



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA,

CPA.

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ARTESANÍAS, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BORDADOS EN PUNTO DE CRUZ, CON DISEÑOS TÍPICOS DE OTAVALO”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y

AUDITORÍA C.P.A.

AUTORA: Evelyn Rosario Pasaguay Bález

DIRECTOR: Ing. Com. Msc. Luis Vásquez

IBARRA, ENERO, 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad determinar la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de productos bordados en punto de cruz con motivos típicos de Otavalo, en la provincia de Imbabura. El estudio se inició con un diagnóstico situacional del entorno a través del análisis de aspectos: geográfico, demográfico, económico, social y turístico para lo cual se han aplicado técnicas como: encuestas, entrevistas y la observación directa. Seguidamente se hace constar un amplio marco teórico que facilite la comprensión e interpretación de la información aquí recopilada además de sustentar las investigaciones realizadas por lo que se tomó importante información de libros, revistas, publicaciones e internet de diferentes autores. A continuación se presenta el estudio de mercado en el después de analizar la oferta y demanda se determina la oportunidad de demanda insatisfecha de turistas que compran artesanías. En el estudio técnico se determina la localización óptima del proyecto y la capacidad operativa del mismo. El siguiente capítulo es un estudio económico financiero para lo cual se generan estados de resultados proyectados y se evalúan a través de indicadores financieros tales como: el VAN, la TIR, Costo Beneficio, Período de Recuperación de la Inversión y Punto de Equilibrio. A continuación se diseña la estructura organizacional y funcional de la microempresa que facilite las líneas de mando de acuerdo a los niveles jerárquicos. Finalmente está el estudio de impactos ambientales que incluye aspectos positivos y negativos que pueden derivarse de la implementación del proyecto.

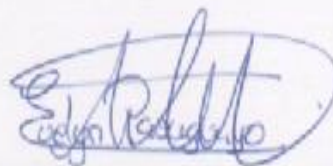
EXECUTIVE SUMMARY

This study aims to determine the feasibility of creating a small business dedicated to the production and marketing of products embroidered cross stitch motifs typical of Otavalo, in the province of Imbabura. The study began with a situational analysis of the environment through the analysis of aspects: geographic, demographic, economic, social and tourism for which they have applied techniques such as surveys, interviews and direct observation. Subsequently it finds a broad theoretical framework to facilitate the understanding and interpretation of the information collected in addition to support research conducted so important information from books, magazines, publications and Internet took different authors. Then the market study is presented in the after analyzing the supply and demand the opportunity to unmet tourists buying crafts is determined. In the technical study the optimal location of the project and the operational capacity thereof is determined. The next chapter is a financial economic study for which states are generated and projected results are evaluated through financial indicators such as NPV, IRR, Benefit Cost, Payback Period of Investment and Balance Point. Following the organizational and functional structure of micro facilitate the control lines according to the hierarchical levels it is designed. Finally there is the study of environmental impacts, including positive and negative aspects that may arise from the implementation of the project.

AUTORÍA

Yo, Evelyn Rosario Pasaguay Bález, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100376316 - 4 Pasaguay Bález, para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA, cuyo tema es "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ARTESANÍAS, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BORDADOS EN DIFERENTES FUENTES DE CONSULTA, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

PUNTO DE CRUZ, CON DISEÑOS TÍPICOS DE OTAVALO, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA", considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.



Quito, a los 20 días del mes de enero de 2016.

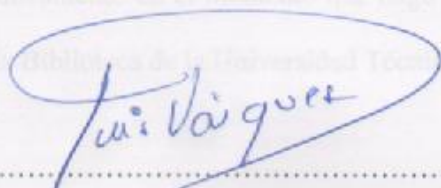
Evelyn Pasaguay

100376316 - 4

CERTIFICACIÓN

En calidad de director de trabajo de grado presentado por la egresada Evelyn Rosario Pasaguay Bález, para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ARTESANÍAS, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BORDADOS EN PUNTO DE CRUZ, CON DISEÑOS TÍPICOS DE OTAVALO, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En Ibarra, a los 20 días del mes de enero de 2016.



ING. COM. MSC. LUIS VÁSQUEZ

C.I. 100145410 - 5

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



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

Yo, Evelyn Rosario Pasaguayo Báez, con cédula de identidad Nro. 100376316-4, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos primordiales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6 en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ARTESANÍAS, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BORDADOS EN PUNTO DE CRUZ, CON DISEÑOS TÍPICOS DE OTAVALO, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA"** que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

DATOS DE LA OBRA

TÍTULO

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ARTESANÍAS, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BORDADOS EN PUNTO DE CRUZ, CON DISEÑOS TÍPICOS DE OTAVALO, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA"

Evelyn Pasaguayo

C.I. 1003763164

AUTOR

Evelyn Rosario Pasaguayo Báez

FECHA

2016-01-20

Ibarra, a los 20 días del mes de enero de 2016



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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 de que participaren este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO | |
|--------------------------|---|
| CÉDULA DE IDENTIDAD | 1003763164 |
| APELLIDOS Y NOMBRES | Evelyn Rosario Pasaguay Bález |
| DIRECCIÓN | Otavaló, Barrio Machangara, calle Cacique Otavaló |
| EMAIL | Evelynrpb26.04@gmail.com;evelynp1992@hotmail.com |
| TELÉFONO FIJO | 062-923 816 |
| DATOS DE LA OBRA | |
| TÍTULO | “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ARTESANÍAS, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BORDADOS EN PUNTO DE CRUZ, CON DISEÑOS TÍPICOS DE OTAVALO, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA” |
| AUTOR | Evelyn Rosario Pasaguay Bález. |
| FECHA | 2016-01-20 |

| | | | |
|-------------------------|--|-----------------------------------|--|
| PROGRAMA | <input type="checkbox"/> PREGRADO | <input type="checkbox"/> POSGRADO | |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A | | |
| ASESOR/DIRECTOR | Ing. Com. Msc. Luis Vásquez | | |

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

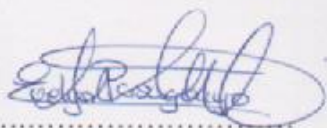
Yo, Evelyn Rosario Pasaguayo Báez, con cédula de identidad Nro. 100376316-4, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia de la Ley de Educación Superior Artículo. 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo 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 20 días del mes de enero de 2016.

LA AUTORA:



Evelyn Pasaguayo

C.I. 1003763164

Facultado por resolución de Consejo Universitario.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado con mucho cariño a mis padres que me dieron la vida y siempre me apoyaron incondicionalmente en la parte moral y económica, también por el ejemplo de superación, humildad y sacrificio que me han llevado a ser mejor persona y a convertirme en una profesional de la patria.

También de manera especial a mis amigos que han compartido conmigo sus experiencias y por los consejos que han sido tan valiosos para mi formación académica.

Evelyn Pasaguayo

AGRADECIMIENTOS

Principalmente agradezco a mis padres por el apoyo incondicional que me han brindado durante estos años de formación profesional.

A la Universidad Técnica del Norte por permitirme ser parte de esta gran familia universitaria y por haberme abierto sus puertas convirtiéndose en mi segundo hogar.

A mis profesores por haber compartido conmigo sus valiosos conocimientos y experiencias profesionales, en especial al Ing. Com. Msc. Luis Vásquez, por sus claros consejos y su direccionamiento en el desarrollo de este trabajo de estudio.

Evelyn Pasaguay

PRESENTACIÓN

El presente proyecto productivo es un estudio para determinar la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de productos bordados en punto de cruz, con motivos típicos de la ciudad de Otavalo, considerando que la ciudad se caracteriza por ser netamente comercial y por la gran afluencia de turistas nacionales e internacionales. El contenido de este estudio se desplegará en el desarrollo de siete capítulos para el correspondiente sustento del mismo.

En el capítulo I, se realizó un diagnóstico situacional del comercio artesanal frente a los turistas nacionales y extranjeros que llegan a la ciudad Otavalo con el objetivo de conocer cuál es la realidad actual del mercado e identificar la problemática como base central del proyecto. Para esto se emplearon técnicas de investigación y herramientas como encuestas, entrevistas y fichas de observación directa, para recopilar información suficiente y relevante para los análisis posteriores.

En el capítulo II, se hace constar los conceptos teóricos – científicos necesarios para dar soporte y facilitar la comprensión de la información. Estos conceptos recopilados minuciosamente de libros, revistas, documentales, de internet son fuente fiable para alcanzar la comprensión de aspectos contables, legales, de producción y comercialización para la creación de la microempresa.

El capítulo III, contiene el desarrollo del estudio de mercado, el mismo que permitió identificar el mercado meta, sus características, gustos, preferencias y como estas modifican la oferta y demanda. Se realizaron encuestas, entrevistas y se aplicaron técnicas de observación para recabar información, misma que fue organizada, tabulada e interpretada.

El capítulo IV contiene el Estudio Técnico a través del cual se determinó el tamaño del proyecto, la localización óptima de acuerdo a aspectos geográficos, socioculturales y de

mercado. Lo anterior sirvió para determinar el tamaño del proyecto, los materiales, recursos humano y tecnología necesarios para la implementación de la microempresa. Finalmente se identifica un modelo productivo idóneo para alcanzar los volúmenes de producción proyectados.

El capítulo V, hace referencia al Estudio Financiero en el que se demuestra la factibilidad del proyecto en términos monetarios, para lo cual se han elaborado presupuestos proyectados de ingresos y gastos y el análisis de indicadores financieros como son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación de la Inversión, Costo beneficio (B/c) y se concluye el Punto de Equilibrio (PE). Los resultados obtenidos dan fe de la factibilidad del proyecto.

En el capítulo VI, se construyó un modelo sobre la estructura orgánica de la microempresa. Se generó también la imagen corporativa, su filosofía como la visión, misión, principios y valores a los cuales se alinearé para su normal funcionamiento. Además se indica las los manuales de funciones y políticas en el marco contable, administrativo y de ventas.

El capítulo VII, es un estudio de los principales impactos causados por la implementación del proyecto en aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales con la finalidad de anticipar acontecimientos desfavorables.

De esta manera se concluye que el proyecto es factible para la inversión por lo que la microempresa para la producción y comercialización de productos bordados en punto de cruz se ubicará en la ciudad de Otavalo, dirigido al mercado meta turistas nacionales y extranjeros que llegan a la ciudad.

ÍNDICE

| | |
|--|--------------------------------------|
| RESUMEN EJECUTIVO | ii |
| EXECUTIVE SUMMARY | iii |
| AUTORÍA..... | iv |
| CERTIFICACIÓN | v |
| CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE..... | vi |
| IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA..... | vii |
| AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD..... | viii |
| CONSTANCIAS..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| DEDICATORIA | viii |
| AGRADECIMIENTOS | x |
| PRESENTACIÓN..... | xi |
| INTRODUCCIÓN | xxix |
| OBJETIVO GENERAL..... | xxx |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | xxx |
| JUSTIFICACIÓN | xxxii |
| CAPÍTULO I | 34 |
| DIAGNÓSTICO SITUACIONAL | 34 |
| Antecedentes | 34 |
| Objetivos Del Diagnóstico..... | 35 |
| Objetivo General..... | 35 |

| | |
|--|----|
| Objetivos Específicos..... | 36 |
| Variables Diagnósticas..... | 36 |
| Indicadores..... | 36 |
| Matriz de Relación Diagnóstica..... | 37 |
| Aspectos, Geográficos, Demográficos y Socio-económicos | 39 |
| Turismo en la ciudad de Otavalo. | 43 |
| Producción Artesanal. | 47 |
| Materia Prima..... | 49 |
| Talento humano | 50 |
| Matriz de relación diagnóstica A.O.O.R..... | 51 |
| Análisis de los Elementos de la Matriz A.O.O.R. | 52 |
| Aliados. | 52 |
| Oponentes | 52 |
| Oportunidades | 52 |
| Riesgos..... | 53 |
| Determinación de la oportunidad de inversión | 54 |
| CAPÍTULO II..... | 55 |
| MARCO TEÓRICO..... | 55 |
| Conceptos Generales..... | 55 |
| Bordados en punto de cruz..... | 55 |
| Tipos de Telas | 55 |
| Hilos de bordado. | 56 |

| | |
|--|----|
| Agujas de bordado. | 56 |
| Artesanía. | 56 |
| Artesano. | 57 |
| Operario. | 57 |
| Calificación artesanal..... | 58 |
| Producción Artesanal..... | 59 |
| Proyecto..... | 59 |
| Ciclos del proyecto..... | 60 |
| Tipos de proyectos..... | 61 |
| Empresa..... | 62 |
| Microempresa..... | 63 |
| Características de las Empresa y Microempresa..... | 64 |
| Producción..... | 64 |
| Etapas de Producción..... | 64 |
| Comercialización..... | 65 |
| Definición..... | 65 |
| Estudio De Mercado..... | 66 |
| Mercado..... | 66 |
| Tamaño de la muestra..... | 67 |
| Oferta..... | 67 |
| Demanda..... | 67 |
| Demanda potencial..... | 68 |

| | |
|--------------------------------------|----|
| Precio. | 68 |
| Producto. | 69 |
| Publicidad. | 69 |
| Promoción. | 69 |
| Estudio Técnico. | 70 |
| Macro localización. | 70 |
| Micro localización. | 70 |
| Ingeniería del Proyecto. | 71 |
| Proceso Productivo. | 71 |
| Diagrama De Flujo. | 72 |
| Estudio Económico Financiero. | 72 |
| Ingresos. | 73 |
| Gastos. | 73 |
| Costos | 73 |
| Elementos del costo. | 74 |
| Estados Financieros | 74 |
| Estado de Situación Financiera. | 75 |
| Estado de Pérdidas y Ganancias. | 76 |
| Flujo de Efectivo. | 76 |
| Valor Actual Neto – VAN. | 77 |
| Tasa Interna de Retorno – TIR. | 77 |
| Periodo de Recuperación. | 78 |

| | |
|--|----|
| Costo – Beneficio..... | 78 |
| Punto de Equilibrio. | 78 |
| Estructura organizacional..... | 79 |
| Misión. | 79 |
| Visión..... | 79 |
| Objetivos..... | 80 |
| Organigrama estructural..... | 80 |
| Impactos..... | 80 |
| CAPÍTULO III..... | 82 |
| ESTUDIO DE MERCADO | 82 |
| Objetivos del Estudio de Mercado | 82 |
| Objetivo General..... | 82 |
| Objetivos específicos. | 82 |
| Variables Diagnósticas..... | 83 |
| Indicadores..... | 83 |
| Oferta. | 83 |
| Demanda. | 83 |
| Producto. | 83 |
| Comercialización. | 83 |
| Relación diagnóstica | 84 |
| Mecánica operativa | 85 |
| Identificación del Segmento de Mercado. | 85 |

| | |
|---|-----|
| Identificación de la muestra..... | 85 |
| Instrumento aplicado - Encuesta..... | 86 |
| Tabulación y análisis de la información..... | 87 |
| Análisis de la Demanda..... | 94 |
| Demandad actual..... | 94 |
| Proyección de la Demanda..... | 95 |
| Análisis de la Oferta..... | 96 |
| Oferta actual..... | 96 |
| Datos Históricos de la producción artesanal de bordados en Otavalo..... | 97 |
| Proyección de la Oferta..... | 97 |
| Balance Oferta - Demanda..... | 99 |
| Demanda Insatisfecha..... | 99 |
| Demanda a captar por el proyecto..... | 100 |
| Análisis y determinación de precios..... | 101 |
| Análisis de Comercialización y venta..... | 102 |
| Estrategias de comercialización..... | 102 |
| Marca “Ecuador ama la vida”..... | 102 |
| Redes sociales..... | 104 |
| Publicidad en Redes Sociales – Facebook..... | 104 |
| Conclusiones del Estudio de Mercado..... | 105 |
| CAPÍTULO IV..... | 106 |
| ESTUDIO TÉCNICO..... | 106 |

| | |
|--|-----|
| Tamaño del proyecto..... | 106 |
| Localización del proyecto | 107 |
| Macro localización..... | 107 |
| Micro localización. | 108 |
| Factores para la microlocalización del local comercial. | 109 |
| Escala de Valoración de los Criterios | 110 |
| Puntuación de los Factores con Respecto a Cada Sector..... | 111 |
| Matriz de Ponderación y Evaluación. | 112 |
| Ubicación Óptima del Local Comercial. | 113 |
| Ingeniería del proyecto | 113 |
| Distribución de la Planta de Producción..... | 113 |
| Distribución del local comercial..... | 115 |
| Proceso de Producción..... | 116 |
| Flujograma de Operaciones. | 117 |
| Determinación del Presupuesto Técnico..... | 119 |
| Materia Prima Directa..... | 119 |
| Gastos Sueldos y Salarios..... | 120 |
| Costos Indirectos de Fabricación..... | 121 |
| Inversión Inicial en Maquinaria y Equipo de Producción. | 121 |
| Inversión inicial en Bienes Inmuebles..... | 121 |
| Inversión Inicial en Muebles y Enseres..... | 122 |
| Inversión Inicial en Suministros de limpieza..... | 122 |

| | |
|---|-----|
| Inversión Inicial Equipo de Computación. | 122 |
| Gastos de Venta. | 123 |
| Gasto Servicios Básicos. | 123 |
| Gastos de Diferidos y de Constitución. | 123 |
| Otros Gastos requeridos. | 124 |
| Gastos Depreciaciones. | 124 |
| Capital de Trabajo. | 124 |
| Resumen de la Inversión Inicial. | 125 |
| Modelo de financiamiento | 126 |
| CAPÍTULO V. | 127 |
| ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO | 127 |
| Estado de Situación Financiera. | 127 |
| Presupuesto de Ingresos. | 128 |
| Presupuesto de Costos y Gastos. | 129 |
| Costo de producción. | 129 |
| Presupuesto de Gastos. | 133 |
| Estados Financieros Proyectados. | 140 |
| Estado de Resultados Integral. | 140 |
| Estado de Flujo de Efectivo. | 141 |
| Evaluación Financiera. | 141 |
| Costo de Oportunidad. | 141 |
| Tasa de Rendimiento Medio. | 142 |

| | |
|--|-----|
| Valor Actual Neto (VAN)..... | 142 |
| Tasa Interna de Retorno (TIR)..... | 144 |
| Período de Recuperación de la Inversión..... | 145 |
| Relación Costo Beneficio (C/B). | 145 |
| Relación Ingresos – Egresos. | 146 |
| Punto de Equilibrio. | 147 |
| Resumen de análisis financiero..... | 149 |
| Conclusiones del Estudio Financiero..... | 150 |
| CAPÍTULO VI..... | 151 |
| ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 151 |
| De la Microempresa..... | 151 |
| Conformación Jurídica..... | 151 |
| Nombre o Razón Social. | 151 |
| Filosofía Empresarial. | 154 |
| Estructura Administrativa. | 158 |
| Derechos y obligaciones. | 165 |
| Control Interno..... | 167 |
| Flujogramas de procedimientos. | 169 |
| CAPÍTULO VII | 170 |
| IMPACTOS | 170 |
| Reconocimiento de los Impactos | 170 |
| Valoración de impactos..... | 170 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| Evaluación de impactos. | 171 |
| Matriz resumen de impactos. | 177 |
| CONCLUSIONES | 178 |
| RECOMENDACIONES..... | 179 |
| BIBLIOGRAFÍA | 180 |
| WEBGRAFÍA..... | 182 |
| LINKOGRAFÍA | 185 |
| ANEXOS | 186 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|---|-----|
| Cuadro 1. Manual de funciones Gerente..... | 159 |
| Cuadro 2. Manual de Funciones Contador | 160 |
| Cuadro 3. Manual de Funciones Jefe de Producción..... | 161 |
| Cuadro 4. Manual de Funciones Costurera..... | 162 |
| Cuadro 5. Manual de Funciones Bordadora | 163 |
| Cuadro 6 Manual de Funciones Vendedor..... | 164 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|-----|
| Gráfico 1. Ubicación Geográfica de Otavalo..... | 40 |
| Gráfico 2. Población Económicamente Activa de Otavalo. | 42 |
| Gráfico 3. Principales Sectores de la Economía en Otavalo..... | 42 |
| Gráfico 4. Motivos principales para visitar Otavalo..... | 44 |
| Gráfico 5. Resultados obtenidos del género de la muestra..... | 87 |
| Gráfico 6. Frecuencia de visitas..... | 88 |
| Gráfico 7. Frecuencia de visitas..... | 89 |
| Gráfico 8. Aceptación del producto. | 90 |
| Gráfico 9. Preferencia de productos..... | 91 |
| Gráfico 10. Capacidad de adquisitiva..... | 92 |
| Gráfico 11. Medios de comunicación. | 93 |
| Gráfico 12. Marca país “Ecuador ama la vida” | 104 |
| Gráfico 13. Ubicación Geográfica de Otavalo..... | 107 |
| Gráfico 14. Ubicación Geográfica planta de producción..... | 108 |
| Gráfico 15. Ubicación del local comercial | 113 |
| Gráfico 16. Distribución de la planta de producción | 114 |
| Gráfico 17. Adecuación local comercial..... | 115 |
| Gráfico 18. Flujograma producción de bordados | 117 |
| Gráfico 20: Gobierno Corporativo de la Bordados Pakarina Andino Cía. Ltda..... | 158 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Matriz de Relación Diagnóstica..... | 37 |
| Tabla 2. Población Urbana y Rural de Otavalo por parroquias | 41 |
| Tabla 3. Turistas en Otavalo | 43 |
| Tabla 4. Principales distribuidores de telas..... | 49 |
| Tabla 5. Principales distribuidores de hilos | 49 |
| Tabla 6. Histórico de producción de blusas y bolsos en Otavalo | 50 |
| Tabla 7. Matriz A.O.OR | 51 |
| Tabla 8. Matriz de relación diagnóstica | 84 |
| Tabla 9. Género de la Muestra | 87 |
| Tabla 10. Frecuencia de visitas a la ciudad de Otavalo | 88 |
| Tabla 11. Motivos principales de visitas..... | 89 |
| Tabla 12. Aceptación del producto | 90 |
| Tabla 13. Preferencia de productos..... | 91 |
| Tabla 14. Capacidad de compra..... | 92 |
| Tabla 15. Preferencia de medios de comunicación..... | 93 |
| Tabla 16. Histórico de turismo en Otavalo | 94 |
| Tabla 17. Tasa de incremento del turismo en Otavalo..... | 94 |
| Tabla 18. Proyección de la Demanda | 95 |
| Tabla 19. Negocios de productos bordados en Otavalo..... | 96 |
| Tabla 20. Incremento proyectado de negocios en Otavalo..... | 97 |
| Tabla 21. Histórico de la producción de bordados | 97 |
| Tabla 22. Proyección de Oferta – Blusas anuales..... | 98 |
| Tabla 23. Proyección de Oferta – Bolsos anuales..... | 98 |
| Tabla 24. Demanda Insatisfecha de productos bordados en Otavalo | 99 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 25. Demanda Insatisfecha de blusas y bolsos | 99 |
| Tabla 26. Producción estimada del primer año..... | 100 |
| Tabla 27. Nivel de captación - Blusas | 100 |
| Tabla 28. Nivel de captación - Bolsos | 101 |
| Tabla 29. Precios de bordados en el mercado..... | 101 |
| Tabla 30. Resumen demanda potencial a satisfacer..... | 106 |
| Tabla 31. Valoración de Criterios..... | 110 |
| Tabla 32. Puntuación de los Factores | 111 |
| Tabla 33. Matriz de Ponderación y Evaluación | 112 |
| Tabla 34. Actividades del Proceso Productivo | 116 |
| Tabla 36. Materia Prima Directa mensual | 120 |
| Tabla 37. Sueldos y salarios mensuales..... | 120 |
| Tabla 38. Costos Indirectos mensuales..... | 121 |
| Tabla 39. Maquinaria y Equipo requerido | 121 |
| Tabla 40. Inversión en planta de producción | 121 |
| Tabla 41. Muebles y enseres requeridos | 122 |
| Tabla 42. Suministros de Limpieza requeridos..... | 122 |
| Tabla 43. Equipo de Computación requerido | 122 |
| Tabla 44. Gastos de venta mensual..... | 123 |
| Tabla 45. Servicios Básicos mensuales | 123 |
| Tabla 46. Gastos diferidos y de constitución mensual..... | 123 |
| Tabla 47. Otros gastos mensuales..... | 124 |
| Tabla 48. Depreciaciones mensuales | 124 |
| Tabla 49. Capital de trabajo para tres meses..... | 125 |
| Tabla 50. Inversión inicial | 125 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 51. Modelo de financiamiento | 126 |
| Tabla 52. Presupuesto de Ingresos..... | 128 |
| Tabla 53. Requerimientos de Materia Prima Directa..... | 129 |
| Tabla 54. Materia Prima Directa..... | 130 |
| Tabla 55. Histórico de Sueldos y Salarios | 130 |
| Tabla 56. Personal de Producción - Operarios..... | 131 |
| Tabla 57. Mano de Obra Directa..... | 131 |
| Tabla 58. Costos Indirectos de Fabricación | 132 |
| Tabla 59. Costos de Producción..... | 132 |
| Tabla 60. Personal Administrativo | 133 |
| Tabla 61. Sueldos Administrativos | 133 |
| Tabla 62. Suministros de Oficina mensual | 134 |
| Tabla 63. Suministros de Limpieza mensual | 134 |
| Tabla 64. Servicios Básicos mensuales | 134 |
| Tabla 65. Mantenimiento mensual..... | 135 |
| Tabla 66. Gastos de Administración..... | 135 |
| Tabla 67. Personal de Ventas..... | 136 |
| Tabla 68. Sueldos en Ventas | 136 |
| Tabla 69. Arriendo local comercial | 136 |
| Tabla 70. Arriendo local comercial | 137 |
| Tabla 71. Gastos de Venta | 137 |
| Tabla 72. Tabla de Amortización..... | 138 |
| Tabla 73. Proyección Gastos Financieros | 138 |
| Tabla 74. Porcentajes de depreciación..... | 139 |
| Tabla 75. Planta para la producción..... | 139 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 76. Proyección de Depreciaciones | 139 |
| Tabla 78. Costo de Oportunidad | 142 |
| Tabla 79. Valor Actual Neto | 143 |
| Tabla 80. Período de recuperación de la Inversión | 145 |
| Tabla 81. Relación Ingresos - Egresos | 146 |
| Tabla 82. Punto de Equilibrio | 148 |
| Tabla 83. Punto de Equilibrio en Unidades y Dólares | 149 |
| Tabla 84. Resumen de análisis financiero | 149 |
| Tabla 85. Nivel de Impactos | 170 |
| Tabla 86. Impacto Social | 171 |
| Tabla 87. Impacto Cultural | 172 |
| Tabla 88. Impacto Económico | 173 |
| Tabla 89. Impacto Empresarial | 174 |
| Tabla 90. Impactos en la Educación | 175 |
| Tabla 91. Impactos al medio ambiente | 176 |
| Tabla 92. Matriz resumen de Impactos Generados | 177 |

INTRODUCCIÓN

El presente estudio se realiza en la ciudad de Otavalo, con la finalidad de demostrar la factibilidad para la creación de una microempresa de artesanías para la producción y comercialización de productos en donde resalten coloridos bordados, poniendo en práctica la técnica del bordado denominada “punto de cruz”.

Otavalo es un cantón perteneciente a la provincia de Imbabura, se caracteriza por tener un clima templado, su población es de 104.874 habitantes entre mestizos e indígenas, según el último censo de vivienda realizada (INEC, 2010). Su actividad económica depende netamente del comercio y el turismo que atraen sus bellos paisajes, lagos y lagunas.

Su principal actividad económica es la producción artesanal y el comercio, sin embargo las plazas y mercados van perdiendo importancia e innovación en ciertas técnicas de producción artesanal. Como consecuencia, se frena el desarrollo local por ende las ventas y la inversión se ha recortado, poco a poco se ha ido dando el deterioro de la infraestructura del mercado; muchos sectores, comunidades y familias se han visto afectados económicamente.

En la actualidad el gobierno a través del Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad y en concordancia con lo estipulado en el Código de la Producción más específicamente en el Libro III: DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, Y DE LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN (2010), impulsa la generación de proyectos productivos, brindando asistencia financiera, técnica, capacitación y seguimiento.

La idea del proyecto nace con la finalidad de contribuir con el desarrollo económico, social y cultural de la zona, introduciendo nuevos productos bordados, tomando en cuenta que Otavalo depende de la actividad comercial y del turismo, según el último censo realizado por el INEC (2010). Además con el proyecto se busca generar ganancias, crear fuentes de empleo,

dinamizar la actividad comercial del mercado y atraer el turismo de nacionales y extranjeros y así contribuir con el desarrollo del país.

OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de artesanías, dedicada al diseño, producción y comercialización de productos bordados en punto de cruz, con motivos típicos de la cultura de Otavalo, en la provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el estudio de diagnóstico situacional del proyecto mediante la investigación del medio, que permita conocer sobre las aliados, oponentes, oportunidades y riesgos (AOOR) encontrados en el mercado artesanal de Otavalo.

- Establecer las bases teóricas a través de la investigación de fuentes bibliográficas y lincográficas, que ayuden en la formulación y ejecución correcta del trabajo.

- Realizar la investigación del mercado al cual va dirigido el producto mediante la aplicación de metodologías de estudio para reconocer los niveles de oferta y demanda existente que modifican el precio y la producción.

- Realizar el estudio técnico del proyecto mediante la investigación macro y micro de la zona, para determinar el tamaño, localización, tecnología, inversiones y el talento humano requeridos para la ejecución.

- Diseñar un estudio económico financiero mediante el uso de herramientas e índices financieros, que nos permita estimar la rentabilidad o no del proyecto.

- Realizar un estudio técnico organizacional que permita identificar la estructura técnica y administrativa más óptima para la producción requerida.
- Determinar los principales impactos sociales, culturales, económicos y comerciales mediante el análisis de las variables involucradas, para determinar el grado de afectación tanto positiva como negativa que genere en el desarrollo del proyecto.

JUSTIFICACIÓN

Ecuador es un país de Suramérica compuesto por cuatro regiones Costa, Sierra, Amazonía e Insular o Galápagos muy ricas por sus características climáticas, culturales, sociales y económicas. Posee una rica vegetación y fauna lo que le convierte en un lugar atractivo para los turistas de todas partes del mundo que son atraídos a todos los rincones del país, entre uno de estos esta la provincia de Imbabura conocida también como la provincia de los lagos.

Otavalo perteneciente a la provincia de Imbabura es uno de seis cantones que la conforman reconocido como núcleo folclórico a nivel mundial por la variedad de culturas y por la hospitalidad de su gente. Su población está compuesta por un 85% de indígenas y 15% de mestizos y afroecuatorianos, y su actividad principal es el comercio de productos elaborados artesanalmente con diferentes materias primas que les provee la misma naturaleza del sector. (INEC, 2010). El principal centro de acopio comercial es la reconocida Plaza de los Ponchos en el centro de la ciudad.

Por las características descritas es importante realizar este estudio de factibilidad; ya que, a través del mismo se pretende fortalecer el comercio en la ciudad de Otavalo concentrado en el mercado artesanal “La Plaza de los Ponchos” y contribuir con variedad e innovación en productos y que mejor manera de hacerlo a través de coloridos bordados plasmados en manteles, cortinas, bolsos y otros.

Los beneficiarios directos de este proyecto serán la ciudadanía en general; ya que, se pretende rescatar la identidad cultural y ciertas técnicas de elaboración y producción de artesanías, que permitirán dinamizar la economía del cantón, crear fuentes de empleo y atraer el turismo nacional e internacional. De esta manera se mejorará la calidad de vida de la población y se contribuye al desarrollo empresarial artesanal.

