de arrendamiento		4000,00	3137,40	3281,09	3431,37	3588,52
Gasto financiero		1.530	1.224	918,00	612,00	306,00
Gasto de ventas		4.944,94	5.288,54	5.656,60	6.050,90	6.473,33
Gasto promoción y publicidad		1.680	1.380,46	1.483,30	1.593,81	1.712,54
<b>= Utilidad antes de participación</b>		<b>7.480,37</b>	<b>12.568,57</b>	<b>16.759,46</b>	<b>21.510,01</b>	<b>26.889,03</b>
( - )15% participación trabajadores		1.122,06	1.885,28	2.513,92	3.226,50	4.033,35
<b>= Utilidad antes de impuestos</b>		<b>6.358,32</b>	<b>10.683,28</b>	<b>14.245,54</b>	<b>18.283,51</b>	<b>22.855,68</b>
( - )25% Impuesto a la renta		1.526,00	2.457,15	3.134,02	4.022,37	5.028,25
<b>= Utilidad neta</b>		<b>4.832,32</b>	<b>8.226,13</b>	<b>11.111,52</b>	<b>14.261,13</b>	<b>17.827,43</b>
( - ) Inversión	- 20615.41					
+ Crédito	8500					
+ Depreciación		<b>1.097,61</b>	<b>1.097,61</b>	<b>1.097,61</b>	<b>227,40</b>	<b>227,40</b>
<b>= Flujos netos de efectivo</b>	<b>- 12115.41</b>	<b>5929.93</b>	<b>9.323,74</b>	<b>12.209,13</b>	<b>14.488,53</b>	<b>18.054,83</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

## 5.7. EVALUACIÓN FINANCIERA

### 5.7.1. TASA DE REDESCUENTO O RENDIMIENTO MEDIO

Para un proyecto de inversión la tasa de redescuento es la tasa mínima que debe generar el proyecto

**CUADRO N° 68**  
**CALCULO TASA DE REDESCUENTO**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	TASA PONDERADA
Inversión Propia	18,115	68.06	4.53	3.08
Inversión Financiada	8,500	31.94	18.0	4.96
Total	26,615	100		8.83

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Banco Central del Ecuador

VALOR FINAL: 8.83% (Ck)

TASA DE REDESCUENTO: Ck + Inflación

$$8.83\% + 4\% = 12.83\%$$

### 5.7.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma. Matemáticamente se determina por la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{\langle \text{Inversión} \rangle + \sum \text{FNC}}{(1 + i)^n}$$

Referencias:

FC → Flujos Netos de caja proyectados

i → tasa de redescuento

n → Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión

VAN positivo, significa que existe rentabilidad

VAN negativo, inversión no rentable o no atractiva

Tasa de redescuento: 12.83%

$$VAN = -26615.41 + \frac{5.929,93}{(1+0,1283)^1} + \frac{9.323,74}{(1+0,1283)^2} + \frac{12.209,13}{(1+0,1283)^3} + \frac{14.488,53}{(1+0,1283)^4} + \frac{18.054,83}{(1+0,1283)^5}$$

$$VAN = -26615.41 + 5255.63 + 7323.88 + 8499.84 + 8939.76 + 9873.48$$

$$VAN = -26615.41 + 39892.59$$

$$VAN = 13277.18$$

De acuerdo a lo que se menciona anteriormente el resultado del VAN es positivo por lo tanto el proyecto es rentable y factible de llevarse a cabo.

### 5.7.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es una tasa que iguala la suma de los flujos netos de efectivo a la inversión inicial, o hace que el valor actual neto sea igual a cero. La tasa interna de retorno es igual a la menor de las dos tasas de descuento, más

la diferencia entre las dos tasas; por el valor actual neto correspondiente a la tasa de descuento inferior, dividiendo por la diferencia absoluta entre los dos valores actuales netos como se detalla en la siguiente fórmula:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[ \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}} \right]$$

**Donde:**

**Ti** = Tasa inferior

**Ts** = Tasa superior

**VAN Ti** = Valor actual neto de la tasa inferior

**VAN Ts** = Valor actual neto de la tasa superior

### 5.7.3.1. Determinación del valor actual neto de la tasa superior.

$$VAN = -26615.41 + \frac{5.929,93}{(1+0,29)^1} + \frac{9.323,74}{(1+0,29)^2} + \frac{12.209,13}{(1+0,29)^3} + \frac{14.488,53}{(1+0,29)^4} + \frac{18.054,83}{(1+0,29)^5}$$

$$VAN = -26615.41 + 4596.84 + 5602.87 + 5687.42 + 5231.97 + 5054.11$$

$$VAN = -26615.41 + 26173.21$$

$$VAN = - 442.20$$

$$TIR = 0.1283 + (0.29 - 0.1283) \left[ \frac{13277.18}{13277.18 - (-442.20)} \right]$$

$$TIR = 0.1283 + (0.1617) \left[ \frac{13277.18}{13719.38} \right]$$

$$TIR = 28.48\%$$

La tasa interna de retorno de nuestro proyecto es de 28.48% que supera la tasa activa que es del 18%, esto significa que el proyecto es prácticamente aceptable para su instalación. Valor que representa a la tasa de rendimiento de los accionistas del proyecto. En el país cuando los proyectos tienen una TIR superior al 15% son considerados buenos.

## 5.8. RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

Este método sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirve de instrumentos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja.

Si B/C es mayor que 1, tenemos un adecuado retorno

Si B/C es menor que 1, no hay un adecuado retorno, por lo tanto no es atractiva la inversión.

Si B/C es igual a 1, significa indiferencia tampoco es aceptable porque equivale a no haber hecho nada.

**La fórmula de cálculo es:**

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos} / (1 + i)^n}{\sum \text{Egresos} / (1 + i)^n}$$

De esta manera se procede a reemplazar en la fórmula los ingresos y egresos del flujo de caja

**CUADRO N° 69**  
**CÁLCULO DEL COSTO- BENEFICIO**

			<b>INGRESOS</b>	<b>EGRESOS</b>
<b>AÑOS</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>ACTUALIZADOS</b>	<b>ACTUALIZADOS</b>
1	60.067,74	26.832,39	59.306,83	26.492,49
2	66.613,97	26.773,77	64.936,99	26.099,75
3	73.868,77	28.226,43	71.096,99	27.167,29
4	81.908,39	29.803,49	77.836,30	28.321,80
5	90.817,25	31.513,90	85.209,02	29.567,82
	<b>373.276,12</b>	<b>143.149,98</b>	<b>358.386,13</b>	<b>137.649,15</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

$$\text{COSTO - BENEFICIO} = \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Gastos actualizados}}$$

$$C/B = \frac{358386.13}{137649.15}$$

***COSTO - BENEFICIO = 2.60***

El análisis de este indicador permite determinar que por cada dólar invertido el proyecto está generando 1.60 dólares.