Bajo este suceso se propone la creación de una microempresa, dedicada al diseño, producción y comercialización de productos bordados en punto de cruz, con motivos típicos de la cultura de Otavalo, los mismos que serán característicos por su calidad, originalidad, innovación constante y precios cómodos.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Ecuador está ubicado al noreste de Suramérica, limita al norte por Colombia, al sur y este por Perú y al oeste por el Océano Pacífico, abarca una superficie de aproximadamente 272.045 km², incluyendo las islas Galápagos. Ecuador está compuesto por cuatro regiones muy bien identificadas por sus características climáticas, sociales, culturales y económicas, estas son: Costa, Sierra, Oriente e Insular o Galápagos. Su capital es Quito, una de las ciudades más antiguas desde tiempos de la colonia. Posee una rica vegetación y fauna variada gracias al clima cálido, húmedo y frío característico de cada región.

En la región Sierra se encuentra la provincia de Imbabura, conocida también como la provincia de los lagos por poseer los más hermosos lagos, está compuesta por 6 cantones que son: Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí. Tiene una población aproximada de 104.876 habitantes, con un 54% de población rural y el 46% situada en el área urbana. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010).

Otavalo es un cantón perteneciente a la provincia de Imbabura, está compuesta por once parroquias dos urbanas y nueve rurales. Las parroquias rurales son: Eugenio Espejo, San Pablo del Lago, González Suárez, San Rafael, San Juan de Ilumán, Dr. Miguel Egas Cabezas, San José de Quichinche, San Pedro de Pataquí y Selva Alegre. Una de las parroquias urbanas es el Jordán, que está comprendida por las comunidades de: Cotama, Guanansi, Gualapuro, La Compañía, Camuendo y Libertad de Azama. La segunda parroquia urbana es San Luis conformada por las comunidades de: Imbabuela Alto y Bajo, Mojanda, Mojanda del Mirador, Mojandita, Taxopamba y Cuatro Esquinas. Se caracteriza por tener un clima templado, su

población es de 104.874 habitantes entre mestizos e indígenas, según el último censo de vivienda realizada (INEC, 2010). Su actividad económica depende netamente del comercio que se concentra principalmente los días sábados de feria, y también del turismo que atraen sus bellos paisajes, lagos y lagunas, constituyendo de esta manera el engranaje que activa la cadena comercial y de servicios hoteleros, de restaurantes, bares, tiendas de ropa y demás negocios.

El cantón Otavalo, es considerado como uno de los núcleos folklóricos de la provincia y del país. Está poblada por un 85% de indígenas y el 15% restantes conformado por mestizos y afroamericanos. Es un cantón cuya actividad económica es la producción artesanal de objetos a base de materias primas como madera, tagua, metales, telas, pinturas y otros. La producción artesanal ha sido y seguirá siendo la forma de comunicación y expresión cultural más natural y creativa de los pueblos, razón por la que el mercado artesanal se ha ido fortaleciendo y adquiriendo mayor importancia.

En la actualidad el gobierno de la “Revolución Ciudadana” apoya el desarrollo de nuevos emprendimientos productivos en concordancia con lo que estipula el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV, 2013- 2017). La estrategia es trabajar sectorizadamente en articulación con secretarías, ministerios y con los GADs, a fin de dar cumplimiento a los objetivos del Sumak Kawsay que se relacionan con la equidad, desarrollo productivo y mejorar la calidad de vida de los habitantes.

1.2. Objetivos Del Diagnóstico

1.2.1. Objetivo General.

Realizar el estudio de diagnóstico situacional, mediante la investigación del medio, que permita conocer más sobre la oportunidad de inversión encontrada en el mercado artesanal de Otavalo.

1.2.2. Objetivos Específicos

- a) Determinar las características geográficas, demográficas, poblacionales, sociales y culturales del cantón Otavalo.
- b) Reconocer la afluencia de turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo.
- c) Identificar el proceso productivo más adecuado para la producción de artesanías bordadas mediante el diálogo directo con los artesanos.
- d) Determinar la disponibilidad de mano de obra para la elaboración de bordados con o sin experiencia en bordados.

1.2.3. Variables Diagnósticas

1. Aspectos geográficos, demográficos y socio-económicos
2. Turismo en Otavalo
3. Producción artesanal
4. Talento humano

1.2.4. Indicadores

- **Aspectos demográficos y socio-económicos**
 - a) Datos históricos
 - b) Ubicación geográfica
 - c) Población urbana y rural
 - d) Población económicamente activa e inactiva
 - e) Sectores de la economía
- **Turismo en Otavalo**
 - a) Turismo Nacional e Internacional
 - b) Motivos de Visita

- c) Lugares turísticos de Otavalo
- d) Gastronomía
- e) Aspectos ambientales
- **Producción artesanal**
 - a) Origen de la producción artesanal
 - b) Proceso productivo
 - c) Materia prima
 - d) Producción histórica de bordados
- **Talento humano**
 - a) Disponibilidad de Mano de Obra

1.2.5. Matriz de Relación Diagnóstica

Tabla 1. Matriz de Relación Diagnóstica

| OBJETIVO | VARIABLE | INDICADORES | TÉCNICAS | FUENTE DE INFORMACIÓN |
|--|--|--|-----------------------------|------------------------------|
| | | Datos históricos | | |
| Determinar las características geográficas, demográficas, poblacionales, sociales y culturales del cantón Otavalo. | Aspectos, geográficos, demográficos y socio-económicos | Ubicación geográfica Población urbana y rural Población económicamente activa (PEA) Sectores de la economía | Investigación bibliográfica | Secundarias |

| | | | | |
|---|----------------------|--|-----------------------------|-------------|
| Reconocer la afluencia de turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo. | Turismo en Otavalo | Turismo: Nacional e Internacional Motivos de visita Lugares turísticos de Otavalo Gastronomía Aspectos ambientales | Investigación bibliográfica | Secundarias |
| Identificar el proceso productivo más adecuado para la producción de artesanías bordadas mediante el diálogo directo con los artesanos. | Producción artesanal | Origen de la producción artesanal Entrevista Materia Prima Producción histórica | Investigación bibliográfica | Secundaria |
| Determinar la disponibilidad de mano de obra para la elaboración de bordados con o sin experiencia en bordados. | Talento humano | Disponibilidad de mano de obra. | Investigación bibliográfica | Secundaria |

1.2.6. Aspectos, Geográficos, Demográficos y Socio-económicos

1.2.6.1. Datos Históricos

La palabra OTAVALO tiene varios significados según se especifica en la página web oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Otavalo (GADMO, 2014).

En base al idioma Chaima (Caribe-Antillano). Otavalo provendría de OTO-VA-L-O que significa “lugar de los antepasados”. Si es el Cara el generativo, del Pansaleo OTAGUALÓ, GUALÓ o TAGUALO se interpretaría como “casa”. Con el fundamento del idioma Chibcha OTE-GUA-LO daría el significado” en lo alto grande laguna” y por último en lengua de los indígenas de la zona se traduciría “como cobija de todos” y SARANCE como “pueblo que vive de pie”.

Su constitución empezó posterior a las invasiones de los incas y españoles, como consecuencia se fueron estableciendo los Cayambis, Caranquis y Otavalos, a orillas del lago San Pablo. En 1580 se inicia el obraje en el lugar denominado Peguche, posteriormente se dio la producción artesanal y tomo fuerza hasta nuestros días.

1.2.6.2. Ubicación geográfica

El cantón Otavalo, está ubicado en el norte de Ecuador, en la provincia de Imbabura, con una superficie de 579 kilómetros cuadrados, según datos proporcionados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Otavalo.

Se localiza al sur oriente de la provincia de Imbabura a 110 kilómetros de la capital Quito (Pichincha). Limita el norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur con el cantón de Quito; al este con los cantones Ibarra y Cayambe; y, al oeste con los cantones de Quito y Cotacachi. (PODOT-O, 2011).

Gráfico 1. Ubicación Geográfica de Otavalo



Fuente: Google Maps
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

1.2.6.3. Población total de Otavalo.

La provincia de Imbabura tiene una población total aproximada de 413.356 habitantes, la misma que está distribuida en sus 6 cantones. El cantón Otavalo es el segundo cantón con mayor población, después de Ibarra, siendo esta de 104.876 habitantes, esto representa el 26% del total de la provincia, según la Censo de la Población y Vivienda (INEC, 2010).

1.2.6.4. Población urbana y rural.

La ciudad de Otavalo está compuesto por una parte urbana y otra rural. La zona urbana, parroquia el Jordán conformada por: La Cruz, Monserrate, Cachimbiro, Guananci, La Compañía, Agato, Camuendo Grande, Imbabuela Alto, La Magdalena, Cruz Loma, Mojanda, La Esperanza y Jatunyacu; la zona rural está conformada por las parroquias: Eugenio Espejo, San Juan de Ilumán, San Rafael, Miguel Egas Cabezas (Peguche), González Suárez, San José de Quichinche, San Pablo, San Pedro de Pataquí y Selva Alegre.

Tabla 2. Población Urbana y Rural de Otavalo por parroquias

| CIUDAD | PARROQUIAS | ÁREA | | TOTAL |
|---------|------------------------|---------------|---------------|---------------|
| | | URBANO | RURAL | |
| OTAVALO | Miguel Egas Cabezas | | 4.883 | 4.883 |
| | Eugenio Espejo | | 7.357 | 7.357 |
| | Gonzales Suarez | | 5.630 | 5.630 |
| | Otavalo | 39.354 | 13.399 | 52.753 |
| | Pataquí | | 269 | 269 |
| | San José de Quichinche | | 8.478 | 8.478 |
| | San Juan de Ilumán | | 8.584 | 8.584 |
| | San Pablo | | 9.901 | 9.901 |
| | San Rafael | | 5.421 | 5.421 |
| | Selva Alegre | | 1.600 | 1.600 |
| | TOTAL | | 39.354 | 65.522 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010)

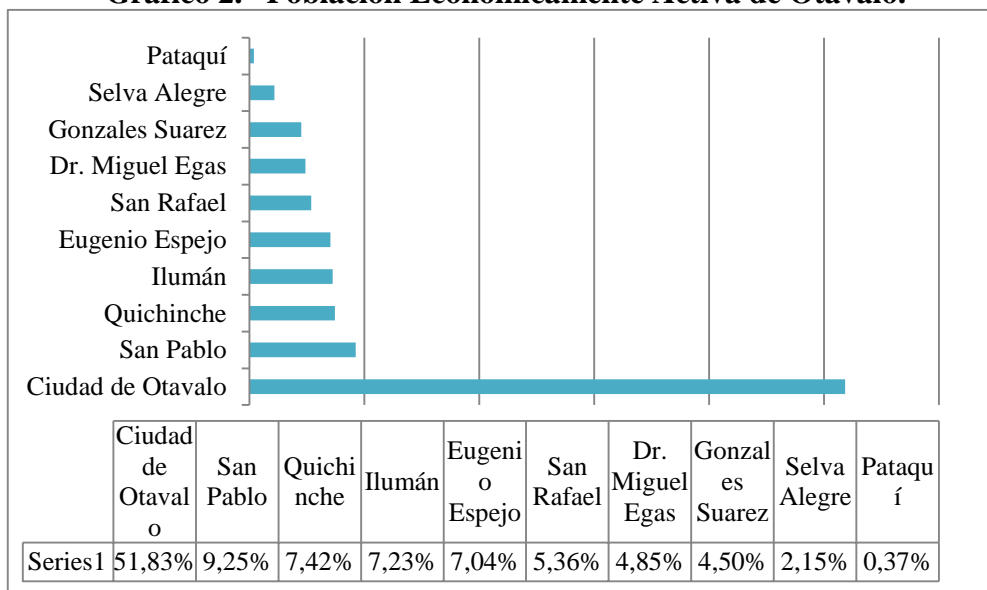
Elaborado por: La autora

Año: 2015

Se puede identificar que el 37.52% de la población se acentúa en la ciudad mientras que el 62.48% representa el área rural.

1.2.6.5. Población Económicamente Activa –Inactiva.

La Población Económicamente Activa (PEA), según el último censo de la población y vivienda del cantón Otavalo es de 29% (número de ocupados y parados) por el contrario el 71% corresponde a la Población Económicamente Inactiva (PEI) dentro de ellos están estudiantes, amas de casa, jubilados y discapacitados. El 51.83% siendo la mayor cantidad de activos 27.342h se concentran en el centro de la ciudad.

Gráfico 2. Población Económicamente Activa de Otavalo.

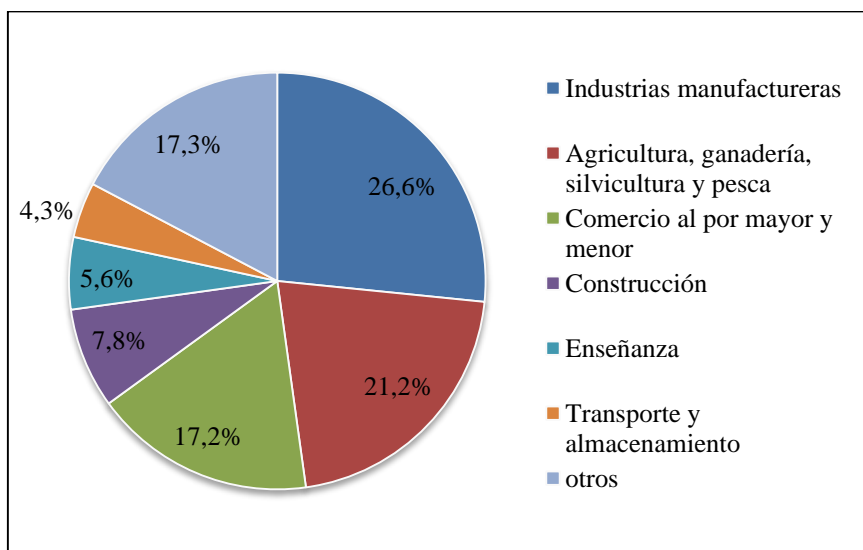
Fuente: INEC Censo de la Población y Vivienda - 2010

Elaborado por: La autora

Año: 2015

1.2.6.6. Sectores de la economía.

La manufactura es la actividad que mayores fuentes de empleo proporcionan a la población, esto por la riqueza de la zona que permite disponer de materias primas como madera, cabuya, totora, lana, piedras y otros para la producción artesanal.

Gráfico 3. Principales Sectores de la Economía en Otavalo

Fuente: INEC Censo de la Población y Vivienda - 2010

Elaborado por: La autora

Año: 2015

1.2.7. Turismo en la ciudad de Otavalo.

El cantón Otavalo constituye es el principal destino turístico en la región Sierra Norte, por poseer el mercado artesanal “Plaza de los Ponchos”, más grande en Sudamérica. El turismo en el cantón Otavalo es atraído principalmente por: la flora y fauna existente en los alrededores, por las costumbres, gastronomía y sobre todo la producción artesanal. El turismo es la principal fuentes de ingresos seguido por el comercio artesanal.

Para el año 2013, el Ministerio de Turismo, estimó que las llegadas ascienden a 430.776 turistas, de los cuales 306.590 correspondería a extranjeros y 137.848 de nacionales que llegan en medios de transporte propio o público (MINTUR, 2002)

Tabla 3. Turistas en Otavalo

| | | |
|--------------|----------------|-------------|
| Nacionales | 137.848 | 32% |
| Extranjeros | 292.928 | 68% |
| TOTAL | 430.776 | 100% |

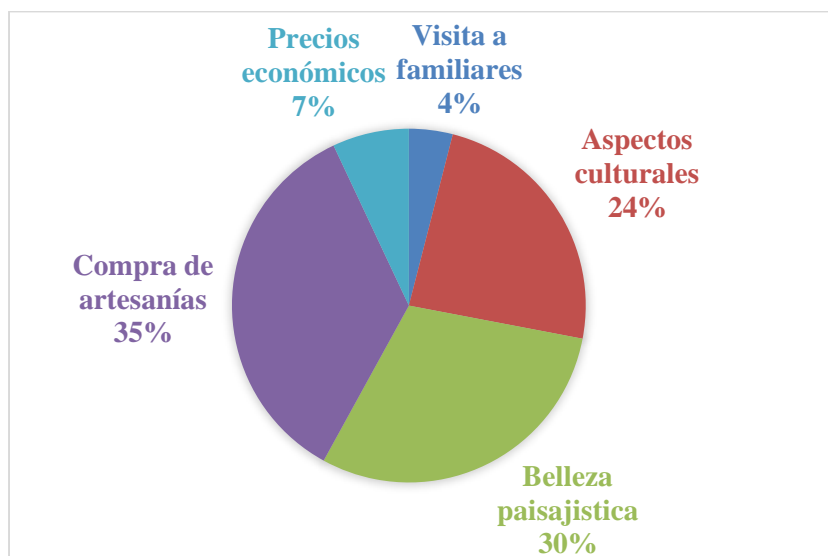
Fuente: Ministerio de Turismo – GAD Municipalidad de Otavalo

Elaborado por: La autora

Año: 2015

1.2.7.1. Motivos de visita a Otavalo.

El cantón Otavalo recibe visitantes que llegan por distintos motivos, el principal es la compra de artesanías el cual está representado por el 35% de turistas, el mismo que se concentra los días sábados de feria en el centro de Otavalo, en el mercado de centenario Plaza de los Ponchos. Otros de los motivos de visita son: los aspectos culturales del cantón 24%, y la belleza paisajística 30%, cabe indicar que entre estos tres motivos principalmente se complementan uno a otro aumentando así la dinámica comercial de la ciudad. A continuación el detalle de los mismos.

Gráfico 4. Motivos principales para visitar Otavalo

Fuente: GAD Otavalo y FEEP, 2014

Elaborado por: La autora

Año: 2015

1.2.7.2. Lugares turísticos de Otavalo.

a) Lago San Pablo

El lago San Pablo está ubicado a 4 kilómetros de la ciudad de Otavalo, un sitio ideal para realizar deportes como caminata y ciclismo; también es ideal para practicar fotografía y pintura. Tiene una hermosa vista. En sus orillas podemos ver una variedad de aves propias del sector como garzas, patos silvestres, gallaretas y también una especie de pez denominado preñadilla, que se esconde entre la espesa la totora. La totora es utilizada por los pobladores para hacer esteras, aventadores, y adornos artesanales. (OTAVALO TRAVEL, 2015)

b) El Lechero – Pucará de Velásquez.

El Lechero es un árbol ubicado en las alturas de la comunidad Pucará de Velásquez. Es conocido por las leyendas que encierra su origen y su relación con el lago San Pablo. El sector ofrece una hermosa vista, también es ideal para realizar caminatas, campamentos, ciclismo. Es el lugar ideal para relajarse y entrar en contacto con la naturaleza.

c) *La cascada de Peguche.*

La cascada de Peguche es un lugar enérgico que acoge a cientos de turistas nacionales e internacionales que llegan principalmente en las fiestas del Inty Raymi (fiestas del sol). Está ubicada a 10 minutos de la ciudad de Otavalo en medio de una exuberante vegetación donde habitan cientos de aves que armonizan el lugar con sus cantos. La comunidad indígena mantiene todavía prácticas rituales de curación espiritual, baños energéticos que limpian el cuerpo y el alma. Además es el lugar más visitado en las fiestas de Carnaval.

d) *Plaza de los Ponchos.*

El mercado centenario conocido a nivel mundial como la “Plaza de los Ponchos”, es el lugar más rico en variedad cultural, en primer lugar por ser el punto de concentración de diversas comunidades, siempre con sus vestimentas típica que distingue de las demás y que llama la atención de los visitantes; segunda por la producción artesanal que dinamiza la actividad económica del sector. Los principales días de feria son el miércoles y el sábado, siendo este último el más importante.

El mercado es el centro de acopio de mayor diversidad étnica como: Kichwas Cayambis, kichwas Caranquis, Afroecuatorianos, Mestizo y otros procedentes de comunidades aledañas. Además se han identificado culturas venidas de países vecinos como Perú y Bolivia.

En el mercado se puede encontrar una amplia variedad de productos artesanales como: prendas de vestir, bordados, bolsos, decorativos, pinturas, bisutería, alfombras, sacos de lana y alpaca, sombreros y otros.

1.2.7.3. *Costumbres y tradiciones.*

Otavalo es una ciudad que se caracteriza por su variedad cultural que está relacionada con sus orígenes, sus pueblos, con el tiempo y su entorno. Algunos son los campos en los que

podemos evidenciar estos aspectos, son así por ejemplo: vestimenta tradicional indígena, platos típicos, prácticas religiosas, por mencionar algunos. También sostienen leyendas relacionadas con la cosecha, el sol, la luna, el maíz, sus lagos y lagunas.

Las fiestas del Pawkar Raymi son reconocidas a nivel mundial. Estas son consideradas como un tributo a la madre tierra y al sol, como símbolo de agradecimiento por las cosechas del maíz. Según las costumbres de las comunidades los indígenas dan gracias a los cuatro elementos de la naturaleza que son: el aire, la tierra, el agua y fuego.

1.2.7.4. Gastronomía.

Dentro de su gastronomía el plato típico de Otavalo denominado “Yamor”, es una delicia para los paladares de locales y de turistas nacionales e internacionales. El nombre se debe a la exquisita chicha del “Yamor”, que está elaborada a base de siete tipos de maíz fermentado, acompañado del plato fuerte que está compuesto por papas, tostado, fritada, mote y las empanadas rellenas de arroz colorado y arveja tierna.

1.2.7.5. Aspectos Ambientales.

El principal problema que enfrenta Otavalo es la cantidad de basura que queda en su Plaza, sus mercados y en las calles principales después de los días de feria, lo que genera una mala imagen de la ciudad para los ojos de los visitantes.

Otro problema que se desprende del anterior es la presencia de perros callejeros en las calles que son portadores de pulgas, garrapatas y una serie de infecciones por lo que se convierte en un serio problema de salud pública.

La contaminación auditiva es otro problema evidenciado. Este es ocasionado por altos parlantes utilizados para las ventas, los pitos y sirenas de vehículos más los voceros ambulantes.

La contaminación visual también está presente; ya que, los comerciantes utilizan carpas y plásticos que dañan la imagen de la ciudad y además dificultan el tránsito de los visitantes.

1.2.8. Producción Artesanal.

1.2.8.1. Origen de la producción artesanal.

En los años 50 y 60 del siglo XX, los Kichwas – Otavalo sufrían muchas formas de discriminación por parte de los españoles, por esta situación la gente empezó a criar a sus hijos alejados de sus tierras y despojados de sus vestimentas tradicionales. La mayoría de la gente se refugiaba en la ciudad de Otavalo, en donde aprendieron a vivir de la producción artesanal interna. Fue después que los pueblos de Peguche iniciaron una lucha incansable por rescatar su identidad cultural, haciendo de la producción artesanal un vivo espejo de su realidad. Es así como se inició la producción artesanal, la misma que fue reproduciéndose en todas las comunidades que yacían fuertemente desintegradas por la migración del campo a la ciudad.

1.2.8.2. Proceso productivo de productos bordados.

Con la finalidad de conocer cuál es el proceso productivo de artesanías, se ha realizado una entrevista a la señora María Estela Visarrea Camuendo, artesana calificada, dueña de un taller que se dedica a la elaboración de blusas bordadas a mano.

a) Entrevista

Involucrados:

Entrevistador: Evelyn Pasaguay

Entrevistado: Sra. María Estela Visarrea Camuendo

1. *¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad?*

Hace más de 20 años atrás. Como una actividad familiar.

2. *¿Cuánto cree usted que se ha desarrollado la actividad artesanal en la ciudad?*

Yo creo que el desarrollo artesanal en Otavalo se ha detenido debido a la falta de capital para invertir en la ampliación de infraestructura, en nuevas maquinarias y compra de materiales.

3. *¿Cuál es el proceso artesanal que usted realiza?*

El proceso que se sigue es: el corte y confección de las prendas, dibujar el diseño del bordado utilizando plantillas, se realiza los bordados y se finaliza con el control de calidad y el almacenamiento.

4. *¿Qué tiempo demanda la elaboración del bordado por cada producto?*

Como mínimo 30 minutos y máximo 2horas.

5. *¿Qué cantidad de productos bordados produce en la semana?*

La cantidad que se produce generalmente es de 300 a 400 blusas a la semana.

6. *¿Dónde adquiere usted la materia prima?*

La tela se adquiere de los distribuidores textiles en Otavalo, al por mayor, de igual manera los hilos para el bordado se adquiere de distribuidores locales.

7. *¿Qué técnicas de bordado realiza?*

La técnica que se utiliza es “Relleno” y otras adicionales como “Cadena” y “Granizo” para hacer los detalles de los bordados.

8. ¿Cómo calcula el costo de los productos?

El cálculo de los productos se los realiza por volúmenes de producción tomando en cuenta todos los materiales que se utilizan principalmente las telas y los hilos.

1.2.9. Materia Prima

1.2.9.1. Distribuidores textiles (telas e hilos) en Otavalo.

En la ciudad de Otavalo los principales son los siguientes:

Tabla 4. Principales distribuidores de telas

| Número | Distribuidores textiles |
|--------|-------------------------|
| 1 | EL BARATO |
| 2 | COMERCIAL DORIAN |
| 3 | FINDUTEX |
| 4 | TEXTILES DIAZ |
| 5 | INDUTEXMA |
| 6 | DISTRIBUIDORA OTAVALO |
| 7 | TELAS |
| 8 | GRAVEN TEXTILES |
| 9 | IMPORTEXTIL |
| 10 | HUAITA SISA |

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Autora

Año: 2015

Tabla 5. Principales distribuidores de hilos

| Número | Distribuidores de hilos |
|--------|-------------------------|
| 1 | BALMON TEX HILOS PINTO |
| 2 | EMPRESAS PINTO |
| 3 | FIBRITEX |
| 4 | VARIEDADES POLYCRON |
| 5 | ECUAHILOS S. A. |

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Autora

Año: 2015

1.2.9.2. Producción histórica de bordados en Otavalo.

La producción artesanal en Otavalo ha tenido una tendencia de crecimiento con una tasa promedio de 0,028 (28%) entre blusas y bolsos bordados. Los detalles en la siguiente tabla.

Tabla 6. Histórico de producción de blusas y bolsos en Otavalo

| Blusas | | | Bolsos | | |
|----------------------|----------|--------------------------|----------------------|----------|--------------------------|
| Años | Promedio | Porcentaje de Incremento | Años | Promedio | Porcentaje de Incremento |
| 2.012 | 8.348 | | 2.012 | 7.937 | |
| 2.013 | 8.587 | 0,029 | 2.013 | 8.132 | 0,025 |
| 2.014 | 8.844 | 0,030 | 2.014 | 8.373 | 0,030 |
| Tasa Promedio | | 0,029 | Tasa Promedio | | 0,027 |

Fuente: Estudio de diagnóstico

Elaborado por: La autora

Año: 2015

1.2.10. Talento humano

1.2.10.1. Disponibilidad de Mano de Obra

La elaboración de bordados no requiere un personal altamente profesional en el arte; ya que, el bordado es una técnica artesanal surgida en las mismas comunidades como una actividad de subsistencia.

A pesar de esto la falta de capital y materiales ha limitado la producción artesanal dejando a muchos sin empleo; es así, que en la ciudad de Otavalo los índices de desempleo y subempleo han aumentado siendo estos de 5.6% en desempleo y 70,6% subempleo entre hombres y mujeres. (LA HORA, 2010). Los mismos que constituyen el 52.3% del total de la Población Económicamente Activa de Otavalo, el 51.83% concentrado en la ciudad e Otavalo y 48.17% concentrado en la zonas rurales. (Ver **Gráfico 2**).

La implementación del presente proyecto crea fuentes de empleo que contribuye a disminuir estos índices.

1.3. Matriz de relación diagnóstica A.O.O.R

Tabla 7. Matriz A.O.OR

| ALIADOS | OPONENTES |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica adecuada para la producción. • Existencia de distribuidores textiles de materia prima. • Mano de Obra disponible. | <ul style="list-style-type: none"> • Artesanos con productos de características similares. • Productores provenientes de otros países como Perú y Bolivia que ofertan productos bordados en Otavalo. • Demoras en el proceso productivo de bordado manual versus producción de bordados en máquinas. • Costos elevados durante la introducción de productos al mercado. |
| OPORTUNIDADES | RIESGOS |
| <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo del GAD Municipalidad de Otavalo a través de espacios para desarrollar ferias artesanales. • Apoyo del gobierno para la creación de microempresas. • Publicidad de la producción artesanal a través del portal web Otavalo Travel. • Afluencia de turistas nacionales e internacionales. • Apoyo de organismos en ámbitos: financiero, información, tecnológico, control de calidad, entre otras. | <ul style="list-style-type: none"> • Incremento de microempresas productoras de bordados. • Plagio de los productos bordados y presencia de la competencia desleal. |

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autora

Año: 2015

1.4. Análisis de los Elementos de la Matriz A.O.O.R.

1.4.1. Aliados.

La ubicación geográfica de Otavalo se convierte en el principal aliado; ya que favorece la comercialización de la producción artesanal, a esto hay que agregar la existencia de distribuidores textiles de tela e hilos como materia prima principal.

La Mano de Obra disponible se identifica dentro de la PEA del cantón correspondiente a los desempleados y subempleados existentes.

1.4.2. Oponentes

En la ciudad de Otavalo se puede observar variedad de productos bordados con características similares ellos hay que agregar que muchos productos artesanales se introducen desde países vecinos como Colombia y Perú. Ellos se convierte en principales oponentes he ahí el interés de elaborar productos nuevos, atractivos a los ojos de los consumidores.

Otro aspecto importante que se observa es la existencia de la competencia desleal, comerciantes autónomos que se ubican en las calles obstaculizando el paso peatonal con variedad de productos no necesariamente bordados pero que en realidad si se convierten en una molestia para productores que funcionan con permisos municipales.

1.4.3. Oportunidades

El apoyo dinámico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, como el ente regulador en la ciudad de Otavalo, se enfoca en mejorar la calidad de vida de los pobladores, para lo cual genera espacios a través de ferias productivas como apoyo a la producción artesanal y el comercio.

El gobierno es el principal impulsor de la producción artesanal así pues en articulación con el Ministerio de la Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad presentan una compilación de información denominada “Agenda para la Transformación Productiva Territorial de Imbabura en el que se plantea como objetivo “(...) potencializar el desarrollo endógeno para construir una zona más competitiva, más equitativa y con mayores oportunidades en los mercados interno y externo”. (Ministerio de la Producción, 2011)

A través de esta agenda el ente gubernamental pretende planificar y coordinar el trabajo de los sectores público y privado, además también identificar las ramas de producción que tienen mayor importancia en forma sectorizada.

El gobierno actual realiza un proceso conjunto en el que involucra a otros organismos que proporcionen apoyo en ámbitos como: financiero, información, tecnología, control de calidad, entre otras. Estos son:

- Corporación Financiera Nacional – CFN
- Banco Nacional de Fomento – BNF
- Servicios de Rentas Internas – SRI
- Secretaria Nacional de Ciencia y Tecnología - SENACYT

1.4.4. Riesgos

El temor principal como proyecto de emprendimiento nuevo es la competencia debido a que existen productores artesanales con infraestructura instalada y con experiencia en el mercado que puede estar interesados en desplazarnos rápidamente.

1.5. Determinación de la oportunidad de inversión

La oportunidad de implementar el proyecto se identifica en el cantón Otavalo con una población económica activa (PEA) 28.93%, lo que significa para el proyecto una significativa dinámica comercial. La economía depende de la industria manufacturera representado por el (27,6%) de la población, seguido por las actividades de comercio (17,2%) que se concentran en la Plaza de los Ponchos, lugar que se ha convertido en un referente turístico por ser el centro de acopio de una variedad de etnias, culturas, vestigios y gastronomía. En general la riqueza natural, sus lagos y lagunas atraen alrededor de 430.000 turistas al año.

La afluencia de turistas nacionales e internacionales se ve en aumento cada año debido a que en la actualidad las entidades gubernamentales le han dado gran importancia a este sector tan importante de la economía que es el turismo tanto a nivel nacional como local, por lo que se ve y se siente el apoyo que brindan a través de programas de planificación territorial, situación que genera confianza y hace un llamado a pensar en proyectos microempresariales

Es pertinente desarrollar el estudio para la implementación de la microempresa de productos bordados debido a las oportunidades comerciales, económicas, geográficas y culturales que favorecen la factibilidad del presente proyecto.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico recopila las bases conceptuales que facilitan la comprensión de términos empleados en el estudio. Se toma en cuenta conceptos de libros, revistas estudios realizados por expertos, planificación territorial y normativa legal que sustente la veracidad de lo expuesto.