### **5.9. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

Este elemento de evaluación 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.

Inversión = 26,615 USD

**CUADRO N°70**  
**PERIODO DE RECUPERACIÓN**

AÑOS	CAPITAL	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
1	26.615,00	5.255,63	5.255,63
2		7.323,88	12.579,51
3		8.499,84	21.079,35
4		8.939,76	30.019,11
5		9.873,48	39.892,59

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

INVERSIÓN – F.N. ACUMULADO 3 AÑOS

$$26\ 615 - 21\ 079,35 = 5535,65$$

F.N. ACTUALIZADO AÑO 3

$$\text{F.N. MENSUAL} = \frac{\quad}{\quad}$$

12 MESES

$$\frac{5535,65}{\quad}$$

$$\frac{\quad}{12} = 461,30$$

12

$$\frac{5535,65}{\quad}$$

$$\frac{\quad}{461,30} = 12,00 \text{ meses}$$

$$\frac{5535,65}{461,30}$$

La recuperación de la inversión será en un tiempo de 4 años.

## 5.10. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio se calcula con base a la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

De donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

Los siguientes son considerados como costos variables, ya que estos varían de acuerdo a las ventas y las tasas de interés que podrían variar de un trimestre a otro:

**CUADRO N° 71**  
**COSTOS VARIABLES**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo operativo	25754,98	27271,64	28882,88	30594,90	32414,32
<b>TOTAL</b>	<b>25754,98</b>	<b>27271,64</b>	<b>28882,88</b>	<b>30594,90</b>	<b>32414,32</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación directa

Los costos fijos son valores que permanecen constante sin importar el volumen de ventas que se tenga en un período dato, esto son los siguientes:

**CUADRO N° 72  
COSTOS FIJOS**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Gasto Personal	13717,45	14739,40	15837,49	17017,38	18285,18
Gasto Publicidad	1680,00	1380,46	1483,30	1593,81	1712,54
Depreciación	1097,61	1097,61	1097,61	227,40	227,40
Gastos generales	4000,00	3137,40	3281,09	3431,37	3588,52
<b>TOTAL</b>	<b>20495,06</b>	<b>20354,87</b>	<b>21699,49</b>	<b>22269,95</b>	<b>23813,64</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

**CUADRO N° 73  
COSTOS TOTALES**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
COSTOS VARIABLES	25754,98	27271,64	28882,88	30594,90	32414,32
COSTOS FIJOS	20495,06	20354,87	21699,49	22269,95	23813,64
<b>TOTAL</b>	<b>46250,04</b>	<b>47626,51</b>	<b>50582,37</b>	<b>52864,85</b>	<b>56227,96</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

Una vez detallado costos fijos, variables y costos totales, seguidamente se calcula el punto de equilibrio con la fórmula antes descrita.

$$PE = \frac{20\,495.06}{1,00} = \frac{25\,754.98}{60\,067.94}$$

$$PE = 35880.71$$

Para poder cubrir todos los costos y gastos que genera la planta en un año, es necesario vender **35880.71** dólares, con este valor no se tendrá ni ganancia ni pérdida.

## CAPITULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

#### 6.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

**EL MUNDO EN ESTAÑO** es el nombre de la empresa que está íntimamente ligado con el objetivo de la misma.

#### 6.2 LOGOTIPO

*Arte que perdura en el tiempo...*



**El Mundo en Estaño**

#### 6.3. IMPORTANCIA

El proyecto es de mucha importancia debido a que por medio del diagnóstico que se ha realizado se demuestra que en la provincia de Imbabura no existe este tipo de empresas que artesanías a base de estaño utilizando la materia prima existente en nuestro medio. De tal manera que al implementar el proyecto se esta logrando ser la microempresa pionera en la fabricación de artículos a base de estaño.

El estudio de mercado demuestra si bien es cierto, que por el momento la demanda se encuentra cubierta en la provincia de Imbabura en materiales como madera y cerámica; pero según las proyecciones para los años venideros existe ya una demanda insatisfecha debido a que han ingresado en el mercado artículos de alto costo que limitan la adquisición de este tipo de artículos. Pero no se debe olvidar que por más artículos novedosos que ingresen en el mercado, la artesanía de estaño no perderá su participación en el mercado, por la influencia eminente del turismo.

El estudio técnico del proyecto demuestra que en la ciudad de Ibarra existe el parque industrial, lugar adecuado para montar este tipo de microempresas o proyectos productivos. Además de ser un proyecto económicamente factible se lo debe considerar de mucha importancia para ampliar la estructura económica productiva de la ciudad de Ibarra. Los impactos que generan este tipo de proyectos no es alto o alarmante; lo que quiere decir que su implementación no estaría afectando o modificando el medio ambiente de la ciudad. Por estos motivos se considera un proyecto importante para la provincia y su población en el momento de su ejecución.

#### **6.4. BENEFICIARIOS**

Al ponerse en marcha el proyecto, los principales beneficiarios serán las familias Ibarreñas y los turistas nacionales y extranjeros que tendrán acceso a un nuevo producto de arte y recuerdo a un menor precio de los que actualmente se comercializan en el mercado local. Además de beneficiarse aquellas familias de las personas que trabajen en la microempresa y todas aquellas personas o instituciones que de una u otra forma estarán relacionados con la microempresa.

## **6.5. VISIÓN**

Ser en el año 2016, una empresa líder en la ciudad de Ibarra en la producción y comercialización de artesanías a base de estaño; a través de una estructura moderna, ágil que nos permita diversificar nuestros servicios, ofreciendo al consumidor final productos terminados de alta calidad.

## **6.6. MISIÓN**

Producir y comercializar artesanías a base de estaño, cuya funcionalidad y soporte satisfagan las necesidades de nuestros clientes y prospectos, para poder convertirnos en un verdadero Socio de Negocios, constituyéndonos en el proveedor número uno de este tipo de productos en el mercado ibarreño.

## **6.7. BASE LEGAL**

### **6.7.1. Titularidad de la propiedad de la empresa (persona natural o jurídica)**

La empresa será una Compañía Limitada entre otras ventajas importantes, porque requiere de menor capital, la cesión de participaciones debe efectuarse con el consentimiento unánime del capital social y mediante escritura pública, lo que dificulta el ingreso de socios no deseados a la compañía y da mayor seguridad.

La responsabilidad de los socios se limita al monto que aportan al capital social. Las limitaciones que tiene este tipo de compañía es que ya no se pueden aumentar las acciones y como es de tipo familiar se dificulta la administración de la misma.

### 6.7.1.1 Requisitos

La compañía “EL MUNDO EN ESTAÑO” debe cumplir con los siguientes requisitos legales para su formación:

Número de socios: Mínimo 2 y máximo 15 personas.

Razón Social: el nombre de la compañía debe darse por los nombres de los socios en forma imperfecta o por el objetivo para el cual se forma, incluyendo el texto de Responsabilidad Limitada o su abreviatura Cía. Ltda.

Capital: De acuerdo a la ley, el capital estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior a \$ 400 de capital suscrito y como capital pagado el equivalente al 50% de dicho valor. Estará dividido en participaciones de \$1 o múltiplos de mil.

Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de 12 meses. A contarse de la fecha de constitución de la compañía.

Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de “integración de Capital”, que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación.

**Responsabilidad:** Los socios solamente responden por un máximo equivalente al monto de su participación individual.

**Constitución:** Dentro de los pasos a seguir en el marco legal para la formación de la compañía:

- El registro mercantil en de la Superintendencia de Compañías.

- Registro Único de Contribuyentes

El Registro Único de Contribuyente (RUC), es el punto de partida para el proceso de la administración tributaria. El RUC constituye el número de la identificación de todas las personas naturales y sociedad que sean sujetos de obligaciones tributarias. A través del certificado del RUC (documento de inscripción), el contribuyente está en capacidad de conocer adecuadamente cuales son sus obligaciones tributarias, de forma que le facilite un cabal cumplimiento de las mismas.

- Registro Sanitario.

El Registro Sanitario tendrá una vigencia de siete años, contados a partir de la fecha de expedición y podrá renovarse por períodos iguales a los términos establecidos en el Código de Salud y en el presente Reglamento. Para reinscribirlo se debe presentar la solicitud de renovación tres meses antes de su vencimiento, en caso de no ser renovado, el Director General de Salud procederá a cancelarlo.

#### **6.7.1.2. APOORTE DE LOS SOCIOS**

**EL MUNDO EN ESTAÑO CIA. LTDA.** Estará conformada por dos accionistas, los que aportan en numerario.

#### **6.7.1.3. TRAMITES DE LEGALIZACIÓN**

Se debe cumplir con lo siguiente:

1. Aprobación de la denominación de la compañía.
  - a. Primero. Se realiza un solicitud a la Superintendencia de Compañías, en la que conste el nombre / nombres que se han pensado para la compañía y el tipo de compañía que se quiere constituir.

- b. Segundo. La aprobación del nombre se sujeta al Reglamento para la Aprobación de Nombres Emitidos por la Superintendencia.
  - c. Tercero. Este trámite dura aproximadamente 48 horas.
2. Minuta suscrita por un abogado, contiene los estatutos de la compañía.
  3. Aprobación de los estatutos por parte del Departamento de Compañías Limitadas de la Superintendencia de Compañías.
  4. Depósito en la cuenta de integración de capital, abierta en cualquier banco del país de por lo menos el 50% del capital social.
  5. Los estatutos se llevan a escritura pública ante un Notario, con las firmas de los socios fundadores. Se presentan documentos de identidad originales.
  6. Se remiten mínimo 3 copias certificadas de la misma Superintendencia de Compañías, y una solicitud de aprobación debidamente suscrita por el abogado.
  7. El trámite es enviado al Departamento Jurídico de la Superintendencia de Compañías, el cual analiza, revisa y redacta un informe, para que se proceda a la aprobar la Constitución mediante Resolución.
  8. Superintendencia de Compañías emite un extracto de resolución aprobatoria de la compañía.
  9. Publicación del extracto de la escritura, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía.
  10. Con la copia de la publicación, se solicita a la Superintendencia de Compañías, la Resolución de aprobación y las copias de la Escritura de Constitución.
  11. Obtención de la Patente Municipal.
  12. Afiliación a la Cámara de Comercio, según el objeto social.
  13. Inscripción de la escritura de constitución en el Registro Mercantil.
  14. Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC)

El tiempo para la obtención de la constitución de una compañía Limitada es de 60 días aproximadamente.

## **6.8. POLÍTICAS**

- La producción se realizará a base de la continua investigación y a los planes de trabajo.
- La producción debe ser en forma constante, permanente y la misma debe cumplir con el servicio para el cual es creado.
- La producción estará directamente relacionada con los planes de desarrollo personal de los empleados, los objetivos de la empresa y el servicio al consumidor final.
- La producción constituye el eje central de la microempresa, de esta manera la misma estará encargada de capacitar, motivar, ascender y valorar al recurso humano.

## **6.9. VALORES**

### **6.9.1. Compromiso empresarial**

Al implementar una empresa que elabore artesanías de estaño en la ciudad de Ibarra. Le permitirá adquirir imagen empresarial ante la sociedad, de tal manera poder asumir el compromiso conjuntamente con los empleados compartiendo la responsabilidad laboral, esto permitirá la superación económica y social tanto de los empleados como de la ciudad en general.