2.1. Conceptos Generales

2.1.1. Bordados en punto de cruz.

Los bordados en punto de cruz consisten en realizar dibujos concretos en tela mediante puntadas diagonales una sobre la otra, para lo cual se emplean telas de fibras cruzadas de iguales dimensiones que faciliten el conteo de las puntadas. (Tienda Punto de cruz, 2015).

2.1.2. Tipos de Telas

Existe una variedad de telas que pueden emplearse para realizar bordados en punto de cruz, sus características depende del número de fibras que la componen estas son:

2.1.2.1. Tela Aida.

Es el tejido más empleado en los bordados de punto de cruz y uno de los más fáciles y cómodos para bordar. Se trabaja con una cruz por cada cuadro del tejido. Hay diferentes tipos de Aida en función del tamaño del cuadro y la densidad de la tela, número de hilos por centímetro de tela, lo que influye en el tamaño y efecto de la labor.

2.1.2.2. *Tela Panamá.*

Muy utilizada para mantelerías y tapetes por su suavidad y caída. Se borda con una cruz por cuatro cuadros de tejido.

2.1.2.3. *Tela Lino.*

Ideal para trabajos más finos. Se trabaja cogiendo dos hilos en cada sentido, la puntada resultante es pequeña y el efecto muy decorativo.

2.1.2.4. *Tela Laguna.*

Se trabaja igual que el lino pero su trama es más abierta y uniforme, con lo cual es más fácil y cómodo el trabajo. La trama de esta tela es generalmente de 20 hilos ó 10 cuadritos en 2 cm.

2.1.3. *Hilos de bordado.*

El tipo de hilo ideal para bordar a punto de cruz es el hilo “muliné” elaborado a base de algodón formado por seis hebras que fácilmente pueden dividirse de acuerdo a los requerimientos del bordado. Lo recomendable es trabajar con hebras no mayores a 45cm de largo, para evitar la decoloración y pérdida de brillo.

2.1.4. *Agujas de bordado.*

Las agujas que se emplean para el bordado en punto de cruz son aquellas de punta redonda para evitar el daño de las fibras y evitar pinchazos frecuentes. Las hay de todo tamaño y grosor para emplear de acuerdo a la tela que se elija bordar.

2.1.5. *Artesanía.*

Marín (2012) expresa:

“La artesanía es un objeto producido en forma predominantemente manual con o sin ayuda de herramientas y máquinas, generalmente con utilización de materias primas locales y procesos de transformación y elaboración transmitidos de generación en generación, con las variaciones propias que le imprime la creación individual del artesano”. (p.67)

La razón de la microempresa es la elaboración de artesanías adornadas con coloridos bordados, cuyo proceso productivo requiere del empleo de mano de obra para la transformación de la materia prima en productos elaborados.

2.1.6. Artesano.

Tomado de la Real Academia Española (2015) define. “Persona que ejercita un arte u oficio meramente mecánico, modernamente para referirse a quien hace por su cuenta objetos de uso doméstico imprimiéndoles un sello personal, a diferencia del obrero fabril”.

El Código de Trabajo (2015) dice:

“(…) se considera artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente registrado en el Ministerio de Trabajo y Empleo, hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias o materias primas, una cantidad no mayor a la que señala la ley, y que tuviere bajo su dependencia no más de quince operarios y cinco aprendices; pudiendo realizar la comercialización de los artículos que produce su taller. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aun cuando no hubiere invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o no tuviere operarios.”

2.1.7. Operario.

La conformación de un taller artesanal incluye el talento humano para la producción ellos son reconocidos como la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración

de obras de artesanía o la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller.
(JNDA, 2015)

2.1.8. Calificación artesanal

Pueden acceder a una calificación artesanal los artesanos maestros de taller de manera autónoma o en sociedad después de aprobar un curso de nivelación educativo y de capacitar a sus operarios o aprendices de manera periódica. El ente encargado de otorgar la calificación artesanal es la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

2.1.8.1. Requisitos para la calificación y recalificación del taller artesanal

Para obtener la calificación de un Taller Artesanal, el artesano debe solicitarla al Presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano. JNDA (2015) establece los siguientes requisitos:

- 1.- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesanos (adquirir el formulario)
- 2.- Copia del Título Artesanal
- 3.- Carnet actualizado del gremio
- 4.- Declaración Juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos
- 5.- Copia de la cédula de ciudadanía
- 6.- Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad)
- 7.- Foto a color tamaño carnet
- 8.- Tipo de sangre

9.- En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior.

2.1.9. Producción Artesanal

La razón de ser de la microempresa en la elaboración de productos hechos a mano para la comercialización, esto exige un proceso productivo que permita optimizar recursos y hacer mejor uso del tiempo.

2.1.9.1. Características de la producción artesanal

Generalmente la producción artesanal posee ciertas características que apoyan su denominación como “artesanal” UNAM (2015) indica:

1. Fabricación manual, domiciliaria, para consumo de la familia o la venta de un bien restringido.
2. En el mismo lugar se agrupan el usuario, el artesano, el mercader y el transporte.
3. El artesano elabora los productos con sus manos en su totalidad, seleccionando personalmente la materia prima, dándole su propio estilo, su personalidad.
4. Requiere de una fuerza laboral altamente especializada en el diseño de las operaciones de manufactura, especialmente para el armado final del producto.
5. Tienen una organización descentralizada en una misma ciudad. Cada artesano se especializa en un componente del producto.
6. El volumen de la producción es generalmente reducido.

2.1.10. Proyecto

Según Meza (2010) establece que: “Un proyecto de inversión constituye un conjunto de acciones, que una vez implementadas, incrementan la eficiencia y distribución de un bien o servicio.”

Por otra parte de Varela, (2010) sabemos que un proyecto “Es un esfuerzo complejo, no rutinario, limitado por el tiempo, el presupuesto, recursos y las especificaciones de desempeño, y está diseñado para cumplir las necesidades del cliente” (p. 38).

El presente proyecto para la creación de una microempresa de artesanías en tela esterilla bordados en punto de cruz, engloba un conjunto ordenado de acciones que son el resultado de un amplio estudio en el que se identifica los recursos necesarios, los tiempos y movimientos, requerimientos técnicos y la inversión inicial del proyecto. Los proyectos están encaminados a resolver un problema y satisfacer necesidades de una población específica que posee características similares.

2.1.11. Ciclos del proyecto

Según un importante aporte de Meza (2010), se conoce las siguientes etapas claramente identificadas dentro del ciclo de un proyecto las mismas se detallan a continuación:

- ***Idea***

Para la identificación de ideas que se transformarán en proyectos de inversión. Se inicia de un diagnóstico de necesidades y problemas de la sociedad sujeta de estudio. Para determinar los problemas que pueden resolverse y las oportunidades de negocio que se pueden aprovechar.

- ***Reinversión***

Perfil: Se realiza a partir de la información existente de origen secundario o bibliográfico relacionado con el proyecto. Los elementos principales que deben analizarse en la formulación del proyecto durante la etapa de perfil, son: estudio de mercado, tamaño y localización del proyecto, tecnología, monto de las inversiones y el marco institucional.

Perfectibilidad o anteproyecto: Se profundiza la investigación en fuentes primarias y secundarias, lo que significa que además de la información obtenida a través de fuentes bibliográficas es necesario hacer una investigación de campo.

Factibilidad o proyecto definitivo: en esta etapa el estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero es realizado con mayor profundidad, en las cuales ya se definen estrategias para la materialización del proyecto.

- ***Inversión***

El periodo de inversión se inicia en el momento en que se toma la decisión de ejecutar el proyecto y termina cuando el proyecto entra en operación. En relación a lo definido en el estudio técnico para que el proyecto esté en las condiciones de iniciar con las operaciones productivas y administrativas.

- ***Operación***

Una vez tomada la decisión de invertir en el proyecto, inicia un proceso el cual inicia con la inversión de los recursos monetarios en activos, los cuales a través de un proceso y combinados con ciertos insumos producen ciertos bienes y servicios que al ser vendidos generan un flujo de efectivos. Que mediante una comparación entre el flujo producido y la inversión se logra determinar la rentabilidad del proyecto.

2.1.12. Tipos de proyectos

Los proyectos se clasifican de acuerdo a los campos en donde se desarrollan. Según el mismo autor antes mencionado clasifica a los proyectos de inversión en tres campos:

a) ***Según la categoría:*** Los proyectos pueden ser de producción en bienes y de prestación de servicios. Los proyectos de producción de bienes se orientan a la transformación de

recursos primarios en productos para el consumo. Los proyectos de prestación de servicios satisfacen necesidades humanas utilizando bienes ya producidos por el hombre.

b) Según la actividad económica: En este campo los proyectos se clasifican dependiendo del sector económico que se enfocan. De tal forma existen proyectos agropecuarios, industriales, de servicios, pecuarios, turísticos, comerciales, etc.

c) Según su carácter y entidad que los promueve: Se clasifican en proyecto de inversión privados (con fines de lucro) y proyectos de carácter social. Los proyectos privados se implementan cuando existe una demanda real en el mercado y otorga una rentabilidad que cumple las expectativas mínimas. Los proyectos sociales o de inversión pública tienen como finalidad mejorar el bienestar de una comunidad a través de la prestación de un servicio o del suministro del bien.

El presente proyecto es de tipo productivo de bienes para la comercialización, que tiene como finalidad crear fuentes de empleo y contribuir con la economía y desarrollo del cantón, de la provincia y del país.

2.1.13. Empresa

Para este estudio de factibilidad se considera necesario conocer que es una empresa y como está compuesta con la finalidad de identificar también su clasificación tomando en cuenta distintos aspectos. Así podemos conocer que “la empresa es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad” (Bravo, 2008, p.42)

Dependiendo de las actividades que realizan, la empresa se clasifica de la siguiente manera:

a) Por su naturaleza.

- Comerciales

- Industriales
- Servicios

b) Por el sector al que pertenece.

- Públicas
- Privadas
- Mixtas

c) Por la composición de su capital:

- Unipersonal
- Pluripersonal

La clasificación antes presentada es la más conocida aunque hay otros autores que consideran otros aspectos como por ejemplo el tamaño de la entidad, bajo este criterio las empresas se clasifican en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas. Cualquiera que sea el tamaño de la empresa posee las mismas características a acepción del número de trabajadores que emplea para el funcionamiento.

2.1.14. Microempresa

Para entender lo que comprende una microempresa podemos citar lo siguiente: “Son empresas muy pequeñas, con una baja capitalización, que opera bajo riesgo propio en el mercado”. (Graue, 2015, p.45)

El presente proyecto de factibilidad consiste en una microempresa de productos bordados, que cumpla con las características referentes al capital, número de empleados y capacidad de producción.

2.1.15. Características de las Empresa y Microempresa

Graue (2015) nos da a conocer cuáles son las características de las pequeñas y medianas empresas:

- El capital aporta un grupo de personas que establecen una sociedad
- Por lo general, los dueños dirigen la marcha de la empresa.
- El número de trabajadores en la pequeña o mediana empresa va de 5 a 250 personas, aproximadamente.
- Utilizan maquinaria y equipo, pero basan su producción en la mano de obra.
- Su mercado puede ser local, nacional e incluso internacional.
- Por lo común se encuentran en proceso de crecimiento, siempre y cuando el entorno económico y la capacidad empresarial lo permitan; la pequeña tiende a ser mediana y la mediana aspira a ser grande. (p.223)

2.2. Producción

La etapa de producción puede considerarse la más importante dentro del proceso productivo, dentro de este es necesario que la organización cuente con un flujograma del proceso a través del cual se va a transformar la materia prima en productos elaborados para la comercialización en el mercado.

Podemos conocer que la producción es: “El proceso mediante el cual se transforman materias primas en un bien o servicio con un valor agregado mayor” (Graue, 2015, p.259).

2.2.1. Etapas de Producción

- **Primera etapa:** cada trabajador extra que se contrata incrementará la producción más que proporcionalmente; los productos medio y marginal son crecientes. Sin embargo la

producción puede aumentar con el capital existente y sería ilógico que se suspendiera la contratación de trabajadores en este punto.

- **Segunda etapa:** es la zona eficiente en la producción y, aunque se tengan rendimientos decrecientes, se debe seguir contratando personal.
- **Etapas tres:** cada trabajador extra que se contrata no incrementará la producción; al contrario la disminuirá por las ineficiencias que se dan tanto del capital como de la mano de obra.

2.3. Comercialización

2.3.1. Definición.

Según Anzola (2010) define la comercialización como: “Conjunto de actividades que se relacionan entre sí con el objetivo de efectuar actividades establecidas y permitir que los bienes y servicios que la empresa produce lleguen hacia los consumidores finales” (p.29).

Según Rivera (2010) afirma que: “Es la actividad que acelera el movimiento de bienes y servicios desde el fabricante hasta el consumidor, y que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas de mercado, transporte y almacenamiento de bienes y servicios” (p.123).

Entonces podemos decir que la comercialización es un proceso a través del cual podemos hacer más dinámicas las actividades de intercambio de los bienes y servicios, podemos llegar con eficiencia a satisfacer las necesidades de los individuos. Para esto es necesario que la microempresa cuente con un equipo encargado de Marketing y comercialización, que tenga entre sus funciones identificar los canales de comercialización más idóneos para aumentar el movimiento de mercaderías, el éxito de la comercialización está en identificar el mercado meta a través de un extenso estudio de mercado.

2.4. Estudio De Mercado

Es estudio de Mercado es parte fundamental de un proyecto. Cometer errores como sobrestimar el mercado puede acarrear resultados negativos. Consiste en un proceso de análisis de factores que intervienen en el mercado, los clientes, los competidores y a través de este llegar a identificar la oferta, la demanda y la oportunidad de satisfacer las necesidades de un grupo de demandad insatisfecha.

2.4.1. Mercado.

“Es un espacio donde confluye la oferta y la demanda, interactúan proveedores e intermediarios con necesidades y con capacidades de compra. Para que un mercado sea una realidad deben existir personas naturales o jurídicas con necesidades y deseos, pero al mismo tiempo deben existir productos y/o servicios que satisfagan totalmente esas necesidades”. (Eliécer, 2013, 46).

El mercado meta del proyecto es un espacio físico en el que se relacionan vendedores de bienes y servicios y los compradores quienes en función de sus necesidades, gustos y preferencias realizan actividades de compra y venta.

Para que exista un mercado primero deben existir necesidades individuales o colectivas que nacen en los individuos; segundo debe haber un grupo de personas naturales o jurídicas que vayan a satisfacer esas necesidades. Las dos fuerzas tanto de la oferta y la demanda definirán el tipo de mercado que se acople a sus necesidades, así pues podemos identificar un mercado para consumidores finales, otro que sea proveedor de materia prima o productos semielaborados para ser sometidos a procesos industrializados o simplemente tendremos un mercado comercial en el que se realicen transacciones comerciales con la finalidad de obtener una ganancia por la venta de bienes o productos.

2.4.2. Tamaño de la muestra.

El tamaño de la muestra depende de los objetivos del estudio, la misma no debe ser menor a 400 elementos y aumentar dependiendo las características de subgrupos (Lester, R. y Jackson, E. 2007, p.715).

Lo más importante dentro del estudio de mercado es identificar cual es el mercado meta al cual va dirigido el producto, para esto es necesario segmentar el mercado en grupos que posean características similares como: las necesidades primarias o secundarias, los gustos y preferencias, rangos de edad, niveles de instrucción, estatus económicos y otros aspectos.

2.4.3. Oferta.

“La oferta expresa la cantidad de bienes y servicios que las empresas y personas están dispuestas a ofrecer en el mercado a un determinado precio” (Graue, 2015, p.93).

Ya conocemos que dentro del mercado confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda y estas son las que determinan el precio de los productos en el mercado, esto significa que si el número de consumidores frente a un determinado producto aumenta, el precio será más alto; por el contrario si el número de empresas oferentes aumenta, el precio de los productos será más bajo debido a la lucha de competencia que cada empresa enfrenta por vender sus bienes o servicios.

2.4.4. Demanda.

Casado, A. y Sellers, R. (2010) expresa: “Es el volumen total que sería adquirido de dicho producto por un grupo de compradores determinado, en un periodo de tiempo fijado y a partir de unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinados” (p.102)

Es de gran importancia identificar las necesidades del mercado porque la demanda depende de los gustos, los precios, productos sustitutos, factores psicológicos, factores ambientales y otros, que de una u otra manera influyen en la compra.

2.4.5. Demanda potencial.

Se considera al grupo de personas con características similares, en el presente estudio los turistas nacionales y extranjeros que llegan a Otavalo con el propósito de adquirir artesanías bordadas.

Así Casado (2010) dice “La demanda potencial es la formada por todos los consumidores que tienen algún interés por un producto en particular y que es posible alcanzar con la utilización intensiva de los instrumentos de marketing por parte de todos los competidores” (p.104).

2.4.6. Precio.

Baca (2010) afirma:” Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (p.32).

El precio por lo tanto es la cantidad de dinero que se entrega a cambio de recibir un bien o servicios. En la mayoría de los casos el precio es el factor del que depende la compra y la venta de un producto.

Para definir el precio de los productos bordados se tendrá en cuenta que los costos en materia prima, mano de obra y gastos administrativos a lo que aplicará un porcentaje de utilidad dependiendo de las ambiciones de los socios de la microempresa.

2.4.7. Producto.

Kolter (2008) Expresa: “El producto es cualquier cosa que pueda ofrecer un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” (p.19).

Según Marketing (2009) dice: “Es todo aquello, sea favorable o desfavorable, que una persona recibe en un intercambio. Empaque estilo color, opciones y tamaños son algunas características típicas del producto.”

El producto que se ofertará al mercado meta posee ciertos atributos que se han definido como importantes después de haber realizado el estudio de mercado. Para esto se aplicaron 381 encuestas dirigidas al segmento de mercado, en esta se planteó la interrogante sobre las características que prefieren en un producto bordado. El resultado fue poder identificar que productos elaborar, el tamaño, el diseño de los bordados entre otros.

2.4.8. Publicidad.

Arellano (2010) nos da a conocer: “Es la comunicación masiva puesta al servicio de un objetivo de marketing e identificada claramente como tal.”

Muy importante el correcto manejo herramientas publicitarias para informar a los individuos sobre los productos, la misma que se realizará a través de trípticos, hojas volantes, redes sociales como ya se había manifestado anteriormente.

2.4.9. Promoción.

Con la finalidad de atraer la atención del mercado meta se emplean técnicas como la promoción que “consiste en un conjunto de incentivos de distinto tipo, descuentos en precio, muestras gratuitas, degustaciones, sorteos, etc. Orientadas al corto plazo y que están diseñados

para estimular rápidamente la compra de determinados productos y/o servicios” (Rico, 2012, p.189).

2.5. Estudio Técnico.

Meza (2010) dice: “El estudio técnico es verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto o producción del servicio para lograr los objetivos del proyecto” (p.23)

Mediante el estudio técnico se va a determinar las posibilidades técnicas y operativas de la microempresa en estudio, con la finalidad de determinar la localización del proyecto, volumen de producción, ingeniería de la planta, requerimientos técnicos y también el proceso productivo.

2.5.1. Macro localización.

Según Córdoba (2012) “La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto” (p.119).

A través de la macro localización del proyecto se ubica la planta de producción en la provincia de Imbabura y más específicamente en el cantón Otavalo, con la finalidad alcanzar un nivel de producción óptima que nos permita alcanzar niveles de rentabilidad mayores al capital invertido.

2.5.2. Micro localización.

Según Córdoba (2012) Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones. “La micro localización indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida”. (p.121)

Una vez que se identifica la ubicación macro en la provincia de Imbabura cantón Otavalo, pasamos a identificar la parroquia, barrio y por último la manzana en la que se ubicará la planta

de producción, para lo cual el lugar debe ser el que nos brinde oportunidades en el mercado. Para este proyecto la micro localización será en los alrededores de la Plaza de los Ponchos entre las calles Sucre y Salinas.

2.5.3. Ingeniería del Proyecto.

Córdoba (2012) Manifiesta “la ingeniería del proyecto es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto” (p.122).

La ingeniería del proyecto se lo realiza con la finalidad distribuir y adecuar la maquinaria y los recursos necesarios para la producción en el espacio físico disponible. Aquí también se hace un estudio detallado del proceso productivo de los productos que se van a elaborar. También es importante conocer el volumen de producción que se puede producir con la materia prima, maquinaria y mano de obra disponible.


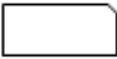



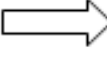

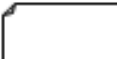

2.5.4. Proceso Productivo.

Según Córdoba (2012), Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones dice: “EL proceso productivo se refiere a los procesos de transformación aplicados en el proyecto para la fabricación de los bienes, es decir, la conversión de las materias primas en productos terminados” (p.24).

Dentro del proceso productivo es fundamental identificar cual es proceso más adecuado para optimizar al máximo la producción y alcanzar niveles de rendimiento más altos, para lo cual en el estudio de diagnóstico se realiza una entrevista para conocer cuál es el proceso que otras microempresas siguen, con la finalidad de obtener una idea general del proceso productivo más idóneo para la microempresa.

2.5.5. Diagrama De Flujo.

Los diagramas de flujo se elaboran utilizando una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas, así Córdoba (2012):

| SIGNIFICADO | SIMBOLOGÍA | RESPONSABLE |
|------------------------|---|---------------|
| Inicio/fin del proceso |  | |
| Operación |  | Operarios |
| Revisión – supervisión |  | Supervisor |
| Decisor |  | Administrador |
| Demora |  | |
| Transporte |  | Operario |
| Almacenamiento |  | Operario |
| Documento |  | Contador |
| Conector |  | |

Fuente: Córdoba (2012).
Elaborado por: La autora
Año: 2016

2.6. Estudio Económico Financiero.

El Estudio Económico Financiero consiste en evaluar un proyecto económicamente por eso “El Estudio Económico ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” (Baca, 2010, p.7).

El estudio económico financiero es la parte en la que se evalúa la factibilidad del proyecto en términos monetarios, es decir si se toma la decisión de invertir y a abandonar la idea de inversión.

2.6.1. Ingresos.

Bravo (2011) describe: “Es esta expresión con dos acepciones completamente distintas. En primer lugar significa percepción de dinero y valores representativos de dinero como cheques y giros a la vista, y en segundo lugar se usa para identificar la utilidad o ganancia obtenida en un periodo. La utilidad en ventas constituye el principal ingreso de la empresa comercial.”

Los ingresos son todas las entradas de dinero en efectivo como resultado de las transacciones comerciales de bienes y servicios, los mismos que sirven para hacer frente a las obligaciones financieras de la institución

2.6.2. Gastos.

Bravo (2011) señala:” Desembolso necesario para cumplir los objetivos de la empresa” (p.19).

Son todas las erogaciones de dinero necesarias para garantizar el normal funcionamiento de la institución. Estos gastos no pueden ser mayores a los ingresos porque de ser así, el resultado financiero sería una pérdida en el ejercicio.

2.6.3. Costos

Bravo (2011) dice:” Valor de adquisición o de producción de bienes o servicios” (p.19).

Los costos constituyen todas las salidas de dinero necesarias para garantizar el normal funcionamiento de la institución, estos están relacionados en su mayoría con la producción. A diferencia de los gastos estos costos se recuperan con las ventas de los productos terminados.

2.6.4. Elementos del costo.

Chiliquinga (2007): “Son todos los elementos utilizados para la transformación de la materia prima, en productos terminados. Estos constituyen los materiales directos, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación” (p.36)

Los costos que modifican el costo de fabricación de los productos se clasifican como se detalla a continuación:

- **Costos de los materiales directos:** Son los costos de adquisición de todos los materiales que se convertirán en parte del objeto de costos (productos en elaboración y luego productos terminados).
- **Costos de mano de obra:** incluye la remuneración de toda la mano de obra de manufactura.
- **Costos indirectos de manufactura:** Son todos los costos de manufactura que están relacionados con el objeto de costos, pero que no pueden atribuirse de una manera económicamente factible.

2.7. Estados Financieros

Torres (2011) menciona:

“Los estados financieros son el producto de salida del sistema contable, el cual tiene como datos de entrada a los hechos económicos (transacciones comerciales), los que luego de un proceso de registro y medición se convierte en un informe para la toma de decisiones de la entidad”. (p.112)

Los estados financieros son el resultado final de la contabilidad. los documentos que se elaboran al final de un determinado periodo, estos muestran en forma resumida los resultados económicos y financieros obtenidos al final de un determinado periodo y sirven para la toma de decisiones por parte de la administración.

2.7.1. Estado de Situación Financiera.

Zapata (2011) indica: “Es un informe contable que presenta ordenad y sistemáticamente las cuenta de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado” (p.69).

2.7.1.1. Partes del estado de situación financiera.

- Encabezado: Contendrá nombre o razón social, número de identificación, periodo al que corresponde la información, nombre del estado, cierre del Balance y denominación de la moneda en que se presenta.
- Texto: Es la parte esencial que presenta las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, distribuidas de tal manera que permitan efectuar un análisis financiero objetivo.
- Firmas de legalización: En la parte inferior del Estado se deberán insertar la firma y rubrica del contador y del gerente.

El estado de situación financiera al final del periodo económico, permite examinar los resultados obtenidos, conocer cuál es la situación de la empresa en cuanto a los activos que posee, pasivos a corto y largo plazo y el patrimonio con el que dispone al final del ejercicio. La información que muestra es de interés para los accionistas, empleados, entidades financieras y gubernamentales e inversionistas.

2.7.2. Estado de Pérdidas y Ganancias.

Zapata (2011) establece: “Informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada la cuentas de rentas, costos y gastos, con el propósito de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un periodo determinado que es el producto de la gestión acertada o desacertada de la Dirección, o sea, del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia.”. (p.72).

El estado de pérdidas y ganancias tiene como función principal informar a la dirección los resultados obtenidos al final del ejercicio en términos de déficit o superávit del ejercicio una vez que se hayan pagado el 15% participación a los trabajadores y el Impuesto a la Renta. Este es un resumen en detalle de los movimientos registrados en las cuantas de ingresos, costos y gastos.

2.7.3. Flujo de Efectivo.

Zapata (2011) manifiesta: “Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura.” (p.74)

Este estado financiero es uno de los más importantes; ya que, le permite a la entidad conocer detalladamente el movimiento de su principal activo corriente que es el efectivo y equivalente de efectivo. A través de este se puede conocer las principales entradas y salidas de dinero y además conocer la capacidad de inversión y financiamiento.

2.7.4. Valor Actual Neto – VAN.

Nuevamente, Baca (2007), indica que (...) el valor presente neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial; sumar los flujos descontados en el presente restar la inversión inicial equivale a comparar todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo. (p. 84).

Es decir, el Valor Actual Neto nos indica si el proyecto va a generar ganancias o pérdidas. Si este es positivo quiere decir que los resultados proyectados traídos a tiempo presente y comparados con la inversión inicial nos permiten cubrir los gastos generados por el proyecto; por el contrario si este es negativo quiere decir que el proyecto genera más gastos que ganancias.

$$VAN = -A + \frac{Q1}{(1+K)^1} + \frac{Q2}{(1+K)^2} \dots + \frac{Q3}{(1+K)^n}$$

2.7.5. Tasa Interna de Retorno – TIR.

Córdoba (2012) dice que “La tasa interna de retorno conocida como TIR, refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil” (p. 242).

La Tasa Interna de retorno es un indicador financiero que nos permite conocer cuál es la tasa de rendimiento que genera un proyecto de inversión. Para tomar la decisión de invertir esta tasa tiene que ser mayor a la tasa de oportunidad actual.

$$TIR = TRM + VAN \frac{\text{tasa de interpolación} - TRM}{VAN - VAN \text{ NEGATIVO}}$$

2.7.6. Periodo de Recuperación.

Córdoba (2012) manifiesta que “Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial” (p.234).

El Periodo de Recuperación devuelve el número de años que se demora en recuperar el monto total de la inversión.

2.7.7. Costo – Beneficio.

Sapag (2011) señala que: “El análisis del Costo-Beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto”.

El Beneficio – Costo es un indicador de evaluación financiera que nos indica cuánto gana el proyecto por cada dólar que se invierte. Si este es mayor a 1 quiere decir que por cada dólar invertido se obtienen ganancia.

$$B/C = \frac{\text{Ingresos deflactados}}{\text{Egresos deflactados}}$$

2.7.8. Punto de Equilibrio.

Baca (2007) “El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables” (p.76).

En el punto de equilibrio podemos identificar en qué punto se equiparan los ingresos con los gastos, es decir el momento cuando no existen perdidas ni ganancias. Así se habla de “Punto de Equilibrio o nivel de ventas cuando los ingresos totales son iguales a los costos totales y, por lo tanto, no se genera ni utilidad ni pérdida contable en la operación” (Meza, 2010, p.138).

- **Punto de equilibrio en dólares:**

$$PE \$ = \frac{CFT}{VT - CVT}$$

- **Punto de Equilibrio en unidades**

$$PE \text{ Unidades} = \frac{CFT * \# \text{ unidades}}{VT - CVT}$$

2.8. Estructura organizacional

2.8.1. Misión.

Galindo (2011) manifiesta “La misión de una empresa se fundamenta básicamente en el propósito para el cual fue creada, teniendo en cuenta el tipo de actividad que realizará durante su período de operación” (p.16).

La misión es la razón de ser de una institución, sea esta grande, mediana o pequeña; esta describe su propósito principal, es la guía a seguir y permite controlar y evaluar el estado deseable de la empresa. En la misión se resume que es lo que va hacer, quien va a verificar y en que entorno se va a desempeñar.

2.8.2. Visión.

Galindo (2011) manifiesta, “Es un conjunto de ideas generales que permiten definir claramente, a donde quiere llegar la organización en un futuro, mediante proyecciones descriptivas y cuantitativa”.

La visión se caracteriza por ser futurista, expresa claramente hacia donde se quiere llegar en un mediano y largo plazo, a través de la cual se va a evaluar el cumplimiento o no de la misión de la institución. En esta se describir cual es el principal reto de la empresa, el tiempo el que se debe cumplir y el cómo lo hará realidad. En base a estos indicadores se determinan los objetivos específicos que deben ser medibles y cuantificables.

2.8.3. Objetivos.

Córdoba (2011) indica: “Un objetivo se refiere a un resultado que se desea o necesita lograr dentro de un periodo de tiempo específico” (p.148).

Como se mencionó anteriormente los objetivos se derivan de la misión y de la visión a través de los cuales se evalúa el desenvolvimiento de la institución en términos de eficiencia, eficacia y calidad.

2.8.4. Organigrama estructural.

Meza (2010) expone:” Un organigrama es el instrumento en donde se representa toda la estructura organizacional de una empresa, designando la acción a cada elemento” (p.68).

El organigrama es la representación gráfica de cómo está estructurada la empresa, este permite identificar claramente las líneas de autoridad, facilita la designación de responsables y sus responsabilidades.

2.8.5. Impactos.

Jácome (2007). Afirma: “Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto” (p.58).

Se finaliza el estudio con la evaluación de los impactos positivos y negativos que el proyecto generará si se implementa en determinada zona, con la finalidad de conocer los beneficios que el proyecto tendría y establecer estrategias para contrarrestar los impactos negativos.