### 6.9.2. Equidad

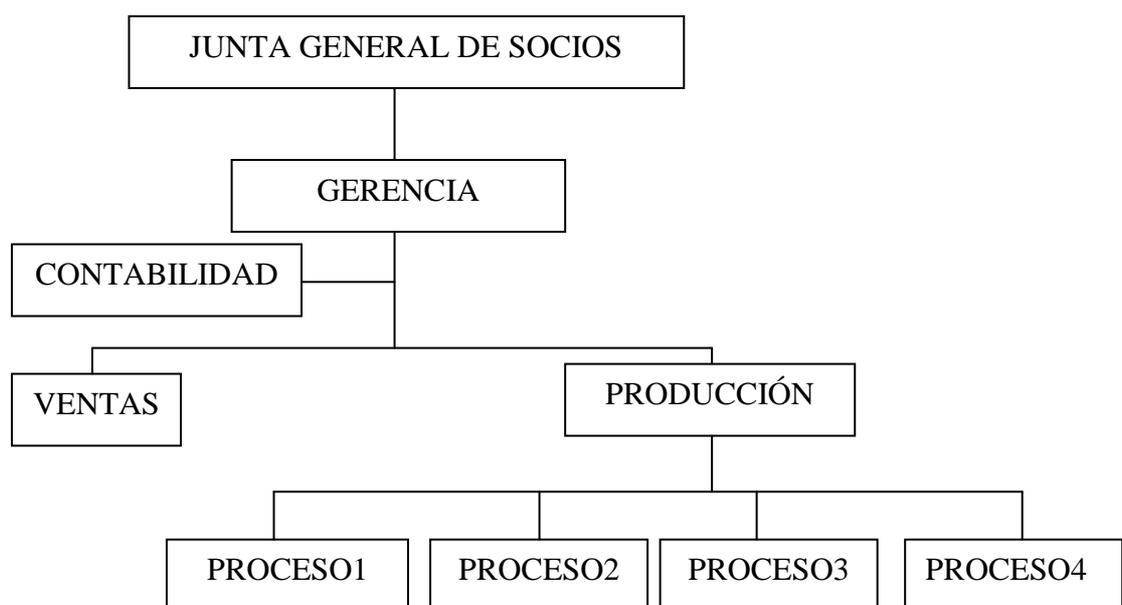
Este factor será de suma importancia para el desarrollo normal de las actividades, debido a que este permitirá a todos los empleados del nivel alto, y al nivel medio sean considerados iguales, y así satisfacer las necesidades. Y lograr tomar las mejores decisiones en el momento adecuado, logrando así la relación deseada entre todos los miembros de la microempresa.

### 6.9.3. Eficiencia y eficacia

La eficiencia y eficacia se lograra con la capacitación y motivación constante que los empleados reciban, con la finalidad de producir un producto de calidad, realizar las funciones en un rango satisfactorio, y por ende productos de calidad que vayan dirigidos al consumidor final y satisfaga sus necesidades.

## 6.10. ORGANIGRAMA

A continuación se presenta la estructura orgánica de la unidad productiva.



## **6.11. ORGÁNICO FUNCIONAL**

Para el buen funcionamiento de la empresa se contara con el número total de 5 personas que se encargaran de realizar las diferentes funciones que se detalla a continuación, los perfiles de los futuros involucrados en la empresa.

### **6.11.1.- Junta general de socios**

#### **Funciones**

- Reunirse por lo menos una vez cada quince días.
- Elaborar los estatutos dentro de los cuales se regirá las labores de la empresa.
- Tomar decisiones en lo referente al buen manejo dela empresa.
- Programar objetivos a corto plazo de las actividades de la empresa con la finalidad de llegar a toda la provincia con el producto.
- Tomar decisiones dentro de la empresa.
- Llevar un registro de todas sus reuniones y decisiones en un libro de actas.

### **6.11.2. Gerente**

#### **Requisitos**

- Los postulantes deberán contar con estudios superiores de Administración de Empresas, Contabilidad, o Marketing.
- Que sea responsable y tenga afán de liderar todas las relaciones que se le designen.
- Capacidad de negociación y convencimiento su experiencia en este caso de será de extrema importancia.
- Disponibilidad de tiempo completo e inmediato

## **Funciones**

- Elaborar y presentar informes periódicos de todas las actividades realizadas por la microempresa.
- Administrar, dirigir, planificar y controlar el adecuado funcionamiento de la microempresa.
- Relacionarse con los distribuidores de materia prima base, comerciantes y empleados en general que estén a su mando.
- Determinar sueldos y salarios del personal
- Supervisar el cumplimiento del trabajo.
- Coordinar y participar en todos los procesos.
- Tomar decisiones en todas las áreas de su competencia.
- Determinar las cantidades necesarias para la adquisición de materiales, costos de producción y ventas.

### **6.11.3. Vendedor**

#### **Requisitos**

- Estudios superiores en la carrera de Marketing o afines
- Experiencia no necesaria, ganas de superación en la rama de ventas.
- Buen trato y atención esmerada al cliente.
- Habilidad para relacionarse y excelente presencia.
- Disponibilidad de tiempo completo.

#### **Funciones**

- Elaborar informes de todas las ventas realizadas y presentar al gerente.
- Eficiente en la atención al cliente.
- Trato directo y personal con los clientes.
- Llevar un adecuado sistema y control de ventas.

#### **6.11.4. Contadora**

##### **Requisitos**

- Experiencia no necesaria, ganas de superación en la rama encomendada.
- Estudios en Contabilidad superior y Auditoria.
- Ser contador público acreditada CPA.
- Buena presencia y don de gente.
- Buenas relaciones interpersonales.

##### **Funciones**

- Registrar las transacciones diarias ( compras y ventas)
- Elaboración de balances financieros.
- Elaboración de impuestos.
- Elaboración de roles de pago y todos los registros de personal ante el Instituto de seguridad Social.
- Pagos a proveedores.
- Llevar la contabilidad de forma moderna y eficaz.

#### **6.11.5.- Secretaria**

##### **Requisitos**

- Debe tener título de secretariado ejecutivo.
- La experiencia será de prioridad debe tener predisposición para trabajar.

##### **Funciones**

- Llevar los registros de entradas y salidas de materiales de producción.

- Manejo de archivo
- Agendar clientes y sus datos personales
- Mantener muy limpio y ordenado el área a su cargo.
- Elaborar y presentar informes de sus actividades.
- Realizar todas las órdenes de gerencia.

#### **6.11.6. Artesanos**

##### **Requisitos**

- Deben tener título de bachiller.
- Predisposición de trabajo inmediato.
- Ser disciplinado, don de gente, ser creativo y amigable.

##### **Funciones**

- Deben participar en las etapas de producción.
- Ayudar al buen manejo y control de calidad del producto.
- Colaborar en todas las actividades necesarias en el proceso de producción.
- Realizar todas órdenes de gerencia.

## CAPITULO VII

### 7. IMPACTOS

La presente investigación se ha sustentado con un análisis técnico de todos los posibles impactos en aquellas áreas o ámbitos que la realización del proyecto generé. Por tratarse de un proyecto productivo el presente análisis de impactos se utilizará el método más sencillo y conveniente para su mejor comprensión el cual tiene la siguiente estructura.

- Se determina las áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positivamente o negativamente, para nuestro caso se ha determinado tres áreas: social, económico, y ambiental.
- Se selecciona un rango o parámetro de niveles de impacto positivo y negativo como se detalla en la siguiente tabla.

#### CUADRO Nº 74

##### MEDICIÓN DE IMPACTOS

-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

- Se elabora para cada una de las áreas o ámbitos una matriz en la que horizontalmente se ubica los niveles o rango de impacto establecidos en la tabla anterior. Y verticalmente se determina una serie de

indicadores que permiten tener información puntual del área o ámbito analizado.