2.8.5.1. Impacto ambiental.

Ministerio del Ambiente (2012) define como aquella “Modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza”. Existen una variedad de impactos ambientales:

- El aprovechamiento de recursos naturales ya sean renovables, tales como el aprovechamiento forestal o la pesca; o no renovables, tales como la extracción del petróleo o del carbón.
- Contaminación. Todos los proyectos que producen algún residuo (peligroso o no), emiten gases a la atmósfera o vierten líquidos al ambiente.
- Ocupación del territorio. Los proyectos que al ocupar un territorio modifican las condiciones naturales por acciones tales como desmonte, compactación del suelo y otras.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado comprende el análisis de la oferta y la demanda existente de productos bordados dentro del mercado meta para posteriormente determinar cuál será el porcentaje de la demanda insatisfecha a cubrir de acuerdo a la capacidad de producción de la microempresa. Para lo cual se emplean herramientas, como la encuesta y la entrevista, y la observación directa a través de las cuales se obtiene información relevante sobre el producto, el precio, el comportamiento de los consumidores y los canales de comercialización más idóneos.

3.1. Objetivos del Estudio de Mercado

3.1.1. Objetivo General.

Realizar la investigación del mercado al cual va dirigido el producto mediante la aplicación de metodologías de estudio para reconocer los niveles de oferta y demanda existentes que modifican el precio y la producción.

3.1.2. Objetivos específicos.

- a) Determinar la oferta de productos bordados en la ciudad de Otavalo.
- b) Determinar la demanda potencial a satisfacer con la elaboración de productos bordados en punto de cruz.
- c) Definir las características del producto en base a los gustos y preferencias del mercado.
- d) Establecer los medios de comercialización más idóneos para dar a conocer los productos.

3.2. Variables Diagnósticas

1. Oferta
2. Demanda
3. Producto
4. Comercialización

3.3. Indicadores

3.3.1. Oferta.

- a) Competencia
- b) Aliados

3.3.2. Demanda.

- a) Segmento de mercado
- b) Demanda insatisfecha

3.3.3. Producto.

- a) Diseño
- b) Bordado
- c) Tamaño
- d) Valor agregado

3.3.4. Comercialización.

- a) Precio
- b) Publicidad
- c) Servicio al cliente

3.4. Relación diagnóstica

Tabla 8. Matriz de relación diagnóstica

| OBJETIVO | VARIABLE | INDICADORES | TÉCNICAS | FUENTE DE INFORMACIÓN |
|---|------------------|--|---------------------------------------|-----------------------|
| Determinar la oferta de productos bordados en la ciudad de Otavalo. | Oferta | <ul style="list-style-type: none"> • Competencia • Aliados | Encuesta Entrevista Observación | Primaria |
| Determinar la demanda potencial a satisfacer con la producción de artesanías bordadas. | Demanda | <ul style="list-style-type: none"> • Segmento de mercado • Demanda insatisfecha | Encuesta Entrevista Observación | Primaria |
| Definir las características del producto en base a los gustos y preferencias del mercado. | Producto | <ul style="list-style-type: none"> • Diseño • Bordado • Tamaño • Valor agregado | Encuesta Entrevista Observación | Primaria |
| Establecer los medios de comercialización más idóneos | Comercialización | <ul style="list-style-type: none"> • Precio • Formas de venta • Publicidad • Servicio al cliente | Encuesta Entrevista Observación | Primaria |

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2015

3.5. Mecánica operativa

3.5.1. Identificación del Segmento de Mercado.

El segmento de mercado al cual va dirigida la producción de bordados son los turistas nacionales e internacionales que llegan a la ciudad de Otavalo con la finalidad de adquirir artesanías. Se estima que para el año 2013 la afluencia de visitantes a la ciudad asciende a **430.776** de los cuales el 32% corresponde a nacional y el 68% a extranjeros. Ver **Tabla. 3**. En promedio mensual Otavalo aloja a **35.898** turistas (MINTUR, 2014).

3.5.2. Identificación de la muestra.

Para el cálculo de la muestra se toma el promedio mensual de turistas que es **35. 898** y de ellos el **35%** que corresponde a aquellos que compran artesanías. La población para la toma de la muestra es entonces de **12.564 turistas**.

➤ *Ecuación para determinar la muestra.*

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

δ = Varianza error cuadrado de la estimación (0,25)

Z = Nivel de confianza

E = Nivel de error para la determinación de la muestra (5%)

➤ **Cálculo.**

$$n = \frac{12.564 * (1,94)^2 * (0,25)}{(0,05)^2 (12.564 - 1) + (1,94)^2 * (0,25)^2}$$

$$n = \frac{12.564 * 0,9406}{31,4075 + 0,235225}$$

$$n = \frac{11.821,4676}{31,642725}$$

$$n = 371$$

3.6. Instrumento aplicado - Encuesta

Se realizaron 371 encuestas a los turistas en las calles de mayor afluencia y en el sector de la Plaza de los Ponchos los días de mayor afluencia el mes de agosto de 2015. La encuesta aplicada está compuesta por las siguientes preguntas:

Preguntas de la Encuesta:

1. Señale su genero
2. ¿Con que frecuencia visita la ciudad de Otavalo?
3. Señale ¿Cuál es motivo principal de su visita?
4. Usted ¿Compraría productos bordados?
5. ¿Qué productos bordados le gustaría adquirir?
6. ¿Cuánto pagaría por un producto bordado?
7. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de nuestros productos?

3.6.1. Tabulación y análisis de la información.

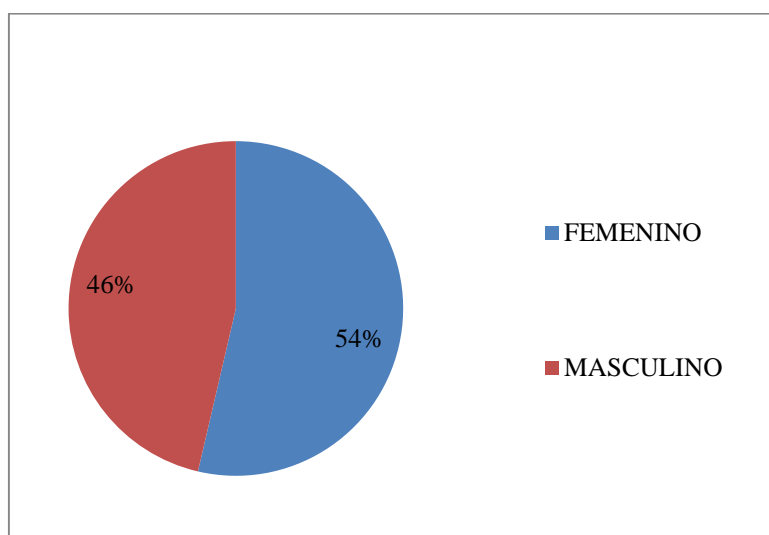
3.6.1.1. Encuesta aplicada en la ciudad de Otavalo a los turistas.

1. Señale su genero

Tabla 9. Género de la Muestra

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------------|
| FEMENINO | 199 | 54% |
| MASCULINO | 172 | 46% |
| Total | 371 | 100% |

Gráfico 5. Resultados obtenidos del género de la muestra



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Análisis:

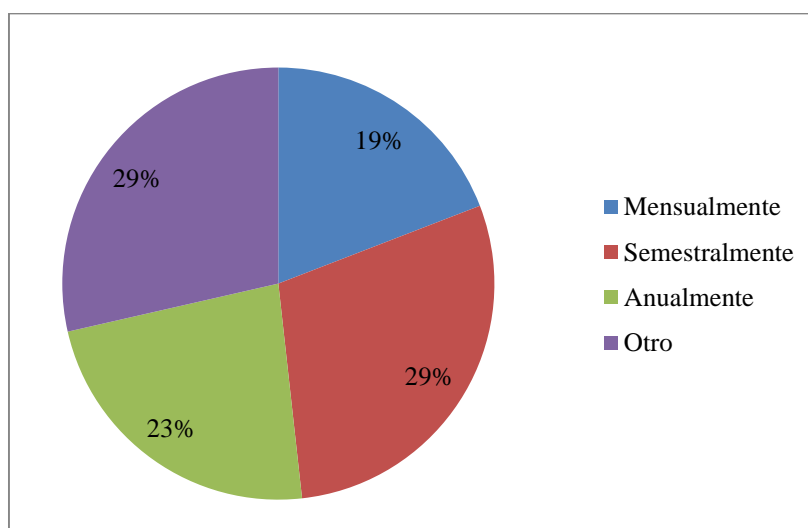
De la población total se conoce que 54% corresponde a mujeres turistas que compran productos bordados, el 46% corresponde a hombres que visitan Otavalo con este mismo fin. Lo cual permite conocer que hay mayor demanda femenina, factor importante a la hora de producir productos destinados para este grupo.

2. ¿Con que frecuencia visita la ciudad de Otavalo?

Tabla 10. Frecuencia de visitas a la ciudad de Otavalo

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|-------------|
| Mensualmente | 71 | 19% |
| Semestralmente | 108 | 29% |
| Anualmente | 86 | 23% |
| Otro | 106 | 29% |
| Total | 371 | 100% |

Gráfico 6. Frecuencia de visitas



Fuente: Estudio Técnico
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

Análisis:

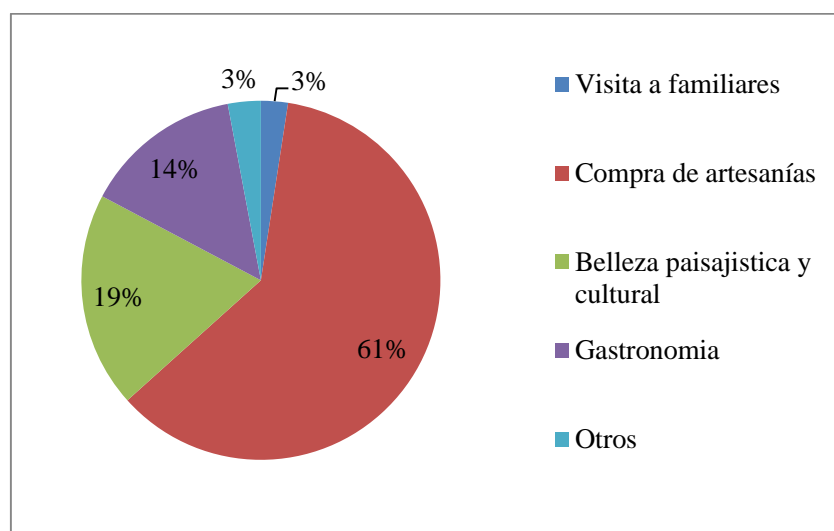
Existe una rotación de turistas significativa durante todo el año; ya que, más del 50% del total visitan la ciudad una y dos veces al año en el transcurso de todos los meses del año. Además un importante porcentaje visitan la ciudad cada mes.

3. Señale ¿Cuál es motivo principal de su visita?

Tabla 11. Motivos principales de visitas

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|
| Visita a familiares | 9 | 2% |
| Compra de artesanías | 226 | 61% |
| Belleza paisajística y cultural | 72 | 19% |
| Gastronomía | 53 | 14% |
| Otros | 11 | 3% |
| Total | 371 | 100% |

Gráfico 7. Frecuencia de visitas



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Análisis.

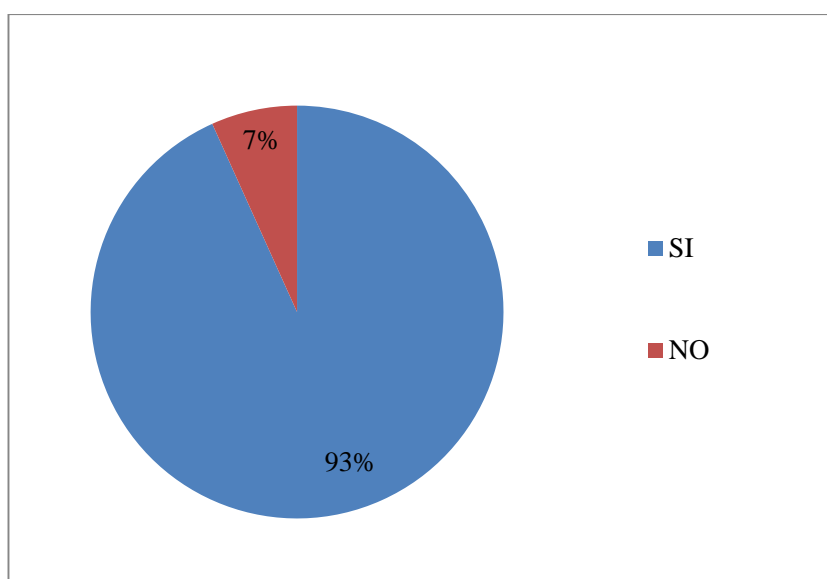
El principal destino de los turistas es el mercado de artesanías y los puestos de feria que se extienden en las principales calles de la ciudad para adquirir productos artesanales (61%). La belleza de sus paisajes que atraen los lagos y lagunas y la gastronomía constituyen también motivos importantes para llegar a Otavalo.

4. Usted ¿Compraría productos bordados?

Tabla 12. Aceptación del producto

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------------|
| SI | 346 | 93% |
| NO | 25 | 7% |
| Total | 371 | 100% |

Gráfico 8. Aceptación del producto.



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Análisis:

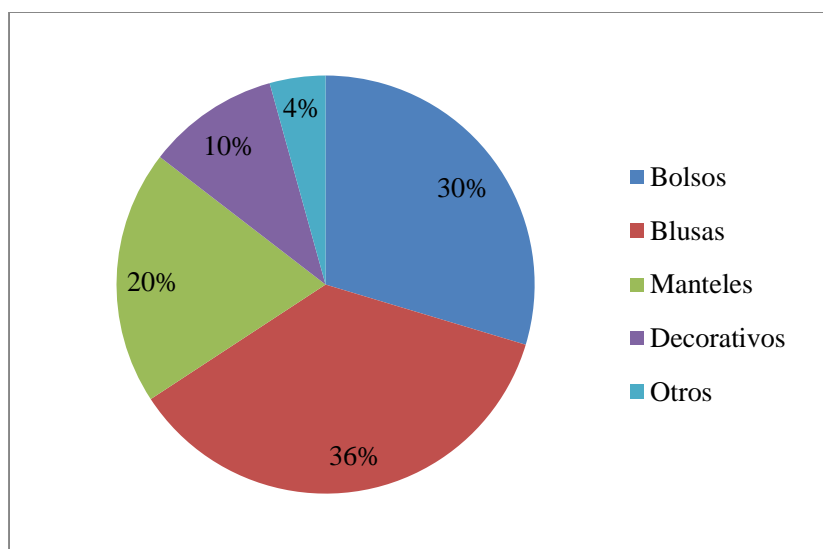
Los resultados obtenidos nos dicen que la mayoría de la población les gustaría comprar productos bordados, lo que significa que la microempresa de artesanías tendrá aceptabilidad del 93% de los turistas nacionales y extranjeros que llegan a Otavalo con la finalidad de comprar artesanías.

5. Qué productos bordados le gustaría adquirir?

Tabla 13. Preferencia de productos

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------------|
| Bolsos | 110 | 30% |
| Blusas | 134 | 36% |
| Manteles | 73 | 20% |
| Decorativos | 38 | 10% |
| Otros | 16 | 4% |
| Total | 371 | 100% |

Gráfico 9. Preferencia de productos



Fuente: Estudio Técnico
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

Análisis.

Blusas: 36%

Bolsos: 30%

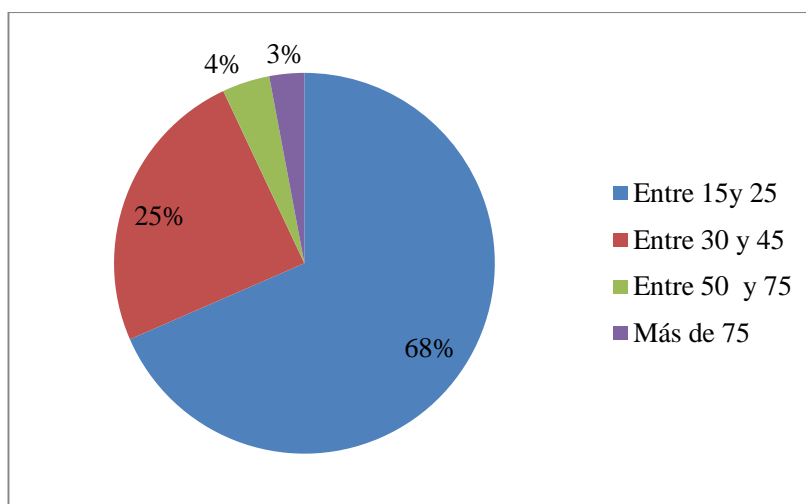
Estos son los productos que mayor demanda tendrían de acuerdo a la preferencia que manifiestan los encuestados.

6. ¿Cuánto pagaría por un producto bordado?

Tabla 14. Capacidad de compra

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------------|
| Entre 15y 25 | 254 | 68% |
| Entre 30 y 45 | 91 | 25% |
| Entre 50 y 75 | 15 | 4% |
| Más de 75 | 11 | 3% |
| Total | 371 | 100% |

Gráfico 10. Capacidad de adquisitiva



Fuente: Estudio Técnico
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

Análisis.

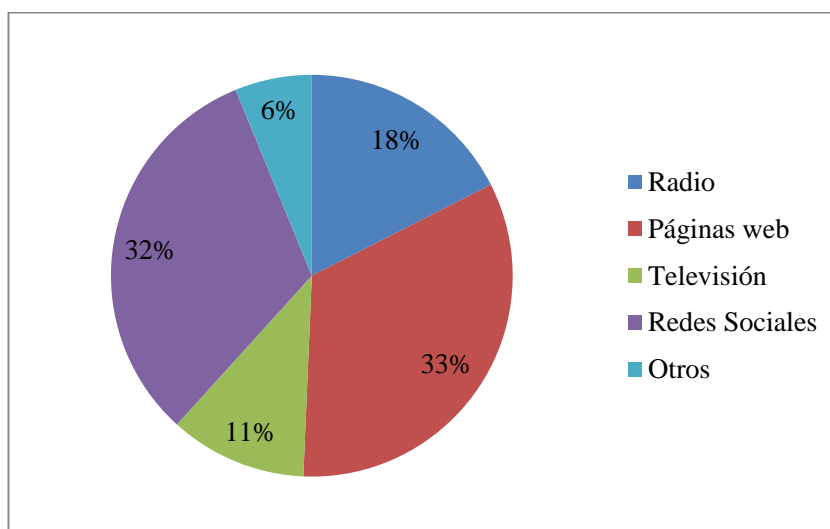
Los resultados obtenidos reflejan que el 68% de los turistas tienen capacidad adquisitiva dentro de un rango aceptable de precios; ya que, entre los 15.00 y 25.00 es un rango dentro del cual se puede establecer precios de acuerdo a los costos realizados. USD. El 32% restante tienen una capacidad adquisitiva de hasta 75.00 USD en artesanías.

7. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de nuestros productos?

Tabla 15. Preferencia de medios de comunicación

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------------|
| Radio | 65 | 18% |
| Páginas web | 123 | 33% |
| Televisión | 41 | 11% |
| Redes Sociales | 119 | 32% |
| Otros | 23 | 6% |
| Total | 371 | 100% |

Gráfico 11. Medios de comunicación.



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Análisis.

Las páginas web y las redes sociales son los principales medios de interés para los turistas a través de las cuales les gustaría conocer acerca de los productos. En la opción otros manifestaron que les gustaría conocer sobre ofertas de productos y de destinos turísticos a través de las agencias de viajes y centros culturales.

3.7. Análisis de la Demanda

3.7.1. Demanda actual.

Para el análisis de la demanda se toma como punto de partida los **430.898** turistas nacionales y extranjeros que llegaron a Otavalo en el transcurso del año 2013. (Ver **Tabla 3**). El número de llegadas incrementa año tras año debido a los esfuerzos del Gobierno por medio de campañas como “ECUADOR AMA LA VIDA”, “ALL YOU NEED IS ECUADOR”, HECHO EN ECUADOR”; fomentando el uso de marcas oficiales y los logos en los productos.

A continuación se observa la evolución del turismo en Otavalo del cual se obtiene la tasa de incremento igual al **11.57%** la misma que se tomará para cálculos posteriores.

Tabla 16. Histórico de turismo en Otavalo

| AÑO | VISITAS ANUALES | $i=Q_n/Q_{n-1}$ |
|--------------|-----------------|-----------------|
| 2010 | 310140 | |
| 2011 | 346600 | 0,1176 |
| 2012 | 386399 | 0,1148 |
| 2013 | 430776 | 0,1148 |
| TOTAL | | 0,3472 |

Fuente: Ministerio del Turismo – GAD Otavalo
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

Tabla 17. Tasa de incremento del turismo en Otavalo.

| TASA PROMEDIO |
|---------------|
| 0,34/3 |
| 0,1157 |

3.7.2. Proyección de la Demanda.

Para proyectar la demanda para 5 años, en la siguiente ecuación se utiliza la demanda actual de turistas nacionales y extranjeros que llegan a Otavalo esto es **430.898** y tasa de incremento del 11,5%, de acuerdo a la investigación realizada y que para el presente estudio se aproxima a **12%**.

Ecuación para el cálculo de la demanda:

$$Dn = (Do + 1 + i)^n$$

Dn = Demanda Proyectada

Do = Demanda actual determinada en la investigación

i = Tasa de incremento

n = Tiempo

Tabla 18. Proyección de la Demanda

| AÑO | Proyección de visitas anuales |
|------|----------------------------------|
| 2014 | 430.898 |
| 2015 | 536.267 |
| 2016 | 598.337 |
| 2017 | 667.592 |
| 2018 | 744.862 |
| 2019 | 831.076 |
| 2020 | 927.269 |

Fuente: Ministerio del Turismo – GAD Otavalo

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Se obtiene que la llegada de turistas de **430.898** registrados en el año 2014 por el Ministerio DEL Turismo ascenderá a **927.269** aproximadamente para el 2020.

3.7.3. Análisis de la Oferta.

Para el análisis de la Oferta se aplicó la entrevista dirigida a un artesano propietario de un taller de productos bordados, de este estudio podemos conocer cuál es el proceso productivo, la disponibilidad de materias primas, el tiempo que se requiere para la elaboración, los medio de comunicación más idóneos y el volumen de producción por mes.

3.7.4. Oferta actual.

Para el análisis de la oferta se obtiene información del GAD Municipalidad de Otavalo y a Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo (UNAIMCO) los mismos que proporcionaron los registros sobre las patentes registradas en la Municipalidad como artesanos y la nómina de los socios artesanos de la Unimco. (Ver **Anexos 4 y 5**).

El resumen de los datos de muestra en el siguiente cuadro.

Tabla 19. Negocios de productos bordados en Otavalo.

| Negocios | |
|----------------------|-----------|
| Municipio - patentes | 10 |
| Unaimco - Otavalo | 18 |
| TOTAL | 28 |

Fuente: GAD Municipalidad Otavalo

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Se procede a proyectar el número de negocios en Otavalo para lo cual se aplica la tasa de incremento del **3.8%** del Producto Interno Bruto correspondiente a la rama de manufactura, según los indicadores del Banco Central del Ecuador.

Tabla 20. Incremento proyectado de negocios en Otavalo.

| Año | Número de negocios proyectado |
|------------|--------------------------------------|
| 2.016 | 29 |
| 2.017 | 30 |
| 2.018 | 31 |
| 2.019 | 33 |
| 2.020 | 34 |

Fuente: GAD Municipalidad de Otavalo
Elaborado por: La autora
Año: 2015

3.7.5. Datos Históricos de la producción artesanal de bordados en Otavalo

De las entrevistas realizadas a productores de bordados se obtuvo la producción promedio de blusas y bolsos para los años 2012, 2013, y 2014 de los cuales se procede a calcular la tasa de incremento en la producción de productos bordados las mismas que son de 29 % en blusas y de 27% en bolsos. Estas tasas se usan en posteriores cálculos.

Tabla 21. Histórico de la producción de bordados

| Blusas | | | Bolsos | | |
|----------------------|-----------------|---------------------------------|----------------------|-----------------|---------------------------------|
| Años | Promedio | Porcentaje de Incremento | Años | Promedio | Porcentaje de Incremento |
| 2.012 | 8.348 | | 2.012 | 7.937 | |
| 2.013 | 8.587 | 0,029 | 2.013 | 8.132 | 0,025 |
| 2.014 | 8.844 | 0,030 | 2.014 | 8.373 | 0,030 |
| Tasa Promedio | | 0,029 | Tasa Promedio | | 0,027 |

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2015

3.7.6. Proyección de la Oferta

Las proyecciones de la oferta para 5 años, de blusas y bolsos se calculan aplicando las tasas del **29%** y **27%** para blusas y bolsos de acuerdo a los datos obtenidos anteriormente. (Ver **Tabla 20** para el incremento en la producción. La ecuación a continuación.

Ecuación para el cálculo de la oferta.

$$O_n = O_o + 1 + i)^n$$

O_n = Oferta Proyectada

O_o = Oferta actual determinada en la investigación

i = tasa de incremento

n = Tiempo

Tabla 22. Proyección de Oferta – Blusas anuales

| Año | Producción proyectada | unidad de medida | incremento en unidades | Número de productores | Total oferta blusas |
|------------|------------------------------|-------------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| 2.016 | 9.103 | unidades | | 29 | 264.568 |
| 2.017 | 9.369 | unidades | 267 | 30 | 282.662 |
| 2.018 | 9.644 | unidades | 274 | 31 | 301.994 |
| 2.019 | 9.926 | unidades | 282 | 33 | 322.648 |
| 2.020 | 10.217 | unidades | 291 | 34 | 344.715 |

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Tabla 23. Proyección de Oferta – Bolsos anuales

| Año | Producción proyectada | unidad de medida | incremento en unidades | Número de productores | Total oferta bolsos |
|------------|------------------------------|-------------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| 2.016 | 8.600 | unidades | | 29 | 249.948 |
| 2.017 | 8.833 | unidades | 233 | 30 | 266.478 |
| 2.018 | 9.072 | unidades | 239 | 31 | 284.101 |
| 2.019 | 9.318 | unidades | 246 | 33 | 302.889 |
| 2.020 | 9.571 | unidades | 253 | 34 | 322.920 |

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2015

3.8. Balance Oferta - Demanda

3.8.1. Demanda Insatisfecha.

Después de haber identificado la demanda y la oferta para los siguientes cinco años se determina la diferencia existe entre la demanda de turistas y la oferta de productos en el mercado, de esta manera se obtiene que la demanda insatisfecha para el año 2016 es de **83.821** de los cuales el **51%** corresponde a blusas y el **49%** a bolsos.

Tabla 24. Demanda Insatisfecha de productos bordados en Otavalo

| Año | Demanda de turistas nacionales y extranjeros | Oferta de plazas productos | Demanda Insatisfecha |
|-------|--|----------------------------|----------------------|
| 2.016 | 598.337 | 514.516 | 83.821 |
| 2.017 | 667.592 | 549.140 | 118.451 |
| 2.018 | 744.862 | 586.095 | 158.767 |
| 2.019 | 831.076 | 625.537 | 205.539 |
| 2.020 | 927.269 | 667.634 | 259.634 |

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Tabla 25. Demanda Insatisfecha de blusas y bolsos

| Año | % | Demanda insatisfecha en blusas | % | Demanda insatisfecha de bolsos | Demanda Insatisfecha |
|-------|-----|--------------------------------|-----|--------------------------------|----------------------|
| 2.016 | 51% | 43.101 | 49% | 40.720 | 83.821 |
| 2.017 | 51% | 60.971 | 49% | 57.480 | 118.451 |
| 2.018 | 52% | 81.807 | 48% | 76.960 | 158.767 |
| 2.019 | 52% | 106.016 | 48% | 99.523 | 205.539 |
| 2.020 | 52% | 134.055 | 48% | 125.579 | 259.634 |

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2015

3.8.2. Demanda a captar por el proyecto.

De acuerdo a la capacidad de producción de la infraestructura instalada se estima que durante el año 1 la microempresa producirá con un **50%** de su capacidad y procura un incremento el **10%** en la producción para los siguientes años. De esta manera la producción para el año 2016 se estima de 4.551 blusas y 4.300 bolsos con un promedio mensual de 379 y 358 respectivamente.

Tabla 26. Producción estimada del primer año

| Producción estimada al 2016 | Capacidad de producción 50% | Producción mensual primer año |
|------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| Blusas | 4.551 | 379 |
| Bolsos | 4.300 | 358 |
| TOTAL | 8.851 | 738 |

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2015

El nivel de captación del proyecto corresponde a 11% en la producción de blusas y el 13% en la producción de bolsos en promedio el proyecto cubre el **12%** de la demanda insatisfecha identificada.

Tabla 27. Nivel de captación - Blusas

| Blusas | | | |
|---------------|-----------------------------|---------------------------|--------------------|
| Año | Demanda Insatisfecha | Nivel de captación | % captación |
| 2.016 | 43.101 | 4.551 | 11% |
| 2.017 | 60.971 | 6.439 | 11% |
| 2.018 | 81.807 | 8.639 | 11% |
| 2.019 | 106.016 | 11.195 | 11% |
| 2.020 | 134.055 | 14.156 | 11% |

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Tabla 28. Nivel de captación - Bolsos

| Bolsos | | | |
|------------|-----------------------------|---------------------------|--------------------|
| Año | Demanda Insatisfecha | Nivel de captación | % captación |
| 2.016 | 40.720 | 4.300 | 13% |
| 2.017 | 57.480 | 6.070 | 13% |
| 2.018 | 76.960 | 8.127 | 13% |
| 2.019 | 99.523 | 10.510 | 13% |
| 2.020 | 125.579 | 13.261 | 13% |

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Nivel de captación promedio de **12%** entre blusas y bolsos.

3.9. Análisis y determinación de precios

Para el análisis de precios se utilizan datos de la información recopilada en el estudio de mercado referente a los precios establecidos por la competencia los mismos que se cruzan con los datos obtenidos en la pregunta 6 de la encuesta aplicada a los turistas (Ver **Tabla 12**) de donde se conoce que el 68% de los consumidores pagarían entre 15,00 y 25,00 UDS por un producto bordado.

Tabla 29. Precios de bordados en el mercado

| Productores de bordados en Otavalo | Precios de Venta | |
|------------------------------------|------------------|---------------|
| | Blusas | Bolsos |
| BORDADOS KAYPACHA | 18,50 | 25 |
| AMAYU | 10 | 22 |
| BORDADOS GLADYS | 16 | 18 |
| BORDADOS CAYAMBE | 15 | 28 |
| Promedio en Precios | 9,5 | 17,25 |

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2015

En concordancia a la tabla anterior y tomando en cuenta los costos de producción la microempresa establece los precios de 10,00 USD para las blusas y de 18,00 USD para los bolsos.

3.10. Análisis de Comercialización y venta

El análisis se centra en buscar estrategias comerciales y también aliados como entidades gubernamentales que fomentan el turismo y la venta de productos hechos en Ecuador de manera artesanal, como por ejemplo el programa impulsado por el Ministerio del Turismo “Ecuador ama la vida”.

3.10.1. Estrategias de comercialización.

Con la finalidad de mantener el nivel de comercialización proyectado para la microempresa y mantener una rotación de inventarios que permitan cubrir costos totales y obtener utilidades se plantean las siguientes estrategias a tomar en cuenta.

- Garantizar la calidad de los productos bordados
- Originalidad y colorido de los bordados
- Precios accesibles para todo el público
- Atención al cliente con amabilidad y cordialidad
- Ofertar productos en las fechas de fiesta de la ciudad
- Realizar descuentos en función del volumen de compra
- Innovar constantemente los diseños plasmados en las telas
- Siempre reflejar la cultura, bellos paisajes y costumbres ancestrales que caracterizan al cantón Otavalo.