- A cada uno de los indicadores se le asigna un posible impacto positivo o negativo, luego se encuentra la sumatoria de los niveles de impacto de los indicadores, la misma que se divide para el número de indicadores establecidos en cada área o ámbito, obteniéndose de esta forma el nivel de impacto del área o ámbito de estudio.
- Luego de elaborar cada matriz se procede a elaborar un análisis por cada indicador anotado y se argumentara las razones que conllevaron a asignar el nivel de impacto al indicador de la matriz. Este proceso lo utilizaremos para todas las áreas o ámbitos de impacto.

## 7.1. IMPACTO SOCIAL

**CUADRO Nº 75**

### **IMPACTO SOCIAL**

	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de trabajo					X		
Estabilidad laboral						X	
Relaciones interpersonales							X
Calidad de vida					X		
<b>Total</b>					<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación directa

Nivel de impacto social =  $S / \text{Número de indicadores}$ .

Nivel de impacto social =  $7 / 4$

Nivel de impacto social = 1,75 **Impacto bajo positivo.**

## **Análisis:**

- El capital humano de las empresas siempre será el factor más importante de productividad, siendo así los empleados tendrán un trabajo en el cuál se podrán desarrollarse en forma profesional y emocionalmente. De esta manera tendrán una nueva visión del concepto del trabajo, todo con una visión enriquecedora para cada uno de ellos, y a la vez demandar a la sociedad personas preparadas para afrontar el diario vivir.
- Lograremos una estabilidad laboral, mediante capacitación constante permitiendo a todo el personal estar siempre motivado, lo que conlleva al compromiso de trabajo a todos los empleados, de esta manera lograremos hacer el trabajo de forma más eficiente y eficaz, además de interrelacionarse entre los niveles de mando medio y mando alto.
- Mediante la comunicación efectiva se tratara de fomentar el diálogo de persona a persona entre todos los miembros de la empresa. Esto se logra a través de una formación integral que fortalezca los lazos de unidad y compañerismo formando equipos de trabajo que logren el mejor nivel de producción, la comunicación debe ser directa sincera y constante.
- El recurso humano que entregue sus servicios en la empresa ira adquiriendo conocimientos y técnicas que a su vez les permitirá estar cada vez más preparados, esto mejorara notablemente su calidad de vida. Ya que podrán afrontar nuevos retos en su carrera profesional y buscar nuevas y mejores oportunidades laborales, y así mejorar su nivel de vida.

## 7.2. IMPACTO ECONÓMICO

CUADRO N° 76

### IMPACTO ECONÓMICO

	-3	-2	-1	0	1	2	3
Plazas de trabajo					X		
Explotación de materia prima					X		
Flujo de comercio							X
<b>TOTAL</b>					<b>2</b>		<b>3</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación directa

Nivel de impacto económico = E / Número de indicadores

Nivel de impacto económico = 6 / 3

Nivel de impacto económico = **2 Impacto medio positivo.**

#### Análisis:

- Mediante la creación de la empresa se procederá a la contratación de personal del medio para que presten sus servicios dentro de la misma, de esta manera existirá plazas de trabajo lo que mejorara la búsqueda de trabajo de personas. De igual manera se soluciona en parte el problema de la escasez de empleos dentro de la provincia lo que se considera positivo para la familia Ibarreñas.

- De igual manera al estar en funcionamiento el proyecto el comercio fluirá mediante un sistema de canalización adecuado que garantice el servicio oportuno y adecuado dentro del mercado. Aquí se verán involucrados transportistas, vendedores tanto mayoristas como minoristas encargados de vender el producto. De tal manera que el flujo económico se verá afectado en forma positiva para la economía de todos aquellos que directa o indirectamente se vean involucrados en el sistema de comercialización. De tal forma que mueva el engranaje económico local convirtiéndonos en una ciudad más productiva.

### 7.3. IMPACTO AMBIENTAL

**CUADRO N° 77**

**IMPACTO AMBIENTAL**

	-3	-2	-1	0	1	2	3
Ventilación adecuada en el lugar de producción.					X		
Sistema efectivo de alcantarillado.							X
Extractor de humo en el proceso de cocción del estaño.					X		
Higiene y limpieza en todos los departamentos de producción.							X
<b>TOTAL</b>					<b>2</b>		<b>6</b>

Elaborado por: El Autor  
Fuente: Investigación directa

Nivel de impacto ambiental = A / Número de indicadores

Nivel de impacto ambiental = 8 / 4

Nivel de impacto ambiental = **2 Impacto medio positivo.**

## **Análisis**

- En este proyecto el cuidado de la naturaleza y su entorno es de suma importancia, razón por la cual la planta de producción tendrá una ventilación adecuada que cumpla con los estándares establecidos por los medios de control de ambiente. Una ventilación que garantice el adecuado flujo de la emanación de humo y otros elementos que puedan fluir en el proceso de producción.
- De igual manera el sistema de alcantarillado estará diseñado por personal autorizado por la empresa municipal de alcantarillado de Ibarra, de esta manera no existirá problemas con el agua que luego de ser utilizada no afecte al medio ambiente, ni a las cercanías donde se encuentre la fábrica de producción.
- Al ponerse en marcha el proyecto se procederá a la colocación de un extractor de humo que no permita que en el proceso de cocción de la materia prima base el humo salga directamente al aire de esta manera se cuida el medio ambiente, sin poner en peligro el ambiente de la ciudad en general. Aquí se utilizará un tratamiento adecuado a través de canales efectivos y control adecuado dentro de la planta.
- En el factor e higienes se tomara todas las medidas de seguridad industrial que el proyecto amerita. Los empleados tendrán que utilizar obligatoriamente gafas protectoras y mascarillas, además deberán usar guantes y botas y un delantal que garantice la higiene laboral y su integridad física dentro de los departamentos de producción. De igual manera se realizarán exámenes médicos periódicos a todos los empleados que laboren dentro de los departamentos de producción, con el fin de prevenir en su momento alguna anomalía en la salud de los mismos.

## CONCLUSIONES

1. El diagnóstico situacional elaborado en el cantón Ibarra, permitió caracterizar a la zona donde estará situada la empresa y del área de influencia del Proyecto formulado. Se analizaron aspectos tales como: la historia de formación de este pueblo, su geografía, demografía, y sobre todo conocer de la actividad y desarrollo económico, todos estos datos fueron cimientos estables para ejecutar los siguientes pasos del proyecto. Se logró determinar que en Ibarra, provincia de Imbabura, se dan las potencialidades económicas y turísticas suficientes como para implantar una empresa artesanal.

2. Las bases teórico-científicas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre el estado de la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto diseñado. Consultas bibliográficas y aportes personales que enfocan conceptos y definiciones importantes de los variados aspectos y variables descritas para la formulación del presente proyecto.

3. El desarrollo del estudio de mercado permitió demostrar la existencia de una demanda potencial insatisfecha, que fácilmente puede ser captada por la nueva empresa a constituirse. Esta parte del estudio realizado nos proporcionó valiosa información relacionada a la demanda, oferta, precios y formas de comercialización de este tipo de producto y lograr la satisfacción de los posibles clientes. Se identificó la demanda y oferta de artesanías en el cantón Ibarra, dándonos una pauta positiva, para la creación de una empresa artesanal.

4. En el estudio técnico, se estableció como lugar de constitución y funcionamiento de la empresa la Parroquia El Sagrario, del Cantón Ibarra, debido a que el producto que se ofrecerá es de tipo artesanal y esta parroquia es el sitio ideal, porque es de fácil acceso y cuenta con un gran potencial turístico.

5. En el estudio financiero y económico se pudo establecer que el proyecto es factible. Se tiene una tasa interna de retorno del 35.25% y un valor actual neto positivo de 14919.96, costo beneficio se ubica en 1.38, de lo que garantiza la ejecución del proyecto para la creación de la empresa “El Mundo en Estaño”

6. En lo referente a la estructura orgánica y funcional, ésta ha sido diseñada de tal manera que facilitará el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades administrativas de la empresa. Se definió el aspecto legal de creación de la misma, su misión, visión, principios, las funciones y responsabilidades de cada integrante o empleado de la compañía, por tal razón una vez establecido los términos de funcionamiento y organización no existirá errores y deslindo de trabajos ni de responsabilidades.

7. El nivel de los impactos analizados es positivo, lo que determina que el proyecto a ejecutarse es totalmente viable, en la zona de influencia como es la parroquia de El Sagrario, cantón Ibarra.

## RECOMENDACIONES

1. El lugar donde se pretende crear la empresa, posee grandes condiciones turísticas, religiosas, sobre todo el talento humano que debería ser aprovechada; ya que en la actualidad los turistas optan por los lugares tranquilos y rodeados de naturaleza.

2. Se debe tomar en cuenta que el sustento teórico, sirve como base y apoyo para cualquier disposición que puedan tomar más adelante los dueños o directivos de una empresa.

3. Para satisfacer a la demanda es necesario, brindar un producto de calidad; y a un más, cuando éste es muy escaso en la zona. Para darse a conocer se deberá realizar publicidad y de esta manera irse posesionando en el mercado, que debido a la escasa competencia no será tan difícil.

4. El diseño de la empresa debe ser llamativo y atractivo, puesto que su caracterización es artesanal, se debe tomar en cuenta la naturaleza y tratar de que sobresalgan algunos aspectos importantes del lugar como la cultura, costumbres y raíces. De esta manera se logrará atraer a los turistas amantes del arte y la naturaleza.

5. En lo que se refiere a inversión al inicio es una cantidad considerable, pero que en poco tiempo será recuperada. Se sugiere a los inversionistas o socios que ejecuten el proyecto con toda seguridad, ya que obtendrán beneficios en corto tiempo y brindarán empleo a varias personas que necesitan una fuente de ingreso.

6. Una compañía debe tener establecido todos los parámetros de organización y funcionamiento; designado, estatutariamente, todas las responsabilidades de cada empleado, para evitar problemas en el desarrollo de las actividades.

7. Se deberá mantener los niveles positivos de impactos; y, en caso de que en la ejecución del proyecto existieran variaciones, tratar de emendar errores y solucionar los inconvenientes, en caso de que se presentaran.

## BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc.Graw Hill, 2007. Cuarta Edición.
- BERENSON, M.L., ESTADÍSTICA PARA ADMINISTRACIÓN y ECONOMÍA, editorial Mc.Graw Hill, 2008, Cuarta Edición.
- BRAVO, Mercedes, (2007); Contabilidad General; Séptima Edición
- CHIAVENATO, Idalberto, (2006); Fundamentos de la administración; Quinta edición.
- ETZEL, Michael (2007); Administración Financiera; Novena edición
- GALINDO, Carlos, (2009) Manual para la Creación de Empresas, Editorial Kimpres Ltda. Colombia
- HARGADÓN, Bernard, PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD, Editorial Norma, Tercera Edición.
- KOTTLER, Philip, (2008); Principios de Marketing; Doceava edición
- SAPAG CHAIN, Nassir, PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Editorial Prentice Hall, 2005, Segunda Edición.
- STANTON, W, FUNDAMENTOS DEL MARKETING, Editorial Mc. Graw Hi1l, 2003, Décima Edición.
- STONER, ADMINISTRACIÓN, Editorial PHH, 2006, Sexta Edición.

- TORRES RODRÍGUEZ, Luis. Segunda Edición, Julio de 2007
- VAN, Home, FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA, Editorial PHH, 2004, Tercera Edición
- ZAPATA, SÁNCHEZ, Pedro, (2008); Contabilidad General ; Sexta edición

## LINCOGRAFÍA

- <http://www.bce.fin.ec/>
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia.definicio,cpto.htm>
- <http://www.ecuadorexporta.org/perfil-producto-tilapia56>
- <http://www.ecuadorvirtual.com>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Tilapia>
- <http://www.monografias.com/trabajos60/dieta-suplementaria>
- <http://www.municipiodeibarra.org>
- <http://www.inec.gob.ec>

# ANEXOS

## **ANEXO 1**

**Encuesta realizada a los comerciantes.**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**La presente encuesta tiene por objetivo recopilar información y establecer la factibilidad para la creación de una empresa artesanal en la ciudad de Ibarra.**

1. ¿Para su actividad económica adquiere artesanías a base de estaño?

SI  NO

2. ¿Qué tipo de material prefiere el consumidor final?

Madera ..... Cristal .....

Porcelana..... Plata .....

Estaño .....

3. ¿Es abastecido oportunamente con la cantidad de artesanía necesaria para cumplir en su negocio?

SI  NO

4. ¿Las piezas artesanales que usted utiliza en su actividad económica la producen a nivel?

Local

Nacional

Regional

Internacional

5. La persona a quién compra las artesanías es.

Productor  Intermediario

6. Qué variedad de tamaño y cantidad de mercadería en artesanías usted adquiere.

Pequeña.....

Mediana.....