3.10.2. Marca “Ecuador ama la vida”.

La Marca País “Ecuador Ama la vida” puede ser solicitada por personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, del sector público y privado. Es gratuita y tiene una duración de 2 años con posibilidad de ser renovada, así lo establece el Ministerio de Comercio Exterior,

(COMERX, 2015) Los solicitantes la podrán adquirir registrándose de vía internet y los procedimientos a seguir son los siguientes:

3.10.2.1. Procedimiento para obtener la marca “Ecuador Ama la Vida”.

1. El solicitante deberá ingresar a la página web www.marcapaisecuador.com.ec,
2. Seleccionar la opción de “Licencia de Marca País”
3. Crear una cuenta de usuario.
4. Al registrarse, el usuario procederá a llenar el formulario de solicitud en línea, según el tipo de licencia que requiera
5. Adjuntar los documentos requeridos.
6. Una vez recibida la solicitud, la Coordinación de Marca País del Ministerio de Comercio Exterior procederá a evaluarla y emitirá un pronunciamiento, el cual será comunicado al solicitante

3.10.2.2. Requisitos para obtener la marca “Ecuador Ama la Vida”

- a) Copia de cédula de ciudadanía o pasaporte de la persona natural o representante legal en caso de persona jurídica
- b) Copia de papeleta de votación del solicitante o certificado de CNE
- c) Certificado de existencia y cumplimiento de obligaciones, emitido por la Superintendencia de Compañías, en caso de persona jurídica
- d) Copia de RUC del solicitante, persona natural o jurídica
- e) Declaración jurada en el formato definido por la Secretaría Técnica de la Comisión Estratégica de Marcas, de que el producto está compuesto el 40% por materia prima y mano de obra de ecuatoriana.

Gráfico 12. Marca país “Ecuador ama la vida”



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior COMEX
Año: 2015

3.10.3. Redes sociales.

De acuerdo a los datos obtenidos de la pregunta 6 en la encuesta aplicada a los turistas se (Ver **Tabla 13**) los consumidores mostraron mayor preferencia en medios de comunicación como las páginas web **33%** y redes sociales **32%**. Manifestaron también que son los medios más efectivos y de fácil acceso en cualquier parte del mundo para contactar y conocer sobre otros países. Un porcentaje del 18% ha manifestado su interés en medios como radio y la televisión 11%.

3.10.4. Publicidad en Redes Sociales – Facebook.

La microempresa considera crear una cuenta en Facebook exclusiva para publicar información sobre los productos, los precios y la ubicación del local comercial, además buscar amigos y seguidores e interactuar con ellos.

3.11. Conclusiones del Estudio de Mercado

- Del estudio de mercado realizado se concluye que existe una alta demanda de productos bordados por lo que existe un **49%** como promedio de demanda insatisfecha para los productos blusas y bolsos a pesar de existir 28 locales comerciales identificados que cubre gran parte del segmento turistas demandantes de artesanías en Otavalo..
- Es factible la introducción y permanencia en el mercado como oferente de productos bordados debido a que la tasa de incremento del turismo actual de **12%** tienen tendencia creciente para los años posteriores.
- El **65%** de los turistas prefieren medios de comunicación que trascienden como las redes sociales y las páginas web que se ven en aumento a la par con el mundo tecnológico y virtual.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El presente Estudio Técnico tiene como finalidad identificar la ubicación más idónea del proyecto, el tamaño del mismo, los materiales, recursos humano y tecnología necesarios para la implementación de la microempresa. Además que estos aspectos permiten determinar cuál será la capacidad de producción, bajo las disponibilidades de inversión y el nivel de demanda insatisfecha.

4.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto, se determina considerando la capacidad de producción de la maquinaria instalada, la disponibilidad de capital inicial. El volumen de producción se hace constar determinó en el Capítulo III.

Tabla 30. Resumen demanda potencial a satisfacer

| Año | Demanda a satisfacer | Blusas | Bolsos |
|------------|-----------------------------|---------------|---------------|
| 2.016 | 8.851 | 4.551 | 4.300 |
| 2.017 | 12.508 | 6.439 | 6.070 |
| 2.018 | 16.766 | 8.639 | 8.127 |
| 2.019 | 21.705 | 11.195 | 10.510 |
| 2.020 | 27.417 | 14.156 | 13.261 |

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Como se explicó en el capítulo anterior se estima que la infraestructura cubrirá el 50% de la demanda insatisfecha. Siendo el nivel de captación de 12% promedio (blusas y bolsos) de

del mercado insatisfecho; así el volumen de producción para el primer año es de 4.551 para blusas y 4.300 para bolsos bordados en punto de cruz en la ciudad de Otavalo.

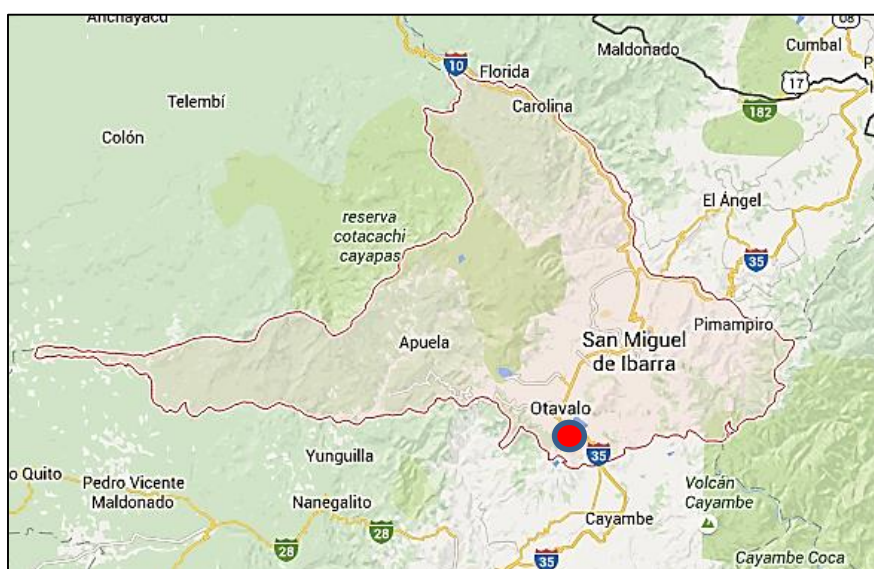
4.2. Localización del proyecto

Para determinar la localización de la microempresa se realizó un estudio deductivo partiendo del nivel nacional, provincial, cantonal y contenido en el desarrollo del capítulo I. aquí se identifican las características socio-culturales y económicas de Otavalo, las mismas que convierten al sector en un lugar estratégico para ubicar la microempresa microempresa de productos bordados con la técnica punto de cruz.

4.2.1. Macro localización.

Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Otavalo

Gráfico 13. Ubicación Geográfica de Otavalo



Fuente: Google Maps.

Elaborado por: La autora

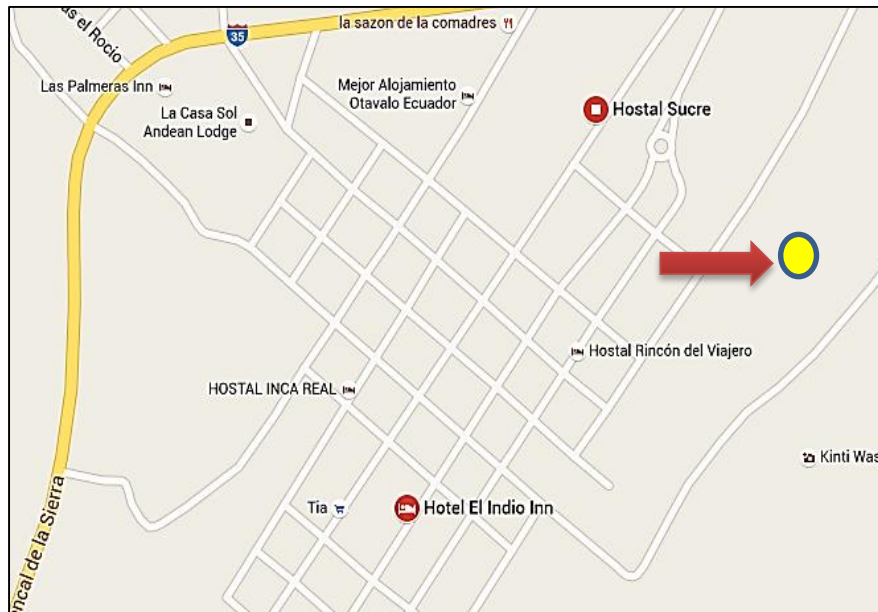
Año: 2015

4.2.2. Micro localización.

4.2.2.1. Planta de Producción.

Ciudad de Otavalo, Barrio Machangara, en la calle Casique Otavalo y segunda línea Ferrea.

Gráfico 14. Ubicación Geográfica planta de producción



Fuente: Google Maps.
Año: 2015

4.2.2.2. Local comercial.

Se considera arrendar un local comercial en el centro de la ciudad para la comercialización y distribución de los productos bordados en punto de cruz. Para lo cual se estudia la factibilidad entre las siguientes opciones:

Sector 1: Terminal Terrestre Otavalo

Sector 2: Plaza de los Ponchos

Sector 3: del Mercado Copacabana

4.2.3. Factores para la microlocalización del local comercial.

a) Factores comerciales

- Vías de acceso
- Transporte
- Servicios Básicos
- Flujo de Turistas
- Espacio físico
- Seguridad
- Vías de comunicación
- Disponibilidad de Materia Prima
- Disponibilidad de Mano de Obra
- Servicios de apoyo

b) Factores sociales y culturales

- Apoyo a la comunidad
- Generación de empleo

c) Factores ambientales

- Manejo de desechos
- Contaminación de la ciudad

d) Factores legales

- Patente Municipal y Comercial
- Calificación artesanal
- RUC

4.2.4. Escala de Valoración de los Criterios

Tabla 31. Valoración de Criterios

| CALIFICACIÓN | VALORACIÓN NUMÉRICA |
|---------------------|--------------------------------|
| Excelente | |
| Alto | 10 |
| Bajo | 9 |
| Bueno | |
| Alto | 8 |
| Bajo | 7 |
| Medio | |
| Alto | 6 |
| Bajo | 5 |
| Malo | |
| Alto | 4 |
| Bajo | 3 |
| Pésimo | |
| Alto | 2 |
| Bajo | 1 |

Fuente: Estudio Técnico
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2015

Considerando que no todos los factores a evaluar tienen la misma importancia se emplea una escala de valoración que va 10 al 1 en orden descendente para calificar cada uno de los criterios que se evalúan, en donde 10 es lo más importante y 1 menos importante. Los rangos se denominan de la siguiente manera:

- Excelente
- Bueno
- Medio

- Malo
- Pésimo

4.2.5. Puntuación de los Factores con Respecto a Cada Sector.

Tabla 32. Puntuación de los Factores

| FACTORES DE EVALUACIÓN | Sector 1 | Sector 2 | Sector 3 |
|-------------------------------|------------|------------|------------|
| COMERCIALES | 66 | 76 | 65 |
| Vías de acceso | 8 | 9 | 8 |
| Transporte | 8 | 8 | 8 |
| Servicios básicos | 9 | 9 | 9 |
| Flujo de turistas | 8 | 10 | 8 |
| Espacio físico | 5 | 4 | 4 |
| Seguridad | 8 | 8 | 8 |
| Vías de comunicación | 8 | 8 | 8 |
| Disponibilidad de MP | 8 | 10 | 7 |
| Servicios de apoyo | 4 | 10 | 5 |
| SOCIALES Y CULTURALES | 15 | 18 | 15 |
| Apoyo a la comunidad | 7 | 9 | 7 |
| Generación de empleo | 8 | 9 | 8 |
| AMBIENTALES | 8 | 8 | 8 |
| Manejo de desechos | 8 | 8 | 8 |
| FACTORES LEGALES | 22 | 23 | 23 |
| Patente Municipal y Comercial | 6 | 7 | 7 |
| Calificación artesanal | 8 | 8 | 8 |
| RUC | 8 | 8 | 8 |
| TOTAL | 111 | 125 | 111 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

4.2.6. Matriz de Ponderación y Evaluación.

Tabla 33. Matriz de Ponderación y Evaluación

| FACTORES DE EVALUACIÓN | Ponderación | Sector 1 | Sector 2 | Sector 3 |
|-------------------------------|--------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| COMERCIALES | 60% | 4,52 | 5,18 | 4,46 |
| Vías de acceso | 7% | 0,58 | 0,65 | 0,58 |
| Transporte | 7% | 0,55 | 0,55 | 0,55 |
| Servicios básicos | 8% | 0,70 | 0,70 | 0,70 |
| Flujo de turistas | 7% | 0,60 | 0,75 | 0,60 |
| Espacio físico | 4% | 0,19 | 0,15 | 0,15 |
| Seguridad | 7% | 0,55 | 0,55 | 0,55 |
| Vías de comunicación | 7% | 0,55 | 0,55 | 0,55 |
| Disponibilidad de MP | 7% | 0,58 | 0,72 | 0,50 |
| Servicios de apoyo | 5% | 0,22 | 0,55 | 0,27 |
| SOCIALES Y CULTURALES | 14% | 1,04 | 1,24 | 1,04 |
| Apoyo a la comunidad | 7% | 0,46 | 0,60 | 0,46 |
| Generación de empleo | 7% | 0,58 | 0,65 | 0,58 |
| AMBIENTALES | 7% | 0,55 | 0,55 | 0,55 |
| Manejo de desechos | 7% | 0,55 | 0,55 | 0,55 |
| FACTORES LEGALES | 20% | 1,45 | 1,51 | 1,51 |
| Patente Municipal y Comercial | 6% | 0,35 | 0,40 | 0,40 |
| Calificación artesanal | 7% | 0,55 | 0,55 | 0,55 |
| RUC | 7% | 0,55 | 0,55 | 0,55 |
| TOTAL | 100% | 7,56 | 8,48 | 7,57 |

Fuente: Estudio Técnico
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2015

4.2.7. Ubicación Óptima del Local Comercial.

Después de realizar el estudio correspondiente, se considera que debe ubicar el local comercial estratégicamente en los alrededores de la “Plaza de los Ponchos”, en las calles que más afluencia tienen los días de feria. Es así que después de realizar un análisis de los locales comerciales disponibles en este momento, se toma en consideración uno, ubicado en las calles Bolívar y Salinas, tomando en cuenta que estas calles son las de mayor afluencia los días de feria en especial los sábados.

Gráfico 15. Ubicación del local comercial



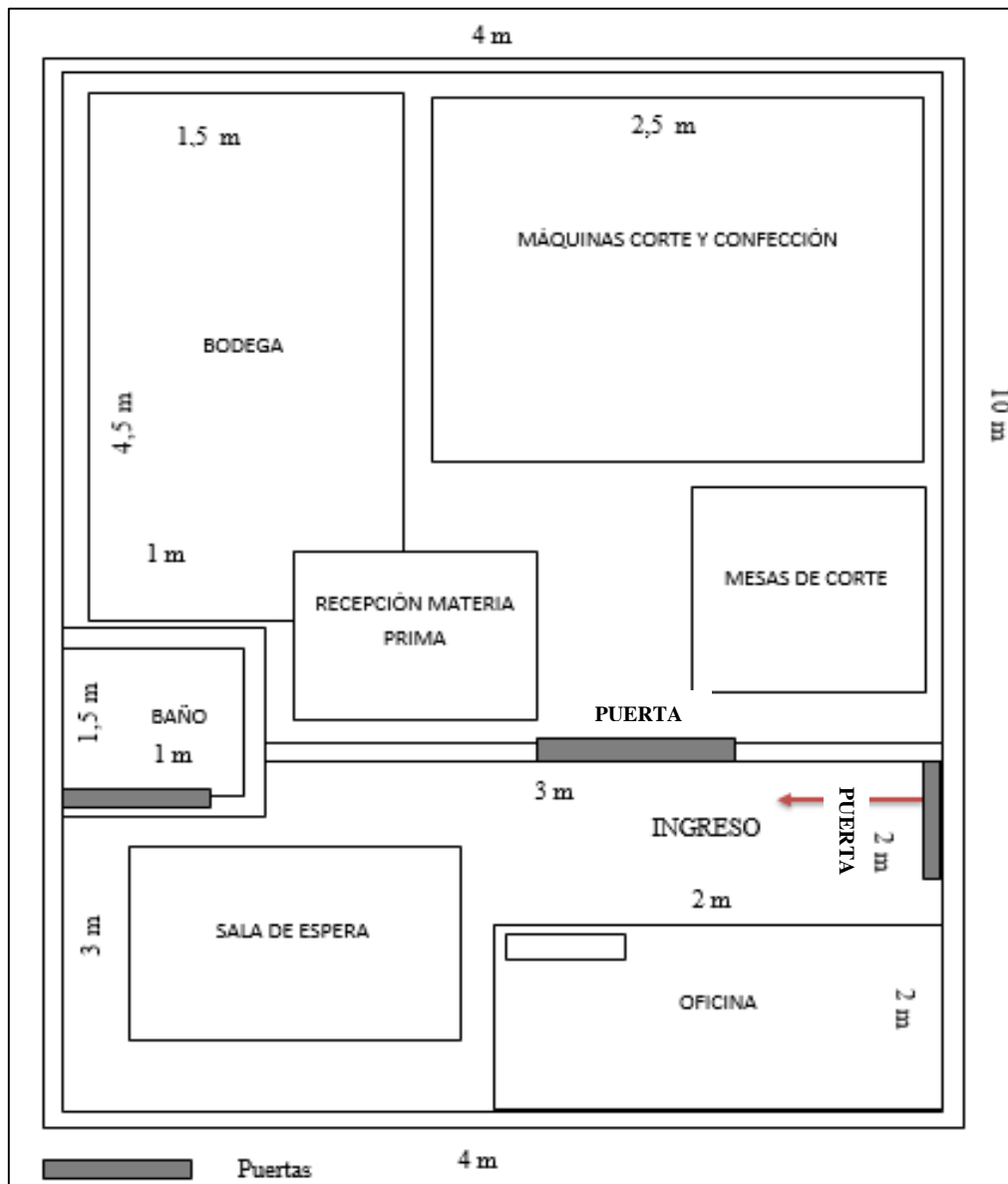
Fuente: Página Google Maps
Año: 2015

4.3. Ingeniería del proyecto

4.3.1. Distribución de la Planta de Producción.

El estudio de Ingeniería del proyecto se realiza con el apoyo de un ingeniero civil, con la finalidad de distribuir por áreas el espacio físico de acuerdo al proceso productivo del proyecto. Más adelante se muestra la distribución de la planta.

Gráfico 16. Distribución de la planta de producción



Fuente: Estudio Técnico
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

Las áreas que se consideran necesarias dentro de la fábrica y también en el área de producción son las siguientes:

Área 1: Bodega

Área 2: Corte y confección

Área 3: Bordado

Área 4: Control de calidad y empaque

4.3.2. Distribución del local comercial.

Gráfico 17. Adecuación local comercial



Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.3.2.1. Características del local comercial.

- Con todos los servicios básicos (agua, luz, teléfono)
- 1 baño

- 1 cuarto bodega (8*3metros)
- Buena iluminación
- Con puertas y ventanas lanfor

4.4. Proceso de Producción

A continuación se detallan las actividades necesarias para la producción de bolsos y blusas con la finalidad de optimizar tiempos y recursos como Materia Prima y Mano de Obra Directa.

Tabla 34. Actividades del Proceso Productivo

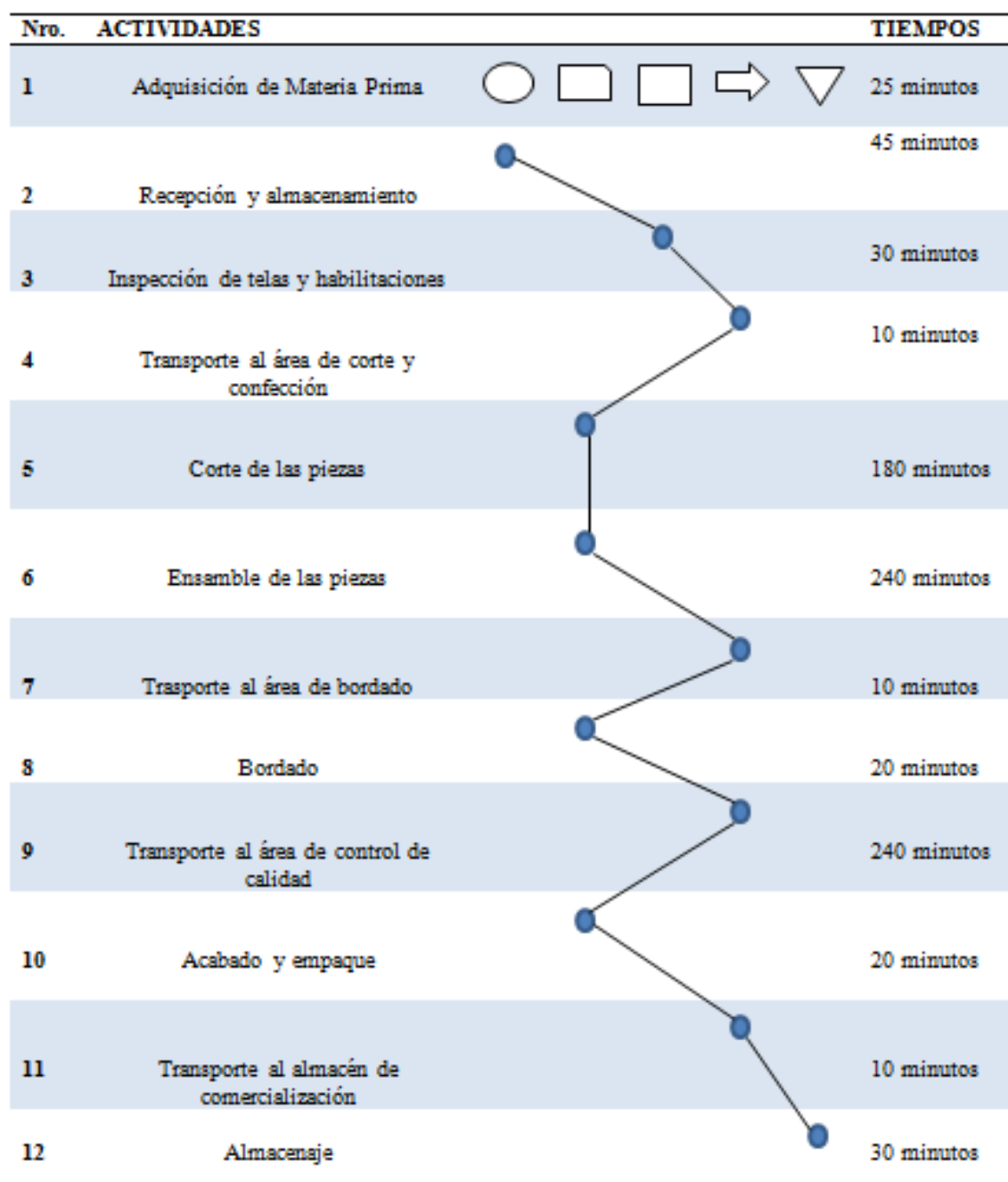
| Nro. | ACTIVIDADES |
|------|---|
| 1 | Adquisición de Materia Prima |
| 2 | Recepción y almacenamiento |
| 3 | Inspección de telas y habilitaciones |
| 4 | Transporte al área de corte y confección |
| 5 | Corte de las piezas |
| 6 | Ensamble de las piezas |
| 7 | Trasporte al área de bordado |
| 8 | Bordado |
| 9 | Transporte al área de control de calidad |
| 10 | Acabado y empaque |
| 11 | Transporte al almacén de comercialización |
| 12 | Almacenaje |

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.4.1. Flujograma de Operaciones.

Las operaciones y los tiempos necesarios para la producción de bordados se detallan a continuación:

Gráfico 18. Flujograma producción de bordados



Fuente: Estudio de Mercado
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2015

4.4.1.1. Determinación del Proceso de Producción.

Se determina el siguiente proceso productivo para optimizar tiempo y recursos.

- **Recepción y Almacenamiento de Materia Prima**

Para iniciar con la producción planificada es necesario establecer contacto con proveedores para el abastecimiento de materia prima, misma que será almacenada para su óptimo uso.

- **Inspección**

Una vez almacenada la materia prima, para el proceso de producción, el personal encargado de bodega realizará la inspección necesaria de la materia prima con la finalidad de habilitar el área de corte y confección.

- **Área de Corte y Confección**

En esta área, se realiza los cortes de tela de acuerdo a los requerimientos de producción, los diseños y requerimientos de tela, inmediatamente se pasa a ensamblar cada una de las piezas dando forma a los productos.

- **Área de Bordado**

Podemos decir que es el área más importante, al ser en la que se decoran los productos con coloridos bordados utilizando la técnica de “punto de cruz” para ser enviado área de acabado.

- **Área de Acabado**

En esta área el producto entra a una de sus fases culminantes, en donde el personal se encarga de inspeccionar el acabado el producto, la puntada y el correcto ensamble de las piezas y lo más importante que es el acabado del bordado, en el que se observa el colorido, diseño y

la característica de la puntada en punto de cruz. En caso de existir fallas en los productos estos deben ser corregidos antes de ser empacados.

- **Área de Empaque**

Los productos que pasaron la inspección, ingresan ahora a esta área, en donde se los empaqueta con sellos y etiquetas distintivas que identifican a la empresa y que servirán para que estén protegidos, cumpliendo así con normas y estándares de calidad.

- **Almacenamiento**

Finalmente el producto terminado y empaquetado es llevado a la zona de almacenamiento, para luego ser transportado al local comercial y atender a los clientes minoritarios y

4.5. Determinación del Presupuesto Técnico

A continuación se detalla los requerimientos para el proyecto tanto en materia prima, mano de obra, maquinaria y equipos de producción, muebles y enseres, gastos de administración y venta, la inversión inicial y el capital de trabajo.

4.5.1. Materia Prima Directa.

| | | | |
|------------------|------------|-------------------|-------|
| 1 Rollo (50 mts) | 100 blusas | 1 madeja (500 gm) | 50 |
| X | 4.551 | X | 4.551 |
| 46 | | 91 | |
| 1 Rollo (50 mts) | 200 Bolsos | 1 madeja (500 gm) | 200 |
| X | 4.300 | X | 4.300 |
| 21 | | 86 | |
| 1 Rollo (50 mts) | 200 Bolsos | | |
| X | 4.300 | | |
| 21 | | | |

Tabla 35. Materia Prima Directa mensual

| Descripción | Cantidad | precio unitario | Total de inversión |
|-------------------------------|-----------------|------------------------|---------------------------|
| Tela Esterilla (rollo 50mts.) | 9 | 315 | 2953,89 |
| Hilos de bordado (500gms) | 15 | 12 | 177,03 |
| Tela Carola (rollo 50mts.) | 2 | 90 | 161,25 |
| Total Materia Prima | | | 3292,17 |

Fuente: Estudio Técnico
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

4.5.2. Gastos Sueldos y Salarios.

Para el cálculo de los sueldos mensuales se considera un sueldo básico de 354,00 USD para el personal de producción y de 400,00 USD para el administrador. Se consideran todos los beneficios de ley Aporte Patronal de 11.15%, IECE 0.5%, 0.5% SECAP, Reserva Legal, 13° Sueldo, 14° Sueldo y Vacaciones.

Tabla 36. Sueldos y salarios mensuales

| Descripción | Costureras | Bordadoras | Cortador | Vendedor | Contador | Administrador |
|--|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------------|
| Cantidad | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Mensual | 354,00 | 354,00 | 354,00 | 354,00 | 354,00 | 400,00 |
| Aporte Patronal 12.15% | 4,30 | 4,30 | 4,30 | 4,30 | 4,30 | 4,86 |
| Fondos de Reserva | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 13° Sueldo | 29,50 | 29,50 | 29,50 | 29,50 | 29,50 | 33,33 |
| 14° Sueldo | 29,50 | 29,50 | 29,50 | 29,50 | 29,50 | 33,33 |
| Vacaciones | 14,75 | 14,75 | 14,75 | 14,75 | 14,75 | 16,67 |
| Subtotal | 432,05 | 432,05 | 432,05 | 432,05 | 432,05 | 488,19 |
| Total MOD | 864,10 | 2160,26 | 432,05 | 432,05 | 432,05 | 488,19 |
| TOTAL SUELDO Y SALARIOS MENSUAL | | | | | | 4.808,70 |

Fuente: Estudio técnico
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

4.5.3. Costos Indirectos de Fabricación.

Tabla 37. Costos Indirectos mensuales

| Descripción | Cantidad | precio unitario | Total de inversión |
|--------------------------------|-----------------|------------------------|---------------------------|
| Hilos de costura | 100 | 1,25 | 125,00 |
| Cierres (rollo 50 mts) | 24 | 2,25 | 54,00 |
| Fundas plásticas (*100 unids) | 10 | 1,20 | 12,00 |
| Impresión de Etiquetas | 1 | 3 | 3,00 |
| Consumo Energía eléctrica | | | 194,00 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.5.4. Inversión Inicial en Maquinaria y Equipo de Producción.

Tabla 38. Maquinaria y Equipo requerido

| Rubro | Cantidad | Costo unitario en US\$ | Inversión c/rubro US\$ |
|--|-----------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Máquina Overlok MX Pegasus | 1 | 1.330,00 | 1.330,00 |
| Máquina Recubridora Pegasus | 1 | 1.690,00 | 1.690,00 |
| Máquina De Coser Industrial Recta Yuki | 2 | 698,00 | 1.396,00 |
| Cortadora KL | 1 | 298,00 | 298,00 |
| Mesas de madera | 2 | 80,00 | 160,00 |
| Herramientas de taller | 1 | 300,00 | 300,00 |
| TOTAL | | | 5.174,00 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.5.1. Inversión inicial en Bienes Inmuebles.

Los socios consideran invertir en un bien inmueble que corresponde a la planta de producción.

Tabla 39. Inversión en planta de producción

| Rubro | Unidad de medida | Cantidad | Precio unitario US\$ | Inversión c/rubro US\$ |
|---|-------------------------|-----------------|-----------------------------|-------------------------------|
| Planta de Producción Inversión inicial | m2 | 202 | 84,00 | 17.000,00 |
| | | | | 17.000,00 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora

4.5.2. Inversión Inicial en Muebles y Enseres.

Tabla 40. Muebles y enseres requeridos

| Rubro | Cantidad | Costo unitario en US\$ | Inversión c/rubro US\$ |
|-----------------------|----------|---------------------------|---------------------------|
| Sillas plásticas | 12 | 6,00 | 72,00 |
| Estanterías Metálicas | 3 | 120,00 | 360,00 |
| Escritorios | 2 | 105,00 | 210,00 |
| TOTAL | | | 642,00 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.5.3. Inversión Inicial en Suministros de limpieza.

Tabla 41. Suministros de Limpieza requeridos

| Rubro | Cantidad | Costo unitario en US\$ | Inversión c/rubro US\$ |
|------------------------|----------|---------------------------|---------------------------|
| Kit útiles de limpieza | | | |
| Escoba | 2 | 1,50 | 3,00 |
| Trapeador de algodón | 2 | 1,50 | 3,00 |
| Recogedor de basura | 2 | 1,75 | 3,50 |
| Desinfectante | 1 | 5,50 | 5,50 |
| Limpiones | 2 | 5,00 | 10,00 |
| Waipa | 1 | 5,00 | 5,00 |
| Aceite de Máquina | 2 | 12,00 | 24,00 |
| TOTAL | | | 54,00 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.5.4. Inversión Inicial Equipo de Computación.

Tabla 42. Equipo de Computación requerido

| Rubro | Cantidad | Costo unitario en US\$ | Inversión c/rubro US\$ |
|------------------------|----------|---------------------------|---------------------------|
| Portátil Inspiron 3043 | 1 | 817,34 | 817,34 |
| TOTAL | | | 817,34 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.5.5. Gastos de Venta.

Tabla 43. Gastos de venta mensual

| Rubro | descripción | Costo Anual |
|--------------------------|--------------------|--------------------|
| Arriendo local comercial | cuota | 400,00 |
| Internet | cuota | 20,00 |
| Publicidad | cuota | 120,00 |
| Total | | 540,00 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.5.6. Gasto Servicios Básicos.