Grande.....

7. A qué precio adquiere sus artesanías

Pequeña.....

Mediana.....

Grande.....

8. Con qué frecuencia compra artesanías.

Mensual.....

Trimestral.....

Temporada.....

9. Qué forma de pago utiliza

Contado  Crédito

Otro.....

10. Cree que se ha incrementado la adquisición de artesanías en los últimos años.

SI  NO

Porque?.....

.....

11. Qué mes del año considera usted que existe mayor demanda de artesanías.

.....

12. La artesanía que adquiere es

Religiosa.....

Decorativa.....

Bisutería.....

13. Actualmente usted pertenece a alguna asociación.

SI  NO

Porque?.....

.....

## ANEXO 2

### Lista de comerciantes afiliados a la cámara de comercio de Ibarra

LISTA DE SOCIOS 2008

Razón Social	Afiliado	Reg	Fecha af	Dirección	Teléfono	C
CANTERA Y TRANS QUEBRADA BLANCA	Vallejo Ana Lucia	1414	05/05/2008	Ejido de Caranqui	2651321	
ALIFE RESEARCH	Rengifo Dávila María	1343	22/01/2007	Olmedo Nro.1160 y Perez Guerrero	2951-031	
ABASTOS MI TIO	Bolaños Sara	464	17/03/1994	Eugenio Espejo Nro. 470	2643-857	
ABASTOS ORDOÑEZ	Ordoñez Itamar	109	24/10/1968	Bartolomé García Nro.153 y Obispo Mo	2600-138	
ACABADOS EL CONSTRUCTOR	Rivadeneira Mery Marieny	1287	02/06/2006	Av Jaime Rivadeneira Nro.627 y Pedro	2958-941	
ACTIVE EXTREME	Pillajo Andrea	1474	08/05/2006	Olmedo Nro. 10-22 y Velazco	2958-180	
ADMINTEGRALES CIA LTDA	UBDA JARAMILLO MARIA	1439	04/11/2008	GARCIA MORENO 249 Y MALDONAD	611556	
AGENCIAS DEL NORTE	Madera Lucia	81	28/01/1984	Pedro Moncayo Nro.579 y Bolívar	2955-940	
AGIP ECUADOR S.A.	Montesdeoca Norma	292	25/01/1994	Panamerican Km 5 Fiorato	2959-817	
AGRITRANSCOM CIA LTDA	Vinueza A Eduardo	949	29/05/2002	José Espinoza	2643-024	
AGRO IMPORTADORA JACOME MEJIA	Mejia Arturo	1150	15/06/2004	Av. Cristobal de Troya Nro.1036	2957-563	
AL BAJO KOSTO	Caicedo Escobar Gloria	927	26/03/2002	Colón Nro.816 y Olmedo	2951-212	
ALMACEN A TODO DAR	Sung Kyu Song	1303	13/07/2006	Obispo Mosquera y Bartolomé García	s/n	
ALMACEN AMADOR DAVILA CIA LTDA	Dávila Carlos	36	13/02/1964	Bolívar Nro.674 y Oviedo	2950-099	
ALMACEN ARTEFACTA	Riuz Sarzosa Edgar	406	10/08/1994	Sanches y Cifue. y Velasco	2958-420	
ALMACEN CARLOS ARIAS	Carlos Arias	336	09/03/1994	Redondel Cabezas Borja	2951873	
ALMACEN CICLO IBARRA	Castaño Carlos	435	27/07/1994	Antonic Cordero Nro.326	2640-059	
ALMACEN CONSTRUHOGAR	Padilla Julio	1236	27/09/2005	Av Teodoro Gomez Nro.514 y Rocafuer	2603-634	
ALMACEN DE LANAS EL CISNE	Córdova Raúl	632	28/01/1998	Olmedo Nro 1016 y Velasco	2959-496	
ALMACEN EL GLOBO	Saud Michel	918	20/02/2002	Bolívar Nro.624	2957-199	
ALMACEN EL REPUESTO	Endara Jorge	169	13/02/1964	García Moreno Nro.734 y Olmedo	2950-437	
ALMACEN FAVEN MUEBLES	Nájera Almeida Lennin	1056	14/02/2003	Chica Narváez Nro.552 y Flores	2957-515	
ALMACEN JOTA. YETESA S.A.	Acosta Ruby Maria	19	17/08/1963	Oviedo Nro.664 y Bolívar	2958-801	
ALMACEN MADEC	Chasiquiza Luis	252	19/11/1993	Av Teodoro Gómez y Sucre	2640-223	
ALMACEN OSCAR HERRERA	Herrera Oscar	1286	31/05/2006	Rafael Troya Nro.659	2609-755	
ALMACEN PROSPERO	Yun Lin	1296	20/03/2006	Olmedo Nro.1186 y Perez Guerreo	2609-615	
ALMACEN SEDUCTION UNDERWEAR	Alvarez Aida Magaly	1240	18/10/2005	Av Teodoro Gómez Nro.734 y Bolívar	2609-714	
ALMACEN TENTATION STORE	Dávila Ana Mariela	1037	22/10/2002	Bolívar Nro.821 y Pedro Moncayo	2950-200	
ALMACENES LA GANGA	Dávalos Julio Cesar	591	07/09/1995	Pedro Moncayo Nro.894 y Pedro Monca	2643-128	
ALMACENES TIA S.A.	Gonzales Pedro	835	23/11/2000	Pérez Guerrero Nro.775 y Sánchez	2955-959	
ALVARO CAZAR GUDIÑO	Cazar Gudiño Alvaro	1180	26/11/2004	Bolívar Nro.891 y Velasco	2601-945	
AMERICAN STORE	Segovia Manuel	870	10/10/2001	Colón y Sánchez	2950-321	
ARCIMIEGO	Portilla Wagner	1282	24/05/2006	Sánchez Nro.656 y Grijalva	2605-206	
ASEGURADORA DEL SUR	Oscar Méndez Rhea	919	22/02/2002	Av Mariano Acosta	2640-920	
ASIST CORP S.C.	Valverde Quimi Juan F	1315	04/09/2006	Luis Reina y Chinchipe (Ceibos)	2611-237	
AUTHESA	Hidrobo Patricio	865	21/09/2001	Av. Mariano Acosta	2641-276	
AUTO CARGO EXPRESS	Guzman Pijal Segundo	1298	28/06/2006	Olmedo Nro.554 y Grijalva	2606658	
AUTOLLANTA	Vinueza Ana Cristina	1195	18/02/2005	Calixto Miranda Nro.270 y Luis Toro M	2955-660	
AUTOMOTORES M.R. HARO CIA LTDA	Haro Torres Guido	1365	16/05/2007	Av. Teodoro Gómez y Sánchez	2641-660	
AUTOMOTRIZ LUIS MERA	Mera Luis Anibal	392	18/04/1994	Rocafuerte Nro.385 y Grijalva	2644-066	
AUTOMOTRIZ VEGA	Vega Pablo	317	09/02/1994	Obispo Mosquera Nro.847	2953-730	

Página 1

### **ANEXO 3**

## **ENCUESTA APLICADA A ARTESANOS EN MADERA DE LA CIUDAD DE IBARRA.**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

1. ¿Adquiere estaño como materia prima para su actividad?