Tabla 44. Servicios Básicos mensuales

| Rubro | Costo mensual | Costo Anual |
|-------------------|----------------------|--------------------|
| Energía Eléctrica | 7,50 | 90,00 |
| Agua Potable | 8,00 | 96,00 |
| Teléfono | 10,00 | 120,00 |
| Total | | 306,00 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.5.7. Gastos de Diferidos y de Constitución.

Tabla 45. Gastos diferidos y de constitución mensual

| CONCEPTO | VALOR |
|------------------------|---------------|
| Gastos de Constitución | 100,00 |
| Estudio Técnico | 50,00 |
| Estudio de Mercado | 50,00 |
| Asesoramiento legal | 30,00 |
| TOTAL | 230,00 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.5.8. Otros Gastos requeridos.

Tabla 46. Otros gastos mensuales

| Rubro | Costo mensual | Costo Anual |
|---------------|----------------------|--------------------|
| Mantenimiento | 12,50 | 150,00 |
| Transporte | 48,00 | 576,00 |
| Total | | 726,00 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.5.9. Gastos Depreciaciones.

Las depreciaciones se calculan de acuerdo a los porcentajes establecidos en el Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno y considerando el valor residual de acuerdo a la NIIF 17: Propiedades, Planta y Equipo.

Tabla 47. Depreciaciones mensuales

| Concepto | mensual | Año 1 |
|-----------------------------|----------------|----------------|
| Planta de Producción | 67,29 | 807,50 |
| Maquinaria y Equipo | 38,81 | 465,66 |
| Muebles y enseres | 4,82 | 57,78 |
| Equipo de Computación | 15,14 | 181,63 |
| Total depreciaciones | 126,05 | 1512,57 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.5.10. Capital de Trabajo.

El capital de trabajo inicial se calcula considerando costos y gastos para los tres primeros meses de funcionamiento, necesarios para que el proyecto se establezca al inicio de sus operaciones de producción y ventas.

Tabla 48. Capital de trabajo para tres meses

| Rubro | Descripción | Cant. Mensual | Costo Unitario | Costo Total |
|---|-------------------------------|----------------------|-----------------------|--------------------|
| Materia Prima Directa | Tela Esterilla (rollo 50mts.) | 9 | 315 | 2953,89 |
| | Hilos de bordado (500gms) | 15 | 12 | 177,03 |
| | Tela Carola (rollo 50mts.) | 2 | 90 | 161,25 |
| Mano de Obra Directa | Operarios | 8 | 470,76 | 3766,09 |
| Costos Indirectos | | 1 | 19,75 | 19,75 |
| | Administrador | 1 | 528,1 | 528,10 |
| | Contadora | 1 | 470,76 | 470,76 |
| | Suministros de Limpieza | 1 | 54,00 | 54,00 |
| | Materiales de Oficina | 1 | 24,30 | 24,30 |
| | Servicios Básicos | 1 | 25,50 | 25,50 |
| | Gasto Manten. Equip. de Comp. | 1 | 12,50 | 12,50 |
| | Gasto Arriendo | 1 | 400 | 400,00 |
| | Vendedora | 1 | 470,76 | 470,76 |
| | Gasto de Ventas | Gasto Publicidad | 1 | 140,00 |
| Gasto Transporte | | 1 | 48,00 | 48,00 |
| Total Capital de Trabajo Mensual | | | | 9.251,93 |
| Capital de Trabajo para 3 meses | | | | 27.755,79 |

Fuente: Estudio técnico
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

4.6. Resumen de la Inversión Inicial

Tabla 49. Inversión inicial

| Descripción | Rubro |
|--|------------------|
| Inversión Fija | 23.633,34 |
| Planta de producción | 17.000,00 |
| Maquinaria | 5.174,00 |
| Muebles y Enseres | 642,00 |
| Equipo de Computación | 817,34 |
| Inversión Diferida | 230,00 |
| Gastos de Constitución | 230,00 |
| Capital de Trabajo (para 3 meses) | 27.755,79 |
| Total | 51.619,13 |

Fuente: Estudio técnico
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

4.7. Modelo de financiamiento

Tabla 50. Modelo de financiamiento

| DETALLE | MONTO EN USD | Porcentaje |
|-------------------|------------------|-------------|
| Inversión propia | 27.755,79 | 54% |
| Préstamo bancario | 23.863,34 | 46% |
| TOTAL | 51.619,13 | 100% |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

El aporte de los socios será por el 54% de la Inversión Inicial del proyecto y el 46% será financiado con un préstamo del Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés del 11,20% anual.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

En el estudio financiero se determina la factibilidad económica del proyecto, para lo cual se realizan estados de resultados proyectados de ingresos y gastos requeridos para el desarrollo del proyecto. Para su posterior análisis se aplican indicadores de evaluación financiera tales como: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna De Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (B/c), Período de Recuperación de la Inversión. También se demuestra cual sería el punto de equilibrio de la microempresa.

5.1. Estado de Situación Financiera



Bordados Pakarina Andino Cía. Ltda.

Estado de Situación Financiera (año 0) (Expresado en USD dólares)

| Activos | | Pasivos | |
|-------------------------------------|------------------|--|------------------|
| Activo Corriente | 27.755,79 | Pasivo no Corriente | 23.863,34 |
| Efectivo y Equivalentes de Efectivo | 27.755,79 | Obligaciones con Instituciones Financieras | 23.863,34 |
| Activo No Corriente | | Total Pasivos | 23.863,34 |
| Propiedad Planta y Equipo | 23.633,34 | Patrimonio Neto | |
| Muebles y Equio. de oficina | 642,00 | Capital | 27.755,79 |
| Equipo de Computación | 817,34 | Capital Propio | 27.755,79 |
| Planta de Producción | 17.000,00 | | |
| Maquinaria de Producción | 5.174,00 | | |
| Activos Diferidos | 230,00 | Total Patrimonio | 27.755,79 |
| Gastos de Constitución | 230,00 | | |
| Total Activos | 51.619,13 | Total Pasivo + Patrimonio | 51.619,13 |

El Estado de Situación Financiera es el punto de partida para el funcionamiento de la microempresa, en él se detalla los activos, pasivos y patrimonio con que cuenta la microempresa al inicio de sus operaciones (año 0). Esta expresado en dólares de los Estados Unidos

5.2. Presupuesto de Ingresos

Para el cálculo de los ingresos proyectados se toman las condiciones establecidas en el capítulo Estudio de Mercado en donde se determinó que la microempresa cubrirá un 12% de la población insatisfecha con una capacidad de producción del 50% para el primer año de acuerdo a la maquinaria instalada. (Ver Tablas 27 y 28). Siendo la producción para el primer año de **4.551** de blusas y **4.300** bolsos bordados en punto de cruz.

La producción de unidades crece con la Tasa de Incremento en la Producción de Manufactura **12%** (Ver Tabla 19).

Los precios de venta establecidos son de 10,00 USD para blusas y 18,00 USD para bolsos los mismos que crecen de acuerdo a al **3.8%** Índice de Precio al Productor de acuerdo a las proyecciones del Banco Central del Ecuador para el 2015.

Tabla 51. Presupuesto de Ingresos

| Descripción | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Blusas | | | | | |
| Volumen Proyectado | 4.551 | 6.439 | 8.639 | 11.195 | 14.156 |
| Precio de venta | 10 | 10,38 | 10,77 | 11,18 | 11,61 |
| Total | 45.514,73 | 66.831,85 | 93.078,00 | 125.205,45 | 164.336,40 |
| Bolsos | | | | | |
| Volumen Proyectado | 4.300 | 6.070 | 8.127 | 10.510 | 13.261 |
| Precio de venta | 18 | 18,68 | 19,39 | 20,13 | 20,90 |
| Total | 77.399,34 | 113.409,45 | 157.613,43 | 211.567,94 | 277.102,75 |
| TOTAL DE VENTAS | 122.914,07 | 180.241,30 | 250.691,43 | 336.773,39 | 441.439,15 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.3. Presupuesto de Costos y Gastos

5.3.1. Costo de producción.

5.3.1.1. *Materia Prima Directa.*

Para determinar la cantidad de materia prima requerida para la producción de blusas y bolsos establecida mediante regla de tres simple como se detalla a continuación los cálculos para el primer año.

| | | | |
|------------------|------------|-------------------|------------|
| 1 Rollo (50 mts) | 100 blusas | 1 madeja (500 gm) | 50 blusas |
| X | 4.551 | X | 4.551 |
| = 46 | | = 91 | |
| 1 Rollo (50 mts) | 200 bolsos | 1 madeja (500 gm) | 200 bolsos |
| X | 4.300 | X | 4.300 |
| = 21 | | =86 | |
| 1 Rollo (50 mts) | 200 bolsos | | |
| X | 4.300 | | |
| = 21 | | | |

Tabla 52. Requerimientos de Materia Prima Directa

| Descripción | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| Blusas | 4.551 | 6.439 | 8.639 | 11.195 | 14.156 |
| Tela Esterilla (rollo 50mts.) | 91 | 129 | 173 | 224 | 283 |
| Hilos de bordado (500gms) | 91 | 129 | 173 | 224 | 283 |
| Bolsos | 4.300 | 6.070 | 8.127 | 10.510 | 13.261 |
| Tela Esterilla (rollo 50mts.) | 21 | 30 | 41 | 53 | 66 |
| Tela Carola (rollo 50mts.) | 21 | 30 | 41 | 53 | 66 |
| Hilos de bordado (500gms) | 86 | 121 | 163 | 210 | 265 |

Fuente: Estudio Técnico
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

Tabla 53. Materia Prima Directa

| Descripción | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------------------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| Tela Esterilla (rollo 50mts.) | 113 | 159 | 213 | 276 | 349 |
| Precio | 315 | 326,97 | 339,39 | 352,29 | 365,68 |
| Total | 35.446,72 | 52.027,39 | 72.430,31 | 97.391,63 | 127.778,42 |
| Hilos de bordado (500gms) | 177 | 250 | 335 | 434 | 548 |
| Precio | 12 | 12,46 | 12,93 | 13,42 | 13,93 |
| Total | 2.124,34 | 3.116,09 | 4.335,38 | 5.825,84 | 7.638,78 |
| Tela Carola (rollo 50mts.) | 21 | 30 | 41 | 53 | 66 |
| Precio | 90 | 93,42 | 96,97 | 100,65 | 104,48 |
| Total | 1.935 | 2.835 | 3.940 | 5.289 | 6.928 |
| TOTAL | 39.506,05 | 57.978,72 | 80.706,03 | 108.506,66 | 142.344,77 |

Fuente: Estudio Técnico
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

5.3.1.2. *Mano de obra directa*

Para el cálculo de la Mano de Obra Directa se considera un sueldo básico de 354,00 USD para el personal de producción y para el estudio se los denomina operarios. Se consideran todos los beneficios de ley Aporte Patronal de 11.15%, IECE 0.5%, 0.5% SECAP, Reserva Legal, 13° Sueldo, 14° Sueldo y Vacaciones. Las proyecciones para este rubro se realizan con la tasa de incremento del 7.64% de acuerdo al siguiente detalle.

Tabla 54. Histórico de Sueldos y Salarios

| Año | Sueldo | Tasa de crecimiento |
|--------------------|---------------|----------------------------|
| 2011 | 264 | |
| 2012 | 292 | 0,106 |
| 2013 | 318 | 0,089 |
| 2014 | 340 | 0,069 |
| 2015 | 354 | 0,041 |
| Total | | 0,305 |
| Crecimiento | | 7,64% |

La tasa promedio de crecimiento en Sueldo y Salarios de acuerdo al histórico es de 7.64%

Tabla 55. Personal de Producción - Operarios

| Rubro | Cantidad | Sueldo Nominal |
|--------------|-----------------|-----------------------|
| Costureras | 2 | 354 |
| Cortador | 1 | 354 |
| Bordadoras | 5 | 354 |
| TOTAL | 8 | |

Tabla 56. Mano de Obra Directa

| Descripción | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Operario | | | | | |
| Mensual | 354,00 | 381,03 | 410,13 | 441,45 | 475,16 |
| Anual | 4248,00 | 4572,40 | 4921,57 | 5297,41 | 5701,94 |
| Aporte Patronal 12.15% | 516,13 | 555,55 | 597,97 | 643,64 | 692,79 |
| Fondos de Reserva | 0,00 | 381,03 | 451,61 | 486,11 | 523,25 |
| 13° Sueldo | 354,00 | 381,03 | 410,13 | 441,45 | 475,16 |
| 14° Sueldo | 354,00 | 375,39 | 398,07 | 422,13 | 447,63 |
| Vacaciones | 177,00 | 190,52 | 205,07 | 220,73 | 237,58 |
| Total (1 Operario) | 5649,13 | 6455,92 | 6984,42 | 7511,46 | 8078,35 |
| Total operarios (2+1+5=8) | 45.193,06 | 45.191,43 | 48.890,93 | 52.580,21 | 56.548,48 |
| Costo Total de Mano de Obra Directa | 45.193,06 | 45.191,43 | 48.890,93 | 52.580,21 | 56.548,48 |

Fuente: Estudio Técnico
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

5.3.1.3. Costos Indirectos de Fabricación.

Los Costos Indirectos de Fabricación incluyen todos los rubros por Materia Prima Indirecta. Los precios se proyectan con la tasa de inflación de 3.8% registrada por el Banco Central del Ecuador para el año 2015. El volumen de materiales para los siguientes años incrementan de acuerdo a la tasa promedio de incremento en la producción manufacturera 28% (blusas 29% y 28% en bolsos).

| Descripción | Incremento en la producción |
|----------------------|------------------------------------|
| Blusas | 0,029 |
| Bolsos | 0,027 |
| Tasa promedio | 0,0282 |

Tabla 57. Costos Indirectos de Fabricación

| Descripción | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Hilos de costura | 100 | 103 | 106 | 109 | 112 |
| Precio | 1,25 | 1,30 | 1,35 | 1,40 | 1,45 |
| Total | 125,00 | 133,38 | 142,33 | 151,87 | 162,06 |
| Cierres (rollo 50 mts) | 24 | 25 | 25 | 26 | 27 |
| Precio | 2,25 | 2,34 | 2,42 | 2,52 | 2,61 |
| Total | 54,00 | 57,62 | 61,49 | 65,61 | 70,01 |
| Fundas plásticas (*100 unids) | 10 | 10 | 11 | 11 | 11 |
| Precio | 1,2 | 1,25 | 1,29 | 1,34 | 1,39 |
| Total | 12,00 | 12,80 | 13,66 | 14,58 | 15,56 |
| subtotal CIF | 191 | 204 | 217 | 232 | 248 |
| Impresión de Etiquetas | 10 | 10 | 11 | 11 | 11 |
| Consumo Energía eléctrica | 36 | 37 | 38 | 39 | 40 |
| TOTAL | 237,00 | 251,10 | 266,09 | 282,04 | 299,00 |

Fuente: Estudio Técnico
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

5.3.1.4. Resumen de los Costos de Producción.

Tabla 58. Costos de Producción

| Descripción | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Materia Prima | 39.506,05 | 57.978,72 | 80.706,03 | 108.506,66 | 142.344,77 |
| Costos Mano de Obra | 45.193,06 | 45.191,43 | 48.890,93 | 52.580,21 | 56.548,48 |
| Costos Indirectos | 237,00 | 251,10 | 266,09 | 282,04 | 299,00 |
| Total Costo de Producción | 84.936,11 | 103.421,25 | 129.863,05 | 161.368,91 | 199.192,24 |

Fuente: Estudio Técnico
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

5.3.2. Presupuesto de Gastos.

5.3.2.1. Gastos Administrativos.

a) Sueldos administrativos.

El sueldo administrativo será igual a básico unificado establecido por el Ministerio de Relaciones Laborales. Estos corresponden al administrador y cantadora. Los mismos que se proyectan con la tasa de incremento salarial determinada de 7.64% se considera el Aporte Patronal 11.15%, IECE 0.5% Y SECAP 0.5%, Fondos de Reserva, 13° Sueldo, 14° Sueldo y Vacaciones.

Tabla 59. Personal Administrativo

| Rubro | Cantidad | Sueldo Nominal |
|---------------|----------|----------------|
| Vendedor | 1 | 354 |
| Administrador | 1 | 400 |
| TOTAL | 2 | |

Tabla 60. Sueldos Administrativos

| Descripción | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Administrador | | | | | |
| Mensual | 400,00 | 430,55 | 463,42 | 498,81 | 536,91 |
| Anual | 4800,00 | 5166,55 | 5561,10 | 5985,77 | 6442,88 |
| Aporte Patronal 12.15% | 583,20 | 627,74 | 675,67 | 727,27 | 782,81 |
| Fondos de Reserva | 0,00 | 430,55 | 451,61 | 486,11 | 523,25 |
| 13° Sueldo | 400,00 | 430,55 | 463,42 | 498,81 | 536,91 |
| 14° Sueldo | 354,00 | 375,39 | 398,07 | 422,13 | 447,63 |
| Vacaciones | 200,00 | 215,27 | 231,71 | 249,41 | 268,45 |
| Total administrador | 6337,20 | 7246,04 | 7781,59 | 8369,50 | 9001,92 |
| Contadora | | | | | |
| Mensual | 354,00 | 381,03 | 410,13 | 441,45 | 475,16 |
| Anual | 4248,00 | 4572,40 | 4921,57 | 5297,41 | 5701,94 |
| Aporte Patronal 12.15% | 516,13 | 555,55 | 597,97 | 643,64 | 692,79 |
| Fondos de Reserva | 0,00 | 381,03 | 451,61 | 486,11 | 523,25 |
| 13° Sueldo | 354,00 | 381,03 | 410,13 | 441,45 | 475,16 |
| 14° Sueldo | 354,00 | 375,39 | 398,07 | 422,13 | 447,63 |
| Vacaciones | 177,00 | 190,52 | 205,07 | 220,73 | 237,58 |
| Total Contadora | 5649,13 | 6455,92 | 6984,42 | 7511,46 | 8078,35 |
| Gasto total | 11.986,33 | 13.701,96 | 14.766,01 | 15.880,96 | 17.080,28 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora

b) *Suministros de Oficina*

Tabla 61. Suministros de Oficina mensual

| Rubro | Cantidad | Costo unitario en US\$ | Inversión c/rubro US\$ |
|-----------------------|----------|---------------------------|---------------------------|
| Resma de papel Bom A4 | 1 | 3,75 | 3,75 |
| Esferos Gráficos | 6 | 0,30 | 1,80 |
| Lápices | 6 | 0,22 | 1,32 |
| Calculadora | 1 | 2,75 | 2,75 |
| Cinta de embalaje | 2 | 3,84 | 7,68 |
| Borradores | 5 | 0,32 | 1,60 |
| Tiza líquida | 3 | 0,65 | 1,95 |
| calcantes *12 | 3 | 1,15 | 3,45 |
| TOTAL | | | 24,30 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

c) *Suministros de Limpieza*

Tabla 62. Suministros de Limpieza mensual

| Rubro | Cantidad | Costo unitario en US\$ | Inversión c/rubro US\$ |
|------------------------|----------|---------------------------|---------------------------|
| Kit útiles de limpieza | | | |
| Escoba | 2 | 1,50 | 3,00 |
| Trapeador de algodón | 2 | 1,50 | 3,00 |
| Recogedor de basura | 2 | 1,75 | 3,50 |
| Desinfectante | 1 | 5,50 | 5,50 |
| Limpiones | 2 | 5,00 | 10,00 |
| Waípe | 1 | 5,00 | 5,00 |
| Aceite de Máquina | 2 | 12,00 | 24,00 |
| TOTAL | | | 54,00 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

d) *Servicios Básicos*

Tabla 63. Servicios Básicos mensuales

| Rubro | Costo mensual | Costo Anual |
|-------------------|---------------|---------------|
| Energía Eléctrica | 7,50 | 90,00 |
| Agua Potable | 8,00 | 96,00 |
| Teléfono | 10,00 | 120,00 |
| Total | | 306,00 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

e) Gasto en Mantenimiento

Tabla 64. Mantenimiento mensual

| Rubro | Costo mensual | Costo Anual |
|---------------|----------------------|--------------------|
| Mantenimiento | 12,50 | 150,00 |
| Total | | 150,00 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.3.2.2. Resumen de Gastos de Administración

En el siguiente resumen agrupa los rubros por gastos de administración los mismos que incrementan con la tasa de inflación de 3.8% registrada por el Banco Central para el año 2015. Se estima un costo de mantenimiento de 150,00 UDS al año.

Tabla 65. Gastos de Administración

| Descripción | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Sueldos Administrativos | 11.986,33 | 13.701,96 | 14.766,01 | 15.880,96 | 17.080,28 |
| Suministros de limpieza | 54,00 | 56,05 | 58,18 | 60,39 | 62,69 |
| Materiales de oficina | 24,30 | 25,22 | 26,18 | 27,18 | 28,21 |
| Energía Eléctrica | 90,00 | 93,42 | 96,97 | 100,65 | 104,48 |
| Agua Potable | 96,00 | 99,65 | 103,43 | 107,37 | 111,45 |
| Teléfono | 120,00 | 124,56 | 129,29 | 134,21 | 139,31 |
| Mantenimiento | 150,00 | 155,70 | 161,62 | 167,76 | 174,13 |
| Total | 12.520,63 | 14.256,57 | 15.341,68 | 16.478,52 | 17.700,54 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.3.2.3. Gastos de Venta

a) Sueldos en Ventas

El sueldo en ventas corresponde al vendedor que atenderá el local comercial el mismo que se proyecta con la tasa de incremento salarial determinada de 7.64%. Se consideran el Aporte

Patronal 11.15%, IECE 0.5% Y SECAP 0.5%, Fondos de Reserva, 13° Sueldo, 14° Sueldo y Vacaciones.

Tabla 66. Personal de Ventas

| Rubro | Cantidad | Sueldo Nominal |
|--------------|-----------------|-----------------------|
| Vendedor | 1 | 354 |
| TOTAL | 1 | |

Tabla 67. Sueldos en Ventas

| Descripción | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Vendedor | | | | | |
| Mensual | 354,00 | 381,03 | 410,13 | 441,45 | 475,16 |
| Anual | 4248,00 | 4572,40 | 4921,57 | 5297,41 | 5701,94 |
| Aporte Patronal 12.15% | 516,13 | 555,55 | 597,97 | 643,64 | 692,79 |
| Fondos de Reserva | 0,00 | 381,03 | 451,61 | 486,11 | 523,25 |
| 13° Sueldo | 354,00 | 381,03 | 410,13 | 441,45 | 475,16 |
| 14° Sueldo | 354,00 | 375,39 | 398,07 | 422,13 | 447,63 |
| Vacaciones | 177,00 | 190,52 | 205,07 | 220,73 | 237,58 |
| Total Vendedor | 5649,13 | 6455,92 | 6984,42 | 7511,46 | 8078,35 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

b) Gasto Arriendo

Tabla 68. Arriendo local comercial

| Rubro | Costo mensual | Costo Anual |
|--------------------------|----------------------|--------------------|
| Arriendo local comercial | 400,00 | 4.800,00 |
| Total | | 4.800,00 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

c) Otros Gastos

Tabla 69. Arriendo local comercial

| Rubro | Costo mensual | Costo Anual |
|--------------|----------------------|--------------------|
| Publicidad | 120,00 | 1.440,00 |
| Transporte | 48,00 | 576,00 |
| Internet | 20,00 | 240,00 |
| Total | 188,00 | 2.256,00 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.3.2.4. Resumen de Gastos en Ventas

En el resumen de gastos de venta contiene los rubros totales por el sueldo del vendedor y los gastos de arriendo, publicidad, transporte y servicio de Internet los mismos que incrementan con la tasa del 3.8% índice de inflación registrada por el Banco Central del Ecuador.

Tabla 70. Gastos de Venta

| Descripción | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
| Sueldos en Venta | 5.649,13 | 6.455,92 | 6.984,42 | 7.511,46 | 8.078,35 |
| Publicidad | 1.440,00 | 1494,72 | 1551,52 | 1610,48 | 1671,68 |
| Transporte | 576,00 | 597,89 | 620,61 | 644,19 | 668,67 |
| Arriendo (local comercial) | 400,00 | 415,20 | 430,98 | 447,35 | 464,35 |
| Internet | 20,00 | 20,76 | 21,55 | 22,37 | 23,22 |
| Total | 8.085,13 | 8.984,49 | 9.609,07 | 10.235,85 | 10.906,27 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.3.2.5. Gastos financieros

Los gastos financieros corresponden a un préstamo en el Banco Nacional de Fomento por la cantidad de 23.863,34 USD a una tasa de interés del 11,20% anual a cinco años plazo. En la tabla siguiente se observa la tabla de amortización por el monto.

Monto: 23.863,34

Tasa de Interés: 11,20%

Plazo: 5 años

Tabla 71. Tabla de Amortización

| Período | Saldo inicial | Interés | Capital | Saldo final |
|----------------|----------------------|----------------|------------------|--------------------|
| 1 | 23.863,34 | 320,72 | 4.646,09 | 19.217,25 |
| 2 | 19.217,25 | 258,28 | 4.708,53 | 14.508,71 |
| 3 | 14.508,71 | 195,00 | 4.771,82 | 9.736,90 |
| 4 | 9.736,90 | 130,86 | 4.835,95 | 4.900,95 |
| 5 | 4.900,95 | 65,87 | 4.900,95 | 0,00 |
| Total | | 970,73 | 23.863,34 | |

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Elaborado por: La autora

Año: 2015

El resumen de los gastos financieros y por interés y por el pago de la deuda se detalla a continuación. El pago por concepto de interés va disminuyendo año tras año, así en la última cuota por intereses es por 65,87 USD.

Tabla 72. Proyección Gastos Financieros

| Descripción | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Intereses | 320,72 | 258,28 | 195,00 | 130,86 | 65,87 |
| Abono Capital | 4.646,09 | 4.708,53 | 4.771,82 | 4.835,95 | 4.900,95 |

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Elaborado por: La autora

Año: 2015

5.3.2.6. Depreciación de Activos

Los activos se deprecian de acuerdo a los porcentajes establecidos en la Ley del Régimen Tributario Interno, así también se considera mantener un valor residual correspondiente al mismo porcentaje por cada concepto. Se utiliza el método de depreciación de línea recta señalado en el Módulo 17: Propiedades, Planta y Equipos de las NIIF PYMES.

Tabla 73. Porcentajes de depreciación

| Concepto | Valor de compra | Valor residual | Valor residual | Años de vida Útil | Valor depreciable |
|-----------------------|------------------|----------------|-----------------|-------------------|-------------------|
| Planta de Producción | 17.000,00 | 5% | 850,00 | 20 | 16.150,00 |
| Maquinaria y Equipo | 5.174,00 | 10% | 517,40 | 10 | 4.656,60 |
| Muebles y enseres | 642,00 | 10% | 64,20 | 10 | 577,80 |
| Equipo de Computación | 817,34 | 33% | 272,45 | 3 | 544,89 |
| TOTAL | 23.633,34 | | 1.704,05 | | 21.929,29 |

Fuente: Ley del Régimen Tributario Interno

Elaborado por: La autora

Año: 2015

*a) Propiedad Planta y Equipo.***Tabla 74. Planta para la producción**

| Rubro | Unidad de medida | Cantidad | Precio unitario US\$ | Inversión c/rubro US\$ |
|-----------------------------|------------------|----------|----------------------|------------------------|
| Planta de Producción | m2 | 202 | 84,00 | 17.000,00 |
| Inversión inicial | | | | 17.000,00 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Tabla 75. Proyección de Depreciaciones

| Concepto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Planta de Producción | 807,50 | 807,50 | 807,50 | 807,50 | 807,50 |
| Maquinaria y Equipo | 465,66 | 465,66 | 465,66 | 465,66 | 465,66 |
| Muebles y enseres | 57,78 | 57,78 | 57,78 | 57,78 | 57,78 |
| Equipo de Computación | 181,63 | 181,63 | 181,63 | | |
| Total depreciaciones | 1512,57 | 1512,57 | 1512,57 | 1330,94 | 1330,94 |

Fuente: Ley del Régimen Tributario Interno

Elaborado por: La autora

Año: 2015

5.4. Estados Financieros proyectados

5.4.1. Estado de Resultados Integral



Bordados Pakarina Andino Cía. Ltda.
Estado de Resultados Integral
(Expresado en USD dólares)

| Conceptos | 2.016 | 2.017 | 2.018 | 2.019 | 2.020 |
|--|-----------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| Descripción | | | | | |
| Ingresos | | | | | |
| Ventas totales | 122.914,07 | 180.241,30 | 250.691,43 | 336.773,39 | 441.439,15 |
| Total de Ingresos Proyectados | 122.914,07 | 180.241,30 | 250.691,43 | 336.773,39 | 441.439,15 |
| (-) Costos de Producción | | | | | |
| Materia Prima Directa | 39.506,05 | 57.978,72 | 80.706,03 | 108.506,66 | 142.344,77 |
| Mano de Obra Directa | 45.193,06 | 45.191,43 | 48.890,93 | 52.580,21 | 56.548,48 |
| Costos Indirectos de Fabricación | 237,00 | 251,10 | 266,09 | 282,04 | 299,00 |
| Total Costos de Producción | 84.936,11 | 103.421,25 | 129.863,05 | 161.368,91 | 199.192,24 |
| (=) Utilidad o pérdida o bruta proyectada | 37.977,97 | 76.820,05 | 120.828,38 | 175.404,48 | 242.246,91 |
| (-) Gastos Operativos | | | | | |
| (-) Gastos Administrativos | | | | | |
| Gastos de Administración | 13.381,93 | 15.150,60 | 16.269,69 | 17.441,78 | 18.700,41 |
| Total Gastos Administrativos | 13.381,93 | 15.150,60 | 16.269,69 | 17.441,78 | 18.700,41 |
| (-) Gastos de Ventas | | | | | |
| Gastos de venta | 12.705,13 | 13.780,05 | 14.586,86 | 15.402,80 | 16.269,56 |
| Total Gastos de Ventas | 12.705,13 | 13.780,05 | 14.586,86 | 15.402,80 | 16.269,56 |
| (-) Otros Gastos | | | | | |
| (-) Gastos Depreciaciones | 1.512,57 | 1.512,57 | 1.512,57 | 1.330,94 | 1.330,94 |
| (-) Amortización Gastos de Const. | 76,67 | 76,67 | 76,67 | 0,00 | 0,00 |
| Total Otros Gastos | 1.589,24 | 1.589,24 | 1.589,24 | 1.330,94 | 1.330,94 |
| (=) Utilidad o pérdida operacional proyectada | 10.301,67 | 46.300,17 | 88.382,59 | 141.228,96 | 205.945,99 |
| (-) Gastos Financieros | | | | | |
| Intereses | 320,72 | 258,28 | 195,00 | 130,86 | 65,87 |
| Total Gastos Financieros | 320,72 | 258,28 | 195,00 | 130,86 | 65,87 |
| (=) Utilidad o pérdida antes del 15% participación trabajadores | 9.980,94 | 46.041,89 | 88.187,59 | 141.098,10 | 205.880,12 |
| (-) 15% part. Trabajadores | 1.497,14 | 6.906,28 | 13.228,14 | 21.164,72 | 30.882,02 |
| (=) Utilidad antes de IR | 8.483,80 | 39.135,61 | 74.959,45 | 119.933,39 | 174.998,11 |
| (-) 22% IR | 1.866,44 | 8.609,83 | 16.491,08 | 26.385,34 | 38.499,58 |
| (=) Utilidad o pérdida neta proyectada | 6.617,36 | 30.525,78 | 58.468,37 | 93.548,04 | 136.498,52 |

Fuente: Estudio Financiero
 Elaborado por: La autora
 Año: 2015

5.4.2. Estado de Flujo de Efectivo.



Bordados Pakarina Andino Cía. Ltda.