SI  NO

2. ¿Dónde adquiere la materia prima?

Almacenes.....

Reciclaje.....

Importado.....

3. ¿Cómo cancela su compra?

Anticipo.....

Crédito.....

Contado.....

4. ¿Qué cantidad compra de estaño mensualmente?

De 1 Kg a 10 Kg

De 10 Kg a 50 Kg

De 50 Kg a 100 Kg

De 100 Kg a más

5. ¿En qué lugares entrega las artesanías que usted elabora, a nivel?

Local

Nacional

Regional

Internacional

6. ¿Encuentra estaño en las cantidades necesarias?

SI  NO

7. ¿La distancia es un obstáculo para la adquisición de la materia prima?

SI  NO

Porque?.....

.....

**ANEXO 4**

**ENCUESTA APLICADA A CONSUMIDORES**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

1. ¿Conoce usted algún tipo de artesanía elaborada a base de estaño?

En su totalidad

Mayor parte

Poco

Nada

2. ¿Quisiera usted contar con una alternativa de adquisición de artesanías a base de estaño?

SI  NO

3. ¿En qué aspecto se basa para adquirir una artesanía?

CALIDAD  PRECIO

1.8.3.4. De acuerdo a sus ingresos, ¿Cuánto estaría usted dispuesto (a) a pagar por una artesanía elaborada a base de estaño?

De \$5 a \$10

De \$5 a \$10

De \$21 a \$30

Más de \$30

5. ¿Al adquirir una artesanía en qué lugar lo realiza?

Local

Nacional

Regional

Internacional

6. ¿Qué tipo de artesanía es de su preferencia?

Madera .....

Cristal .....

Porcelana.....

Plata .....

Estaño .....

7. ¿Al existir artesanías elaboradas a base de estaño usted las adquiriría?

SI

NO

Porque?.....

.....

8. ¿Al adquirir una artesanía elaborada a base de estaño con qué frecuencia compraría?

Mensual.....

Trimestral.....

Anual.....

## **ANEXO 5**

### **CALCULO MATERIA PRIMA EN KG**

8 cm = 60 gr

1cm = X

X = 7.5 gr

<b>PRUEBA PILOTO PESO CADA ARTESANÍA</b>						
	cm	gr	peso (gr)	Producción	Producción (gr)	Producción (Kg)
PEQUEÑA	8	7,50	60	548	32880	32,88
MEDIANA	16	7,5	120	224	26880	26,88
GRANDE	24	7,50	180	120	21600	21,6
<b>CANTIDAD MENSUAL DE MATERIA PRIMA</b>						<b>81,36</b>

### **SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	MEDIDA	MENSUAL
Agua	m3	90
Energía eléctrica	kwh	120
Teléfono	min	112
<b>TOTAL</b>		

### SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Perforadora	3	1,00	3,00
Papel (resma)	6	4,00	24,00
Grapadora	3	2,50	7,50
Esferográfico	25	0,30	7,50
Tinta(impresora)	5	10,00	50,00
Libretas	4	5,00	20,00
Lápiz	8	1,50	12,00
Borrador	4	0,25	1,00
Cuaderno	10	1,75	17,50
Carpetas	50	0,35	17,50
Facturas	4	8,00	32,00
Proformas	4	6,00	24,00
Basurero	4	6,00	24,00
<b>TOTAL</b>			<b>240,00</b>

## ANEXO 6



RUC:		1791966740001	
<b>COTIZACION</b>			
Fecha: 1 de NOVIEMBRE de 2011			
Empresa: El Mundo en Estaño			
Atención: Andres B			
Teléfono:		RUC:	
EMAIL			
CANTIDAD	DESCRIPCION	UNITARIO	TOTAL
3	<b>Computador INTEL</b> Memoria RAM 2GB Disco Duro 500GB DVD RW Monitor BENQ 15.6" Mouse-Teclado	781,5	2.344,50
1	<b>Impresora Multifuncion MP250</b> Impresora -Copiadora- Escanner	95,00	95,00

Validez de la oferta 15 días - Precios sujetos a variación

<b>SUBTOTAL</b>	\$ 2.439,50
<b>12% IVA</b>	\$ 292,74
<b>FLETE</b>	
<b>TOTAL</b>	\$ 2.732,24

ENTREGA: inmediata según stock

GARANTIA 1AÑO

PAGO: EFECTIVO/ TARJETA(12MESES) / CHEQUE

FAVOR GIRAR CHEQUES Y RETENCION A NOMBRE DE:  
GRUMANHER S.A.

## ANEXO 7

### PRO FORMA DE REPARACIONES

**OBRA: Reparación Oficinas y Bodega**

**FECHA: ENERO DE 2011.**

ITEM	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Remoción de piso existente	m2	68,00	6,00	408,00
2	Remoción de estructura de piso	m2	68,00	8,00	544,00
3	Remoción de tabiques	Global	1,00	165,00	165,00
4	Remoción de muebles bajos de melaminico	Global	1,00	120,00	120,00
5	Desalojo	Global	1,00	90,00	90,00
6	Contrapiso H.S. fc 180 kg/cm2 espesor 10 cm.	m2	68,00	11,00	748,00
7	Masillado de piso	m2	68,00	6,75	459,00
7	Porcelanato chino de 50 x 50 cm.	m2	68,00	28,00	1.904,00
8	Tabiques	m2	36,00	22,00	792,00
9	Arreglo muebles bajos de melaminico	Global	1,00	215,00	215,00
10	Estucado y pintado	m2	120,00	2,80	336,00
11	Revisión instalaciones electricas	Ptos	9,00	16,00	144,00
12	Cerramiento	U	1,00	75,00	75,00

6.000,00

TOTAL:

6.000,00

Nota: Anticipo 70% Saldo la entrega

Arq. Arturo Cordova Almeida  
Reg. Prov. I - 022