Estado de Flujo de Efectivo (Expresado en USD dolares)

Conceptos

| Descripción | Año Base | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|-----------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| Utilidad o pérdida antes Particip. Trab. | 0 | 9.980,94 | 46.041,89 | 88.187,59 | 141.098,10 | 205.880,12 |
| Capital de Trabajo | 27.755,79 | | | | | |
| Préstamo | 23.863,34 | | | | | |
| (+) Depreciaciones | | 1.512,57 | 1.512,57 | 1.512,57 | 1.330,94 | 1.330,94 |
| (+) Amort. Gtos de Const. | | 76,67 | 76,67 | 76,67 | 0,00 | 0,00 |
| (-) 15% Participación Trab. | | 1.497,14 | 6.906,28 | 13.228,14 | 21.164,72 | 30.882,02 |
| (-) 22% Impuesto a la Renta | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| (-) Amortización Deuda | | 4.646,09 | 4.708,53 | 4.771,82 | 4.835,95 | 4.900,95 |
| Recuperación Capital de Trab. | | | | | | 27.755,79 |
| Flujo Neto de Caja | | 51.619,13 | 36.016,31 | 71.776,87 | 116.428,37 | 171.428,10 |

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.5. Evaluación Financiera

5.5.1. Costo de Oportunidad.

Se procede al cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio o Tasa de Tasa de Redescuento, la misma que será aceptada por el proyecto si es mayor que el Costo de Capital (C_k) o se rechaza si esta es menor. El costo de oportunidad es de 8.40% de acuerdo al siguiente detalle.

Tabla 76. Costo de Oportunidad

| DETALLE | Monto en USD | Porcentaje | Tasa Ponderada | Valor Ponderado |
|-------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|------------------------|
| Inversión propia | 27.755,79 | 54% | 6% | 3,23% |
| Préstamo bancario | 23.863,34 | 46% | 11,20% | 5,18% |
| TOTAL | 51.619,13 | 100% | | 8,40% |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2015

$$Ck = \frac{\text{Valor Ponderado}}{100}$$

$$Ck = 0,0840$$

5.5.2. Tasa de Rendimiento Medio.

$$\text{TRM} = (1 + Ck) (1 + \text{Inflación}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 0,0840) (1 + 0,038) - 1$$

$$\text{TRM} = 12,52\%$$

La Tasa de Rendimiento Medio es de **12.52%** la misma que emplea para el análisis financiero de los siguientes indicadores.

5.5.3. Valor Actual Neto (VAN).

Este indicador nos permite traer los valores del Estado de Resultados Proyectado a una situación actual de tal manera que nos permite comparar el rendimiento del proyecto frente a la inversión actual, el mismo que se acepta si es mayor que cero (0).

Ecuación para el cálculo

$$\text{VAN} = (II) + \frac{FCN}{(1+I)^1} + \frac{FCN}{(1+I)^2} + \frac{FCN}{(1+I)^3} + \frac{FCN}{(1+I)^4} + \frac{FCN}{(1+I)^5}$$

En Donde:

II = Inversión Inicial

FCN = Flujo de Caja Neto

i = Tasa de Rendimiento Medio

Cálculo:

$$(-51.619,13) + \frac{3.560,51}{(1 + 0,1252)^1} + \frac{27.406,48}{(1 + 0,1252)^2} + \frac{55.285,79}{(1 + 0,1252)^3} + \frac{90.043,03}{(1 + 0,1252)^4} + \frac{132.928,52}{(1 + 0,1252)^5}$$

VAN = 85.194,40

Tabla 77. Valor Actual Neto

| Años | Flujos Netos | Tasa Redescuento | Flujos Netos Actualizados |
|--------------|--------------|------------------|---------------------------|
| | | 12,52% | |
| 0 | -51.619,13 | | |
| 2016 | 3.560,51 | 1,125232911 | 1.675,35 |
| 2017 | 27.406,48 | 1,167991762 | 12.641,41 |
| 2018 | 55.285,79 | 1,212375449 | 24.989,34 |
| 2019 | 90.043,03 | 1,258445716 | 39.869,47 |
| 2020 | 132.928,52 | 1,306266653 | 57.637,96 |
| ∑ FNA | | | 136.813,53 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Análisis:

Es factible invertir en el proyecto; ya que, el VAN obtenido es positivo. Esto quiere decir que con una inversión inicial 51.619,13 USD los flujos netos en valor presente nos permiten obtener un rendimiento de 85.194,40 USD.

Criterio de decisión

VAN > 0; Viable

VAN = 0; Indiferente

VAN < 0; No Viable

5.5.4. Tasa Interna de Retorno (TIR).

La tasa Interna de Retorno devuelve la rentabilidad del proyecto durante el tiempo proyectado; es decir, que con el proyecto no se gana ni se pierde pero se recupera la inversión inicial.

Criterios de decisión:

TIR=TMAR el proyecto no representa ningún beneficios o pérdida

TIR>TMAR el proyecto es rentable

TIR<TMAR el proyecto representa pérdida para el inversionista

Cálculo:

$$(-51.619,13) + \frac{3.560,51}{(1 + 0,1252)^1} + \frac{27.406,48}{(1 + 0,1252)^2} + \frac{55.285,79}{(1 + 0,1252)^3} + \frac{90.043,03}{(1 + 0,1252)^4} + \frac{132.928,52}{(1 + 0,1252)^5}$$

$$i = 61,09\%$$

Análisis:

La Tasa Interna de Retorno obtenida de 61.09% es > a 12.52% Tasa de Rendimiento. Se acepta la inversión de proyecto.

5.5.5. Período de Recuperación de la Inversión.

Permite conocer el tiempo en que se recupera el 100% de la inversión inicial con los flujos de efectivo proyectados para cada período.

Tabla 78. Período de recuperación de la Inversión

| Año | Flujos de Efectivo Actualizados | Flujos Netos Acumulados | Inversión |
|------|---------------------------------|-------------------------|-----------|
| 0 | | | 51.619,13 |
| 2016 | 1.675,35 | 1.675,35 | |
| 2017 | 12.641,41 | 14.316,76 | |
| 2018 | 24.989,34 | 39.306,10 | |
| 2019 | 39.869,47 | 79.175,57 | |
| 2020 | 57.637,96 | 136.813,53 | |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2015

$$15.992,76 = \sum 1+2 \text{ años}$$

$$51.619,13 = \text{Inversión}$$

$$51.619,13 - 15.992,11 = 35.627,02 \text{ año}$$

$$39.306,10/12 = 3.275,50 \text{ meses}$$

$$35.627,02/3.275,50 = 10,87 \text{ meses}$$

$$0,876791*30 = 9,92 \text{ Días}$$

Análisis:

Se recupera la inversión en 2 años, 10 meses y 9 días; es decir, se recupera la inversión dentro de los 5 años para los que se proyectó el estudio.

5.5.6. Relación Costo Beneficio (C/B).

Nos indica el rendimiento que genera el proyecto por cada dólar invertido.

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{\sum \text{FNE Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{136.813,53}{51.619,13}$$

$$\text{Beneficio Costo} = \$ 2,65$$

Criterios de decisión:

El análisis de este indicador se efectúa en base a lo siguiente:

C/B > 1 Viable

C/B = 1 Indiferente

C/B < 1 No Viable

Análisis:

Por cada dólar invertido se obtienen **1,65** USD de rendimiento por lo tanto el proyecto es viable.

5.5.7. Relación Ingresos – Egresos.

Tabla 79. Relación Ingresos - Egresos

| Años | Ingresos | Egresos | Tasa de Redescuento | Ingresos Actualizados | Egresos Actualizados |
|--|-----------------|----------------|----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| 2015 | 122.914,07 | 112.933,13 | 1,125232911 | 138.306,96 | 127.076,08 |
| 2016 | 180.241,30 | 134.199,41 | 1,167991762 | 210.520,36 | 156.743,80 |
| 2017 | 250.691,43 | 162.503,83 | 1,212375449 | 303.932,13 | 197.015,66 |
| 2018 | 336.773,39 | 195.675,29 | 1,258445716 | 423.811,03 | 246.246,73 |
| 2019 | 441.439,15 | 235.559,02 | 1,306266653 | 576.637,24 | 307.702,90 |
| ∑ Ingresos y Egresos Actualizados | | | | 1.653.207,72 | 1.034.785,17 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2015

$$\text{CIB} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{CIB} = \frac{1\,653.207,72}{1\,034.785,17}$$

$$\text{CIB} = \$ 1,60$$

Análisis:

Se acepta el proyecto porque por cada dólar en egresos se obtiene un superávit de \$0,60 centavos de dólar.

5.5.8. Punto de Equilibrio.

El Punto de Equilibrio permite determinar el número de unidades que se deben producir y vender para no incurrir en pérdidas y cubrir todos los rubros de costos y gastos en cada año de vida del proyecto. Los socios esperan recuperar el costo del bien inmueble por 17.000 USD considerado en el presupuesto como planta de producción.

Tabla 80. Punto de Equilibrio

| Descripción | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Unidades producidas | | | | | |
| Blusas | 4.551 | 6.439 | 8.639 | 11.195 | 14.156 |
| Bolsos | 4.300 | 6.070 | 8.127 | 10.510 | 13.261 |
| Ingresos | 122.914,07 | 180.241,30 | 250.691,43 | 336.773,39 | 441.439,15 |
| Total Ingresos | 122.914,07 | 180.241,30 | 250.691,43 | 336.773,39 | 441.439,15 |
| Costos Fijos | | | | | |
| Mano de Obra Directa | 45.193,06 | 45.191,43 | 48.890,93 | 52.580,21 | 56.548,48 |
| Gasto Sueldo Administrativo | 11.986,33 | 13.701,96 | 14.766,01 | 15.880,96 | 17.080,28 |
| Gasto Suministros de Oficina | 291,60 | 302,68 | 314,18 | 326,12 | 338,51 |
| Gasto Suministros de Limpieza | 648,00 | 672,62 | 698,18 | 724,71 | 752,25 |
| Gasto Servicios Básicos | 306,00 | 317,63 | 329,70 | 342,23 | 355,23 |
| Gasto Manten. De maquinaria | 150,00 | 155,70 | 161,62 | 167,76 | 174,13 |
| Gasto Arriendo del Local | 4.800,00 | 4.982,40 | 5.171,73 | 5.368,26 | 5.572,25 |
| Gasto Sueldo Ventas | 5.649,13 | 6.455,92 | 6.984,42 | 7.511,46 | 8.078,35 |
| Publicidad | 1.440,00 | 1.494,72 | 1.551,52 | 1.610,48 | 1.671,68 |
| Mov. y Transporte | 576,00 | 597,89 | 620,61 | 644,19 | 668,67 |
| Gastos financieros | 320,72 | 258,28 | 195,00 | 130,86 | 65,87 |
| Depreciación | 1.512,57 | 1.512,57 | 1.512,57 | 1.330,94 | 1.330,94 |
| Amortización Gastos de Const. | 76,67 | 76,67 | 76,67 | 0,00 | 0,00 |
| Total Costos Fijos | 72.950,08 | 75.720,47 | 81.273,13 | 86.618,18 | 92.636,65 |
| Costos Variables | | | | | |
| Materia Prima Directa | 39.506,05 | 57.978,72 | 80.706,03 | 108.506,66 | 142.344,77 |
| Costos Indirectos de Fabricación | 237,00 | 251,10 | 266,09 | 282,04 | 299,00 |
| Total Costos Variables | 39.743,05 | 58.229,82 | 80.972,12 | 108.788,70 | 142.643,76 |
| Costo Total | 112.693,13 | 133.950,29 | 162.245,25 | 195.406,88 | 235.280,41 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Fórmulas Punto de Equilibrio

a) Punto de Equilibrio en Cantidad

$$PE = \frac{CF + I}{PV - CVu}$$

PE = 13.099 unidades

b) *Punto de Equilibrio en Dólares*

$$PE - \$ = \frac{CF + I}{1 - \frac{CVu}{PV}}$$

PE - \$ = 132.418,78 USD

Tabla 81. Punto de Equilibrio en Unidades y Dólares

| Descripción | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Punto de Equilibrio Unidades | 13.099 | 7.667 | 7.926 | 8.137 | 8.384 |
| Punto de Equilibrio (USD) | 132.418,78 | 136.422,94 | 144.557,09 | 152.405,89 | 161.258,71 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Análisis:

La microempresa necesita generar 132.418,78 USD durante el primer año de funcionamiento para recuperar sus costos y gastos. Un volumen de 13.099 unidades permite cubrir este monto durante el año 1. En este nivel de producción la empresa no gana ni pierde.

5.5.9. Resumen de análisis financiero.

Tabla 82. Resumen de análisis financiero

| Indicador | Siglas | Resultado | Viabilidad |
|---|--------|---------------------------|------------|
| Tasa de Rendimiento Medio | TRM | 12,52% | (+) |
| Valor Actual Neto | VAN | 85.194,40 | (+) |
| Tasa Interna de Retorno | TIR | 61,09% | (+) |
| Periodo de Recuperación de la Inversión | PRI | 2 años, 10 meses y 9 días | (+) |
| Costo Beneficio | C/b | 2,65 | (+) |
| Relación Ingresos – Egresos | CIB | 1,60 | (+) |
| Punto de Equilibrio en Dólares | PE | 132.418,78 | (+) |
| Punto de Equilibrio en Unidades | PE | 13.099 | (+) |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Análisis:

De acuerdo a las condiciones que exige cada uno de los Indicadores de Evaluación Financiera se acepta el proyecto como factible para la inversión; ya que, todos los índices son favorables.

5.6. Conclusiones del Estudio Financiero

- El Valor Actual Neto (VAN) del proyecto igual a 85.194,40 > 0 significa que los flujos proyectados traídos a su valor presente nos permiten recuperar el monto de la inversión inicial en el año 0. Esto reafirma la Tasa Interna de Retorno (TIR) en el proyecto igual a 61.09% > a 12.52% la Tasa de Rendimiento Medio o Redescuento lo que indica que el proyecto devuelve la inversión inicial a una tasa mayor a la del mercado.
- La Relación Ingreso – Egresos 1,60 es aceptable; ya que, por cada dólar en calidad de egresos generados se tiene 0,60 USD de utilidad, por otro lado el indicador Beneficio Costo (B/c) igual a 2,65 indica beneficios de 1,65 USD por cada dólar invertido. Por estos aspectos la inversión es recuperable dentro de los tres primeros años de vida útil proyectados.
- El número de unidades que se requiere para mantener un equilibrio entre ingresos y costos totales es de 13.099 unidades, las mismas que están dentro de la capacidad de producción de la maquinaria instalada, esto significa generar ingresos por 132.418,78 USD para cubrir los gastos generados sin obtener superávit en el ejercicio.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. De la Microempresa

6.1.1. Conformación Jurídica.

La constitución de la microempresa será bajo las características de una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), por sus características. El número de socios será mínimo de 2 personas y no excederá de 50. Las socias iniciales serán Rosa Báez y Evelyn Pasaguayo, a las mismas pueden unirse más socios considerando el incremento del capital. Por mutuo acuerdo de todos los socios, la administración de la microempresa estará bajo la responsabilidad de una sola persona que actuará en calidad de administrador.

El nombre de la microempresa estará acompañado de las palabras Compañía Limitada o por sus abreviaturas “Cía. Ltda.”.

6.1.2. Nombre o Razón Social.

La Microempresa de productos bordados en punto de cruz se denomina “***Bordados Pakarina Andino***”. Este nombre fue inspirado en la gente kwichua Otavaleña que se encuentra asentada en sus alrededores. También se ha tomado en cuenta que Otavalo se caracteriza por sus distintas prácticas sociales, culturales, fiestas, actividades productivas y de comercio por lo que no pueden ser considerados como un grupo homogéneo sino totalmente diversificado, creativo, emprendedor. Por otra parte la palabra “andino” pretende dar realce a toda la región Sierra.

La palabra “**Pakarina**” traducida al dialecto castellano significa “**Amanecer**”, es una palabra sencilla y fácil de pronunciar y recordar a través de la cual se transmite la paz y la belleza de la naturaleza en las primeras horas al despertar el día. Seguida la palabra.

“**Andino**” atribuye a que la provincia de Imbabura está encontrarse atravesado por la Cordillera de los Andes denominada también “*Cinturón de Fuego*”, por ser la cadena de montañas y volcanes activos, más grande del mundo.

6.1.2.1. *Imagen corporativa.*



6.1.2.2. *Eslogan.*

“Amanece con nuestra cultura”

El eslogan que identificará a la microempresa se determinó tomando en cuenta que la principal actividad a la que se dedica es la producción de bolsos artesanales bordados en “punto

de cruz”, transmitiendo la cultura, belleza paisajística y el origen mismo de Otavalo, a través de coloridos bordados.

6.1.2.3. Identificación de Símbolos y Colores distintivos.

El colibrí:

El colibrí se lo eligió como logo distintivo de nuestra empresa; ya que, es reconocido como símbolo de otavañelidad por lo que se asemeja a la localidad. Esta pequeña ave se caracteriza por su belleza y libertad a pesar de su tamaño. Su existencia no soporta el cautiverio de las ideas, y la microempresa se siente identificada con este concepto. Además la belleza y colorido de sus plumas tornasol hace referencia a nuestros productos llenos de vida y color.

6.1.2.4. Colores Corporativos.

Los colores que utilizamos son: verde, blanco, negro y dorado.

- a) **El verde:** este color representa la diversidad de flora y fauna de la región y de los alrededores de Otavalo.
- b) **El blanco:** significa un nuevo inicio, emprendimiento y transparencia.
- c) **El negro:** representa elegancia y formalidad, la misma que se verá reflejada en el producto.
- d) **Amarillo dorado:** Es el color del sol y se traduce en emociones como optimismo, felicidad, energía y alegría, también implican promesa y un futuro próspero. En la cultura otavaleña también está asociado con el sol el “Inti Raymi” y sus fiestas como tributos.

6.1.3. Filosofía Empresarial.

6.1.3.1. Misión.

“Cía. Ltda. Bordados Pakarina Andino” es una microempresa dedicada a la elaboración de productos bordados en “punto de cruz”, cuenta con un personal altamente capacitado; dirigidos a turistas nacionales e internacionales que visitan Otavalo, buscando rescatar la identidad cultural y técnicas de elaboración artesanal.

6.1.3.2. Visión.

Bordados Pakarina Andino Cía. Ltda. en un periodo de 5 años será reconocida por ofertar productos bordados novedosos y de calidad a nivel local, nacional e internacional a través de ventas al por menor y mayor.

6.1.3.3. Objetivos Estratégicos.

- a) Constituir una microempresa productora y comercializadora de productos bordados actuando con eficiencia y eficacia ante los requerimientos del mercado.
- b) Reclutar un equipo de trabajo comprometido con el logro de la misión y visión de la microempresa.
- c) Diversificar la oferta de productos bordados mediante la presentación de varios diseños creativos, novedosos y con calidad.
- d) Brindar atención a los clientes con respeto, cordialidad y eficiencia.
- e) Rescatar la identidad cultural en la ciudad de Otavalo a través del bordado en punto de cruz a la vez que fomentar el turismo nacional e internacional.

6.1.3.4. Principios.

- a) **Calidad.-** adoptar la calidad como parte de nuestra cultura corporativa y se convertirá en responsabilidad y compromiso de la institución adoptar prácticas de gestión de calidad.
- b) **Productividad.-** trabajo en equipo y compromiso del talento humano con el cumplimiento de los objetivos institucionales, manteniendo altos niveles de producción con altos estándares de calidad.
- c) **Igualdad.-** guardar los principios de igualdad en el trato al personal, en la oferta de productos con las mismas características con respecto a la calidad y el trato justo hacia todos los clientes.
- d) **Mejora continua.-** actuar de manera comprometida con la filosofía institucional y con el afán de aportar a la mejora continua y crecimiento de la misma.

6.1.3.5. Valores.

- a) **Honestidad.-** actuar de manera transparente haciendo prevalecer los intereses colectivos antes que los individuales.
- b) **Lealtad.-** guardar estricta confidencia con la empresa, velar por el buen nombre de la institución y aportar con ideas para mejorar la calidad de la misma.
- c) **Respeto.-** aceptar los derechos y obligaciones de las demás personas como seres humanos sin importar sus diversas condiciones.
- d) **Solidaridad.-** ayudar y cooperar a los compañeros cuando lo requieran para alcanzar los objetivos planteados.
- e) **Justicia.-** reconocer a cada quien lo que le corresponde de acuerdo a sus méritos.
- f) **Pertenencia.-** mantener el deseo y la motivación de aportar al desarrollo de la empresa con la capacidad intelectual y física.

- g) Tolerancia.-** respetar a los demás por lo que son y aceptar las diferencias de los demás.
- h) Responsabilidad Institucional.-** comprende el correcto uso de los materiales, demostrar eficiencia y eficacia en el cumplimiento de metas y objetivos institucionales.
- i) Convivencia.-** recurrir siempre al diálogo como el principal instrumento para resolver conflictos que sean el resultado de las diferencias existentes entre las personas.
- j) Imparcialidad.-** en lo laboral el trato será el mismo para todos los colaboradores y en la prestación de servicios se aplicará la legalidad y justicia en el trato a los clientes.

6.1.3.6. Políticas Administrativas y Contables.

- a)** Se seguirá una sistemática de mejora continua en los procesos para aumentar los niveles de eficacia y eficiencia.
- b)** Medición periódica del logro en los objetivos estratégicos.
- c)** Evaluación constante de la calidad de los productos.
- d)** Innovación constante y creación de nuevos productos.
- e)** Selección del personal de acuerdo al perfil requerido para desempeñar el cargo.
- f)** Revisión constante del funcionamiento de las máquinas y mantenimiento oportuno.
- g)** La contabilidad se llevará bajo los lineamientos de las NIIF para PYMES.
- h)** Registro ordenado y cronológico de los documentos que se generen en las transacciones de la entidad.
- i)** Mantener los inventarios de materia prima con cantidades mínimas requeridas nunca en cero.
- j)** El control de inventario de materia prima y productos terminados se realizará mensualmente bajo el método de promedio ponderado.
- k)** Se dispondrá de información financiera cada fin de mes y cuando el gerente lo requiera, además que esta información será de uso exclusivo del mismo.

l) Esta política será de cumplimiento de todo el personal y está sujeta a revisiones periódicas para adecuar a la situación presente.

6.1.3.7. Políticas de ventas.

a) Fijar los precios de productos de acuerdo a los establecidos en el mercado por la competencia.

b) Buscar estrategias de comercialización en el mercado; así como identificar aliados para elevar los niveles de producción y rentabilidad.

c) Capacitación constante los trabajadores sobre la importancia de elaborar productos de calidad y de brindar atención al cliente con eficiencia y eficacia.

d) Persistencia en la publicidad a través de redes sociales.

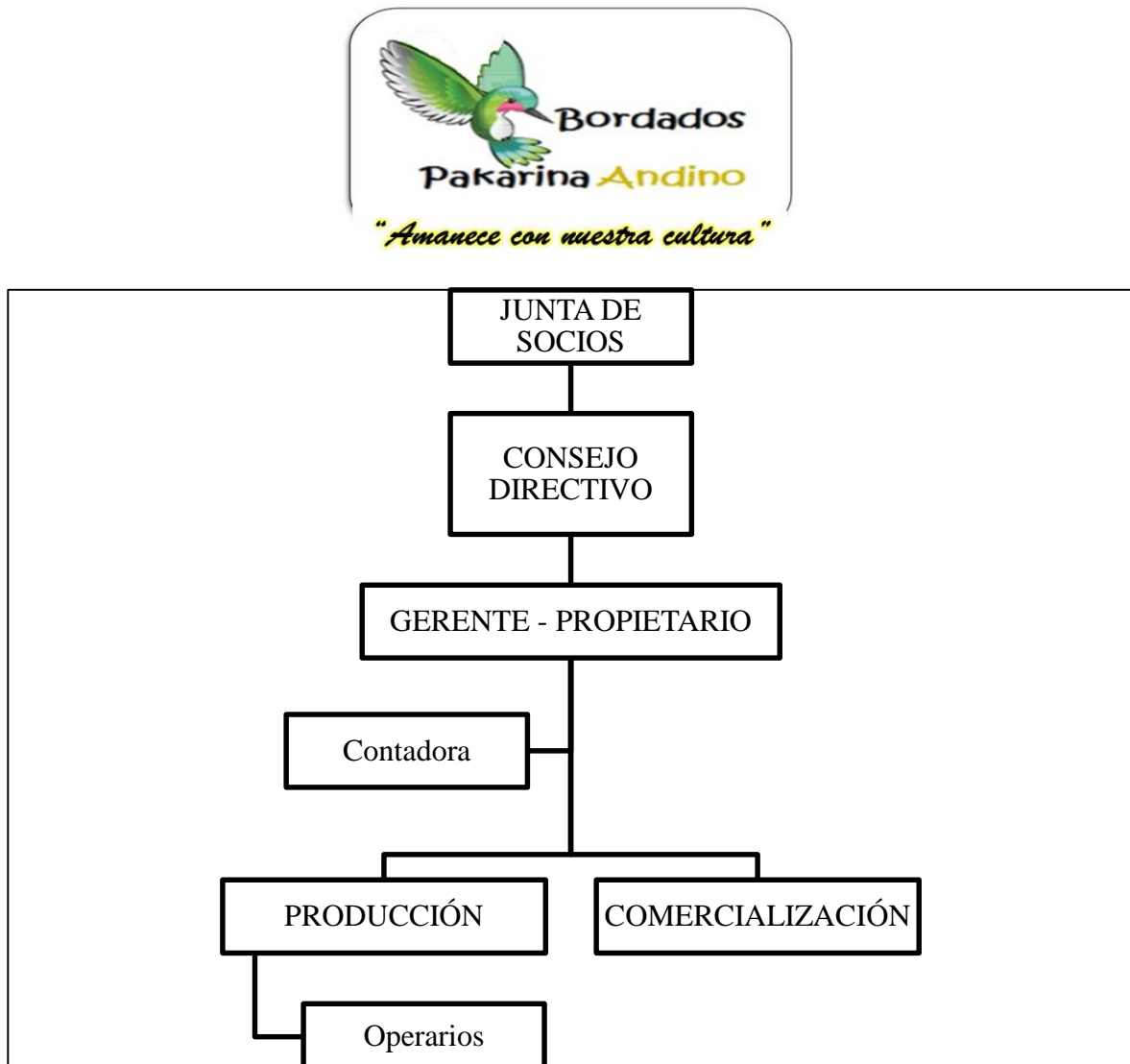
e) El cliente deberá cancelar su pedido para efectuar la venta, en caso de ventas a crédito el plazo máximo de pago será de 15 contados desde la entrega de la mercadería.

f) Se realizarán descuentos de acuerdo al monto al volumen al que hacienda la mercadería. En tal caso será proporcional a la venta realizada.

g) No se aceptaran devoluciones una vez que la mercadería salga del local comercial.

6.1.4. Estructura Administrativa.

Gráfico 19: Gobierno Corporativo de la Bordados Pakarina Andino Cía. Ltda.




Elaborado por: La Autora
Año: 2015

6.1.4.1. Manual de Funciones


Los manuales de funciones se establecen para las unidades:

- Administrativas: Gerente y Contadora.
- Producción: Jefe de Producción y Operarios.
- Comercialización: Ventas


Cuadro 1. Manual de funciones Gerente

| | | | |
|---|--|---|------------------------|
|  | | Bordados Pakarina Andino Cía. Ltda. Manual de Funciones Unidad: Administrativa | |
| Nombre del Cargo: Gerente Administrativo | | | |
| Perfil: | | <ul style="list-style-type: none"> • Integridad • Autocontrol • Respeto • Independencia • Liderazgo • Responsabilidad • Puntualidad | |
| Funciones y Responsabilidades: | | <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar las demás dependencias. • Desarrollar estrategias y proyecciones de organización. • Analizar aspectos financieros y tomar decisiones. • Controlar la disciplina del personal. • Evaluar el rendimiento operativo. • Liderar y presidir las reuniones e informar sobre actividades a su cargo. • Plantear soluciones a las problemáticas que se presenten con el personal. • Evaluar periódicamente la gestión de la empresa. • Coordinar los servicios administrativos de adquisición y suministro materiales de oficina y aseo. • Administrar los bienes muebles e inmuebles de la Empresa. • Efectuar el desempeño del personal a su cargo. • Velar por el cumplimiento de las disposiciones en materia de seguridad y protección de las instalaciones y equipos. • Velar por el cumplimiento de normativas internas y buenas prácticas relacionadas con la seguridad y salud laboral. | |
| Perfil Profesional: | | <ul style="list-style-type: none"> • Título Universitario en Administración de empresas, Economía o afines. • Experiencia mínima de tres años en cargos similares. • Sólidos conocimientos de Economía, y tener cursos relacionados al cargo. | |
| Elaborado por: | | Revisado por: | Autorizado por: |
| | | | |


Cuadro 2. Manual de Funciones Contador

| | | |
|--|---|------------------------|
|  <p>Bordados Pakarina Andino Cía. Ltda. Manual de Funciones Unidad: Administrativa</p> | | |
| Nombre del Cargo: Contadora | | |
| Perfil: | <ul style="list-style-type: none"> • Disciplina • Tolerancia • Integridad • Puntualidad • Independencia • Confidencialidad | |
| Funciones y Responsabilidades: | <ul style="list-style-type: none"> • Planificar y coordinar funciones contables y tributarias. • Consolidación de los Estados Financieros. • Ejecutar políticas contables y Normas Internacionales de Información Financiera para PYMES. • Elaborar estados financieros mensuales o cuando lo requiera la gerencia, con información oportuna y verídica. • Verificar y depurar cuentas contables. • Llevar registros contables. • Realizar las declaraciones tributarias dentro de los plazos. • Revisar y comparar gastos mensuales. • Llenar facturas y documentos contables. • Elaboración de Estados Financieros anuales. | |
| Perfil Profesional: | <ul style="list-style-type: none"> • Título Universitario en Contabilidad. • Experiencia mínima de dos años. • Experiencia en elaboración de estados financieros y balances. • Experiencia en el manejo de procesos contables. | |
| Elaborado por: | Revisado por: | Autorizado por: |


Cuadro 3. Manual de Funciones Jefe de Producción

| | | |
|--|--|------------------------|
|  <p style="text-align: center;">Bordados Pakarina Andino Cía. Ltda. Manual de Funciones Unidad: Producción</p> | | |
| Nombre del Cargo: Jefe de Producción | | |
| Perfil: | <ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Respeto • Disciplina • Tolerancia • Integridad • Independencia • Puntualidad | |
| Funciones y responsabilidades: | <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar la calidad y demás especificaciones de materia prima que ingresa a bodega. • Realizar reportes semanalmente para la gerencia sobre los inventarios. • Realizar solicitudes de compra para el abastecimiento de materia prima. • Supervisar la producción de los operarios. • Atender los requerimientos de compra y venta • Verificar el correcto funcionamiento de las máquinas. • Resolver conflictos generados entre los empleados a su cargo. | |
| Perfil Profesional: | <ul style="list-style-type: none"> • Tener título universitario en Administración o título de Artesano • Experiencia en manejo de microempresas • Experiencia mínima de 2 años en producción artesanal • Experiencia en el manejo de personas | |
| Elaborado por: | Revisado por: | Autorizado por: |


Cuadro 4. Manual de Funciones Costurera

| | | |
|--|--|------------------------|
|  <p style="text-align: center;">Bordados Pakarina Andino Cía. Ltda. Manual de Funciones Unidad: Producción</p> | | |
| Nombre del Cargo: Operario: Costurera | | |
| Perfil: | <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Integridad • Respeto • Disciplina • Honradez | |
| Funciones y Responsabilidades | <ul style="list-style-type: none"> • Confección de prendas de vestir en máquina industrial. • Conocer el funcionamiento de máquinas de coser industriales. • Lubricar y dar mantenimiento a la maquinaria a su cargo. • Socializar con las demás personas que intervengan en la producción. • Cumplir con los requerimientos de producción diarios. • Cuidado adecuado de los cortes para la confección que están bajo su responsabilidad. | |
| Perfil Profesional: | <ul style="list-style-type: none"> • Tener título de bachiller o certificado de estudios en corte y confección. • Experiencia en confección de prendas de vestir. • Experiencia en el manejo de máquinas de coser industriales. | |
| Elaborado por: | Revisado por: | Autorizado por: |

Cuadro 5. Manual de Funciones Bordadora

| | | | | | |
|---|--|--|---|------------------------|--|
|  | | | Bordados Pakarina Andino Cía. Ltda. Manual de Funciones Unidad: Producción | | |
| Nombre del Cargo: Operario: Bordadora | | | | | |
| Perfil: | | <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Integridad • Respeto • Disciplina • Honradez • Independencia | | | |
| Funciones y Responsabilidades | | <ul style="list-style-type: none"> • Su función principal es bordar las prendas de vestir y demás productos haciendo uso de la técnica “punto de cruz”. • Cumplir con los requerimientos de producción diarios • Uso adecuado de los materiales entregados. • Cuidado adecuado de las prendas y otros productos semi elaborados entregados bajo su responsabilidad | | | |
| Perfil Profesional: | | <ul style="list-style-type: none"> • Tener título de bachiller o certificado artesanal. • Experiencia en producción artesanal. • Dominar técnicas de bordado. | | | |
| Elaborado por: | | Revisado por: | | Autorizado por: | |
| | | | | | |

Cuadro 6 Manual de Funciones Vendedor

| | | |
|--|---|------------------------|
|  <p style="text-align: center;">Bordados Pakarina Andino Cía. Ltda. Manual de Funciones Unidad: Comercialización</p> | | |
| Nombre del Cargo: Vendedor | | |
| Perfil: | <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Integridad • Respeto • Disciplina • Honradez • Independencia • Empatía | |
| Funciones y Responsabilidades: | <ul style="list-style-type: none"> • Atender el local comercial con responsabilidad. • Brindar atención a los clientes de manera cordial • Atender los requerimientos de los clientes en el almacén • Apego a las políticas de venta y crédito de la institución • Mantener el orden de las mercaderías y las perchas llenas. • Atender en caja. • Llenar facturas y comprobantes de venta. • Mantener la limpieza del local. | |
| Perfil Profesional: | <ul style="list-style-type: none"> • Tener título de bachiller o título universitario en marketing y ventas. • Experiencia en el manejo de términos publicitarios. • Experiencia mínima de un año en cargos afines (contabilidad o administración). | |
| Elaborado por: | Revisado por: | Autorizado por: |
| | | |

6.1.5. Derechos y obligaciones.

6.1.5.1. De la Junta de Socios.

La Junta de Socios es el órgano supremo de la institución y de conformidad a lo dispuesto en la Ley de Compañías tienen como funciones principales las siguientes:

- Nombrar el Presidente, Vicepresidente y vocales principales y suplentes.
- Designar al Gerente General
- Designar a un Comisario principal con su respectivo suplente.
- Conocer y pronunciarse sobre el Balance General, la cuenta de Pérdidas y Ganancias, y los Informes referente a los negocios sociales y adoptar sobre dichos informes las resoluciones correspondientes.
- Resolver acerca de la distribución de utilidades.
- Acordar el Aumento o disminución del capital, fusión, transformación, escisión, cambio de denominación o de domicilio, disolución voluntaria, y, en general, cualquier modificación al estatuto social.

6.1.5.2. Derechos de los socios

De conformidad a lo dispuesto por la Ley de Compañías son derechos de los socios las siguientes:

- A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de su representante;
- A percibir los beneficios que le correspondan, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;
- A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;

- A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;
- A no ser obligados al aumento de su participación social.
- Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales;
- A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios;
- A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercerá sólo cuando causas graves como actos ilegales lo hagan indispensable.
- A pedir convocatoria de la Junta General siempre el solicitante mantenga aportaciones representen no menores a la décima parte del capital social; y,
- A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social.

6.1.5.3. Obligaciones de los socios

- Pagar a la compañía la participación suscrita dentro de los plazos establecidos.
- Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;
- Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración; Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;
- Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social.

De acuerdo a la Ley de Compañías, Registro Oficial No. 1 de 11 de agosto de 1998.

6.1.6. Control Interno.



Bordados Pakarina Andino Cía. Ltda.

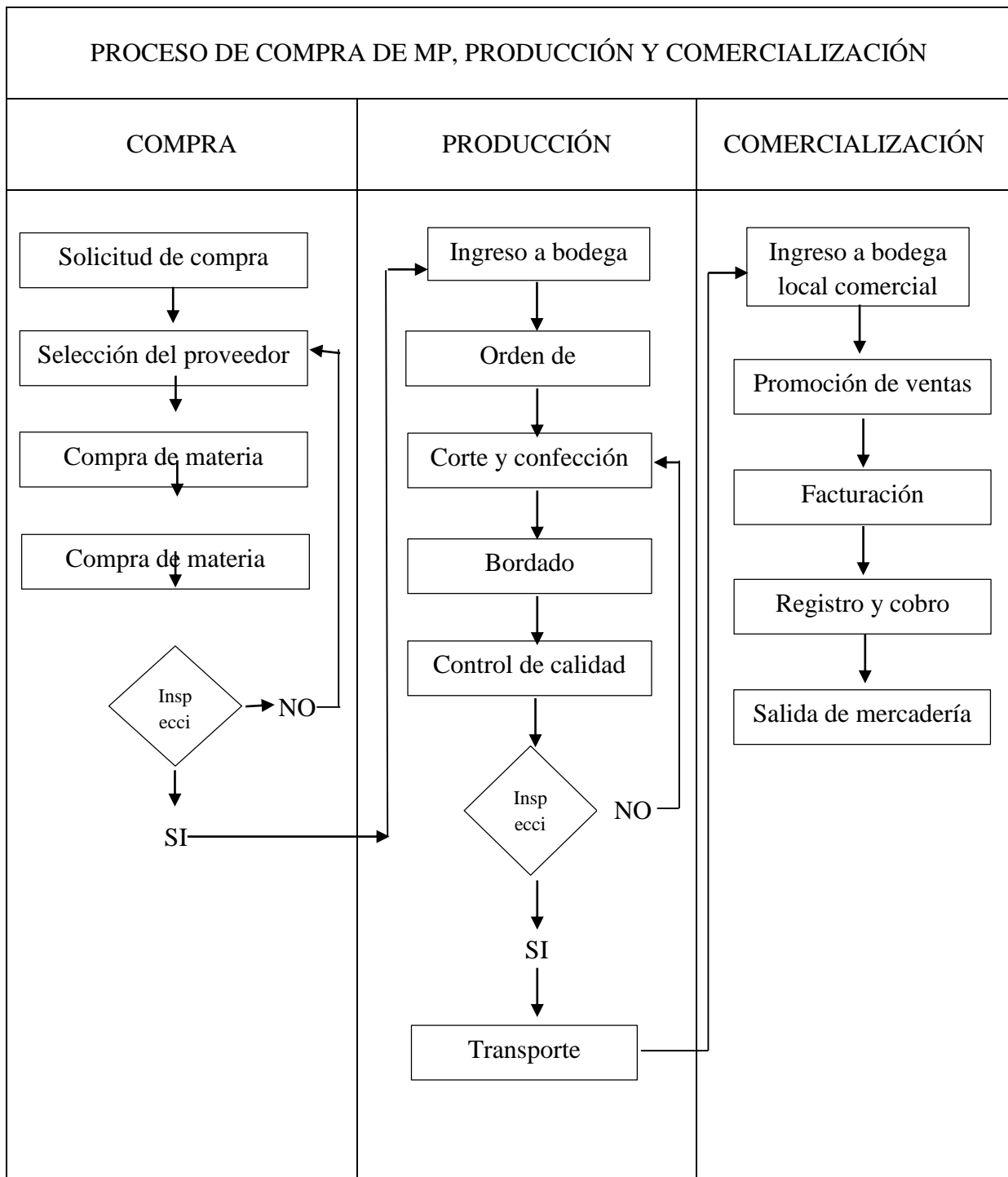
CONTROL INTERNO

Con la finalidad de evaluar el logro de las metas propuestas se elabora el siguiente manual de control interno para dar seguimiento a las actividades internas de la empresa, el mismo que será aplicado por todas las áreas tanto administrativa, operativa y comercial de manera correspondiente.

- Llevar un adecuado control del inventario de materias primas y productos terminados.
- Registrar todas las entradas y salidas de materia prima y de productos terminados, en el momento en el que se realice la transacción.
- Atender los requerimientos de materia prima así como dar tratamiento adecuado a los faltantes.
- Realizar constataciones físicas de inventario de manera periódica y en otras ocasiones de manera sorpresiva.
- Designar una persona responsable del control de bodega.
- Contar con una base de datos actualizada de proveedores.
- Llevar un registro histórico de los clientes.
- Realizar depósitos bancarios de lo recaudado en el día.

- Contar con un fondo de caja chica para atender requerimientos imprevistos.
- Mantener un archivo ordenado de forma cronológica de todos los documentos generados por la entidad.
- Llevar un registro oportuno de las transacciones y hechos económicos generados diariamente.
- Almacenar la materia prima en el lugar preestablecido con la finalidad de precautelar en buen estado.
- Monitorear periódicamente el correcto funcionamiento de las maquinarias y equipos.
- Llevar un registro detallado de los pedidos que realicen los clientes.
- Pagar oportunamente las obligaciones con terceros de acuerdo a los plazos concedidos para mantener buenas relaciones con los mismos.
- Verificar la existencia de las firmas correspondientes para realizar pagos con cheques.
- Entregar informes mensuales al departamento de producción, el financiero y de ventas.
- Generar los estados de información financiera con información verdadera e integral.
- Realizar conciliaciones bancarias de forma mensual.

6.1.7. Flujogramas de procedimientos.



Elaborado por: la autora

Año: 2015

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. Reconocimiento de los Impactos

Una vez desarrollado los capítulos anteriores se determina que el proyecto es factible y que tiene capacidad para soportar variaciones inflacionarias, ahora corresponde realizar un estudio de impactos en aspectos: social, cultural, económico, comercial y educación. A continuación se elabora una matriz de impactos en donde se identifican también las variables de los mismos. Estos van a ser sometidos a evaluación de acuerdo a la siguiente escala:

Tabla 83. Nivel de Impactos

| Nivel de impactos | | | | | | |
|-------------------|----------|----------|---------|----------|----------|----------|
| -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Impacto | Impacto | Impacto | No hay | Impacto | Impacto | Impacto |
| alto | medio | bajo | impacto | bajo | medio | alto |
| negativo | negativo | negativo | | positivo | positivo | positivo |

Elaborado por: La autora
Año: 2015

7.1.1. Valoración de impactos

Para valorar numéricamente el grado de impacto que causa el proyecto es necesario tomar en cuenta la siguiente ecuación matemática:

Fórmula:

$$\text{Valoración del impacto: } \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$$

7.1.2. Evaluación de impactos.

7.1.2.1. Impacto Social.

Indicadores:

- Calidad de vida
- Nivel de vida
- Desarrollo económico
- Bienestar comunitario

Tabla 84. Impacto Social

| INDICADORES | VALORACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|-----------------------|------------|----|----|---|---|----------|----------|-----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Calidad de vida | | | | | | | x | 3 |
| Nivel de vida | | | | | | | x | 3 |
| Desarrollo económico | | | | | | x | | 2 |
| Bienestar comunitario | | | | | | x | | 2 |
| TOTAL | | | | | | 4 | 6 | 10 |

Elaborado por: La autora
Año: 2015

$$\text{Valoración del impacto: } \frac{10}{4}$$

$$\text{Valoración del impacto: } 2.5 = 3$$

El impacto social que genera el proyecto es alto positivo, por lo que podemos decir que el presente proyecto creará fuentes de empleo especialmente para artesanos con o sin niveles de escolaridad que hacen del trabajo manual su medio de subsistencia; mejorando así sus niveles de ingresos que se reflejará en un aumento en su calidad de vida, exhibiendo su trabajo

realizado con manos hábiles y destreza que serán reconocidos por turistas nacionales y extranjeros.

7.1.2.2. *Impacto cultural.*

Indicadores:

- Patrimonio cultural
- Habilidad artesanal
- Rescate de costumbres y tradiciones
- Identidad Cultural
- Transferencia de conocimientos

Tabla 85. Impacto Cultural

| INDICADORES | VALORACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|--------------------------------|------------|----|----|---|---|---|---|-----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Patrimonio cultural | | | | | x | | | 1 |
| Habilidad artesanal | | | | | | x | | 2 |
| Costumbres y tradiciones | | | | | | x | | 2 |
| Identidad cultural | | | | | | | x | 3 |
| Transferencia de conocimientos | | | | | | x | | 2 |
| TOTAL | | | | | 1 | 6 | 3 | 10 |

Elaborado por: La autora
Año: 2015

$$\text{Valoración del impacto} = \frac{10}{5}$$

$$\text{Valoración del impacto} = 2$$

El presente estudio muestra que el proyecto genera un impacto medio positivo en el tema cultural. El mismo contribuirá con el rescate del patrimonio cultural y artístico del pueblo otavaleño y sus comunidades aledañas, los mismos que se han ido perdiendo con el paso de los años. Además se aportará con el posicionamiento del mercado artesanal como un referente patrimonial y cultural a nivel nacional partiendo de la conciencia social, el empoderamiento y el compromiso que se pueda manifestar a través de los productos elaborados a mano y embellecidos con sus finos bordados.

7.1.2.3. *Impacto Económico.*

Tabla 86. Impacto Económico

| INDICADORES | VALORACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|------------------------|------------|----|----|---|---|---|---|-----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Nivel de Ingresos | | | | | | x | | 2 |
| Estabilidad Laboral | | | | | | | x | 3 |
| Generación de Empleo | | | | | | | x | 3 |
| Desarrollo empresarial | | | | | | x | | 2 |
| TOTAL | | | | | | 4 | 6 | 10 |

Elaborado por: La autora
Año: 2015

$$\text{Valoración del impacto} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Valoración del impacto} = 2.5 = 3$$

De acuerdo a la evaluación obtenemos una puntuación de alta positiva en lo que se refiere al aspecto económico; es decir, El proyecto pretende alcanzar altos niveles de rentabilidad, dinamizará el trabajo de personas que confeccionan estas manualidades, a través del

incremento de la eficiencia y disminución de costos operacionales en el sistema productivo. Con esta actividad se logrará mayor competitividad que nos permita un mejor posicionamiento del producto en el mercado otavaleño.

7.1.2.4. *Impacto Empresarial*

Tabla 87. Impacto Empresarial

| INDICADORES | VALORACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|-----------------------------|------------|----|----|---|---|---|---|-----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Cumplimiento de leyes | | | | | | | x | 3 |
| Satisfacción de necesidades | | | | | | | x | 3 |
| Competencias | | | | | | x | | 2 |
| Imagen corporativa | | | | | | x | | 2 |
| TOTAL | | | | | | 4 | 6 | 10 |

Elaborado por: La autora
Año: 2015

$$\text{Valoración del impacto} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Valoración del impacto} = 2.5 = 3$$

Este proyecto genera un impacto empresarial positivo alto, ya que; es una microempresa cuya constitución se apega a todo el cuerpo legal que lo rige. Además es una institución que busca satisfacer a los clientes brindados productos de calidad, innovados y atractivos. Otro aspecto importante es identificar a la competencia con la finalidad de plantear estrategias que nos permitan ir un paso más adelante que ellos.

7.1.2.5. *Impactos en la Educación.*

Tabla 88. Impactos en la Educación

| INDICADORES | VALORACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|-----------------------------|------------|----|----|---|---|---|-----|----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Investigación | | | | | | | x | 3 |
| Generación de conocimientos | | | | | | | x | 2 |
| Modelos de gestión | | | | | | | x | 3 |
| TOTAL | | | | | | | 2 6 | 8 |

Elaborado por: La autora
Año: 2015

$$\text{Valoración del impacto} = \frac{8}{4}$$

$$\text{Valoración del impacto} = 2.67 = 3$$

El presente proyecto reúne en todos los capítulos que lo conforman datos encontrados después de haber realizado un profundo estudio diferentes aspectos como demográfico, poblacional, de oferta de demanda del sector artesanal, también de las encuestas aplicadas en la Plaza de los Ponchos se ha obtenido datos importantes sobre el mercado artesanal, los mismos que servirán de base para otros estudios. De esta manera el proyecto genera un impacto alto positivo en la educación.

7.1.2.6. *Impacto ambiental*

Tabla 89. Impactos al medio ambiente

| INDICADORES | VALORACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|------------------------------------|------------|----|----|---|---|---|---|-----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Generación de desechos | X | | | | | | | -3 |
| Problemas de salud publica | x | | | | | | | -3 |
| Contaminación visual y auditiva | x | | | | | | | -3 |
| TOTAL | -3 | | | | | | | -9 |

Elaborado por: La autora
Año: 2015

$$\text{Valoración del impacto} = \frac{-9}{3}$$

$$\text{Valoración del impacto} = -3$$

La puntuación obtenida de -3 (negativo) se debe interpretar en sentido contrario. El proyecto no genera impactos graves al medio ambiente con respecto a la generación de desechos la materia prima residual del proceso se venderá a quienes realizan muebles para el relleno de los cojines. En cuanto a problemas de salud pública el tratamiento es diferente a comparación con un local de alimentos o productos perecibles, además el proceso no incluye químicos o sustancias que puedan afectar el medio ambiente.

7.1.3. Matriz resumen de impactos.

Tabla 90. Matriz resumen de Impactos Generados

| IMPACTOS GENERADOS | VALORACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|----------------------|------------|----|----|---|---|---|-----|-----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Impacto Social | | | | | | | x | 3 |
| Impacto Cultural | | | | | | | x | 2 |
| Impacto Empresarial | | | | | | | x | 2 |
| Impacto Económico | | | | | | | x | 3 |
| Impacto en Educación | | | | | | | x | 3 |
| Impacto ambiental | X | | | | | | | 3 |
| TOTAL | | | | | | | 4 9 | 16 |

Elaborado por: La autora
Año: 2015

$$\text{Valoración del impacto} = \frac{16}{6}$$

$$\text{Valoración del impacto} = 2.60 = 3$$

En general el proyecto genera un impacto alto positivo, lo cual quiere decir que la implantación para la producción y comercialización de productos bordados en punto de cruz es aceptable en todos los aspectos evaluados. En primer lugar porque abre oportunidades de trabajo artesanal, se constituye bajo todos los requisitos de ley para su correcto funcionamiento y adoptando medidas de seguridad necesarias. También contribuye con el sector de la economía del cantón Otavalo y apoya el fortalecimiento de las actividades comerciales en la zona, promoviendo al mismo tiempo el rescate de la cultura otavaleña.

CONCLUSIONES

- El estudio de diagnóstico situacional realizado permitió conocer que la ciudad de Otavalo es estratégicamente comercial y turística por sus bellos paisajes, lagos, lagunas, gastronomía, cultura; aspectos que atraen la atención de miles de turistas nacionales e internacionales que llegan con la finalidad de comprar artesanías lo cual genera desarrollo para la ciudad y el país.
- El presente proyecto se contribuye a mejorar la calidad de vida, estabilidad laboral, generar rendimientos económicos y promueve el turismo en el sector y por lo tanto todo el aparato comercial se dinamiza activando una cadena de productos y venta de servicios.
- Existe un amplio mercado insatisfecho de productos bordados y la microempresa tienen capacidad de captación del 12% del mismo, por lo que la decisión de elaborar productos bordados exige ofrecer calidad, variedad, originalidad y precios accesibles.
- El proceso de producción para la elaboración es sencillo y de fácil adaptación para alcanzar los niveles de eficiencia y eficacia requeridos.
- El proyecto es financieramente y económicamente factible en términos monetarios. Los flujos de ingresos y gastos proyectados reflejan que el proyecto generará rendimientos a una tasa mayor que la existente en el mercado. Además la inversión es totalmente recuperable.
- Por último es un proyecto que genera una variedad de impactos positivos en aspectos sociales, económicos, crecimiento y desarrollo empresarial y además el tema de educación aporta en la generación de conocimientos. Además no genera ningún tipo de impacto ambiental lo cual hace que la microempresa sea aceptable por la sociedad.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar el proyecto en base a los estudios técnicos, teóricos y financieros realizados, para la comercialización de productos bordados en la ciudad de Otavalo.
- Diseñar un plan de publicidad estratégico que apoye la introducción de los productos al mercado y que permita llegar de manera eficiente a los consumidores.
- Recurrir a las ayudas del Gobierno para buscar financiamiento y gozar de beneficios como emprendedores productivos a través de programas como “Ecuador ama la vida” y “All you need is Ecuador”.
- A medida que la microempresa genere rentabilidad, diversificar la producción introduciendo nuevos productos con características de calidad a precios de acuerdo a la competencia existente.
- Garantizar calidad y características de creatividad e innovación en el mercado y ofertar artesanías a precios que vayan acorde a la capacidad adquisitiva.
- Participar de los programas organizados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Otavalo para fomentan el turismo en la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- Anzola, S. (2010). *Como dirigir una pequeña Empresa*. (3ª Edición ed.): MC Graw Hill.
- Acebo, A.M. y Sánchez Hernández, P. F. (2010). *Estudio de Factibilidad Para la creación de una empresa asociativa para ofertar turismo artesanal en la ciudad de Otavalo*. Tesis de ingeniera grado obtenido no publicada, Universidad Técnica del Norte. Ibarra.
- Arellano, R. (2010) *Marketing: Enfoque América Latina*. Prentice Hall.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. MC Graw Hill.
- Bravo, M. (2011). *Contabilidad General*. Quito: Nuevo Día.
- Casado, A. y Seller, R. (2010). *Introducción al Marketing España*: Editorial Club Universitario.
- Cordoba, M. (2012). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Eliecer, P. H. (2013). *Investigación de Mercados*. Segunda edición. Bogotá
- Groue, A. (2015). *Introducción a la Economía*.
- Lamb, Ch. (2009). *Marketing*. 11ª edición: Cengage Learning.
- Lester, R. y Jackson, E. (2007). *Enciclopedia del Management*. Nueva York, Estados Unidos. MacGraw-Hill.

Meza, J. (2010). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones.

Rico, M. (2012). *Fundamentos Empresariales*, ESIC Editorial.

Rivera, M. (2010). *Administración de proyectos: Guía para el aprendizaje*. Editorial Pearson: Educación.

Varela, R. (2010). *Evolución de Proyectos de inversión*. MC GRAW HILL.

Villagómez, D. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de artesanías elaboradas a base de papel reciclado en la ciudad de Otavalo, Provincia De Imbabura*. Universidad Técnica del Norte, Ibarra.

Lima, R., y (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de la ferretería "Roma" en la ciudad de san Gabriel, cantón Montufar- provincia del Carchi*. Universidad Técnica de Norte. Ibarra.

Tituaña, M. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante gourmet tradicional en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura*. Universidad Técnica del Norte, Ibarra.

WEBGRAFÍA

Banco Central del Ecuador. (2015). *Indicadores Económicos*. Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>

Fundación IASC. (2009). *Material de formación sobre la NIIF para PYMES: Módulo 17, Propiedad, Planta y Equipo*. Recuperado de http://www.ifrs.org/Documents/17_PropiedadesPlantayEquipo.pdf

Código de la Producción, capítulo II, sec. Infracciones tributarias art. 315. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/1-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-pag-37.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo. (2014). *Datos Cantonales de Otavalo*. Recuperado de www.otavalo.gob.ec

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo y Ferrocarriles del Ecuador. (2014, 19,12). *Estudio del perfil de visitantes que llegan a Otavalo con fines turísticos*. Recuperado de <http://www.otavalo.travel/images/pdf-archivos/INFORME%20DE%20INVESTIGACION%20DE%20MERCADO%20-%20PERFIL%20DEL%20TURISTA%20OTAVALO.pdf>

Junta Nacional de Defensa del Artesano. (2008, 05, 14). *Ley de Defensa del Artesano* (Supl. 20 de septiembre de 2008.) Recuperado de http://www.artesanos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/ley_defensa_artesano.pdf

MARIN, Y. (2015). *Slideshare*. Recuperado el 18 de 016 de 2015, de http://www.slideshare.net/DEISYTТА/savedfiles?s_title=artesanía11863869&user_login=yovana93&from=

Ministerio de Comercio Exterior. (2015). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/codigo-organico-de-la-produccion-comercio-e-inversiones/>

Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad. (2010). *Código de la Producción, Libro III: del desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, y de la democratización de la producción*. <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/codigo-organico-de-la-produccion-comercio-e-inversiones/>

Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (2011). *Agenda para la Transformación Productiva Territorial de Imbabura*. Recuperado de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-IMBABURA.pdf>

Ministerio de Relaciones Laborales. (2015). *Código Orgánico de Relaciones Laborales*. Recuperado de http://www.artesanos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/proyecto_codigo_organico_trabajo.pdf

Ministerio de Turismo. (2002). *Turismo en cifras*. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/>

Real Academia Española. (2015). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=3qmBVGL>

Rodríguez, V. (2013). *Guía breve para la preparación de un trabajo de investigación según el manual de estilo de publicaciones de la American Psychological Association (A.P.A).*

Recuperado el x de mes de 2008 de <http://www.biblioteca.sagrado.edu/guia-apa.htm>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). *Plan Nacional de Buen Vivir.*

Recuperado de <http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>

Servicio de Rentas Internas. (2013) *Ley Orgánica de Régimen tributario Interno.* Recuperado

de www.sri.gob.ec/...3e1e.../Ley+de+Regimen+Tributario+Interno.pdf

Servicio de Rentas Internas. (2015). *Reglamento a la Ley del Régimen Tributario Interno.*

Recuperado de <http://www.sri.gob.ec>

Superintendencia de Compañías. (2015). *Ley de Compañías.* Recuperado de

http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf

Tienda Punto de cruz. (2015). *El bordado en punto de cruz.* Recuperado de <http://>

<http://www.tiendapuntodecruz.com>

Universidad Nacional Autónoma de México. (2012, 04, 26). Recuperado el 06 de 05 de

2015, de: http://www.ingenieria.unam.mx/industriales/historia/carrera_historia_prod_artesanal.html

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (2010). *Proyecciones de la población cantonales*

por sector- Ecuador. Recuperado el 5 de enero de 2016 de <http://www.-----> .excl.

o pdf

LINKOGRAFÍA

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). *Ficha de datos Generales Otavalo*

- *Imbabura*. Recuperado de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1004_OTAVALO_IMBABURA.pdf

ANEXOS

ANEXO 1

Ficha de Observación.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL COMERCIO DE ARTESANIAS EN
OTAVALO

Evaluador: _____

Fecha: _____

Lugar: _____

Instrucciones: colocar una X en la columna según la calificación se asigne a cada indicador.

| INDICADOR | Excelente | Muy bueno | Bueno | Regular | Malo | |
|------------------------------|-----------|-----------|----------|----------|----------|---------|
| Afluencia de turistas | | | | | | |
| Atención al cliente | | | | | | |
| Días de afluencia | | | | | | |
| Lunes | martes | miércoles | jueves | Viernes | sábado | domingo |
| | | | | | | |
| Productos bordados | | | | | | |
| Blusas | | | | | | |
| Manteles | | | | | | |
| Bolsos | | | | | | |
| Adornos | | | | | | |
| Precios | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Blusas | | | | | | |
| Manteles | | | | | | |
| Bolsos | | | | | | |
| Adornos | | | | | | |

ANEXO 2**Encuesta aplicada****UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

OBJETIVO: Identificar la demanda de productos artesanales bordados en Otavalo, con la finalidad de determinar la demanda insatisfechas.

1. Indique el géneroFemenino. Masculino **2. ¿Con que frecuencia visita la ciudad de Otavalo?**

Mensualmente ()

Semestralmente ()

Anualmente ()

Otra ()

3. Señale ¿Cuál es motivo principal de su visita?

Visita a familiares ()

Compra de artesanías ()

Belleza paisajística y cultural ()

Gastronomía ()

Otros ()

4. Usted ¿Compraría productos bordados?

SI ()

NO ()

5. ¿Qué productos bordados le gustaría adquirir?

Bolsos ()

Blusas ()

Manteles ()

Decorativos ()

Otros

6. ¿Cuánto pagaría por un producto bordado?

Entre 15 y 25 ()

Entre 30 y 45 ()

Entre 50 y 75 ()

Más de 75 ()

7. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de nuestros productos?

Radio ()

Páginas web ()

Televisión ()

Redes sociales ()

Otros.....

ANEXO 3

Entrevista realizada



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENTREVISTA

El objetivo de la presente entrevista es recabar información de productores de bordados en la ciudad de Otavalo sobre la producción artesanal.

Involucrados:

Entrevistador:.....

Entrevistado:.....

CUESTIONARIO

1. ¿Qué tiempo se dedica a esta actividad?

.....

2. ¿Cuánto cree usted que se ha desarrollado la actividad artesanal en la ciudad?

.....

3. ¿Cuál es el proceso artesanal que usted realiza?

.....

4. ¿Qué tiempo demanda la elaboración del bordado por cada producto?

.....

5. ¿Qué cantidad de productos bordados produce en la semana?

.....

6. ¿Dónde adquiere usted la materia prima?

.....

7. ¿Qué técnica de bordado realiza?

.....

8. ¿Cómo calcula el costo de los productos?

.....

ENTREVISTADOR

.....

ENTREVISTADO

.....

ANEXO 4

Registro de Patentes de comerciantes de bordados – Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Otavalo GADMO

| Nro | Razón Social Apellidos y Nombres | Cédula | Calle Principal | Calle Secundaria | Actividad Económica | Nombre Comercio | Arte sano |
|-----|-------------------------------------|------------|-----------------------|---------------------|-----------------------------------|----------------------|--------------|
| 1 | CORDOVA REVELO GLORIA MAGOLA | 1002921060 | CRISTOBAL COLON | BOLIVAR | FABRICACION DE BORDADOS | BORDADOS KAYPACHA | N |
| 2 | DIAZ COTACACHI TANIA SOLEDAD | 1002976833 | BOLIVAR | QUIROGA | FABRICACION DE BORDADOS | AMAYU | N |
| 3 | HERNANDEZ VACA SEGUNDO MANUEL | 1002087870 | ANTONIO JOSE SUCRE | ROCAFUERTE | TALLER ARTESANAL | ARTESANIAS EMILY | S |
| 4 | MALDONADO CONEJO JAVIER | 1002990685 | BOLIVAR | CRISTOBAL COLON | CONFECCION Y BORDADO DE BLUSAS | NINGUNO | N |
| 5 | MUENALA LEMA HENRY ORLANDO | 1001219938 | AVENIDA QUITO | 31 DE OCTUBRE | FABRICACION DE BORDADOS | MUSHUC | N |
| 6 | OYAGATA MORALES MARIA GLADYS | 1002445680 | ABDON CALDERON | SUCRE | CONFECCION Y BORDADO DE BLUSAS | BORDADOS GLADYS | S |
| 7 | TITUAÑA PERUGACHI REBECA | 1002689436 | RICAUURTE | ABDON CALDERON | FABRICACION DE BORDADOS | N | N |
| 8 | INUCA CHICAIZA SUSANA GEORGINA | 1001882297 | ABDON CALDERON | SUCRE | FABRICACION DE BORDADOS | BORDADOS CAYAMBE | N |
| 9 | INUCA PIJAL MARIA IMELDA | 1001970670 | GRAN COLOMBIA | 13 DE ABRIL | FABRICACION DE BORDADOS | ARTESANIAS | S |
| 10 | YAMBERLA PICUASI LUIS HUMBERTO | 1002253050 | QUINCHUQUI ALTO | SECTOR EL CARMEN | TALLER ARTESANAL | TALLER ARTE DAKY | N |

Fuente: GAD Municipalidad de Otavalo

Elaborado por: La autora

Año: 2015

ANEXO 5

Registro de artesanos – Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario Otavalo UNAIMCO

| Código | Nombre | Lugar de Nacimiento | Edad | Vida en Otavalo | Tiempo de actividad | Nivel educativo | Ha viajado | Nombre del Negocio | Almacén & Puesto |
|--------|------------------------|---------------------|------|-----------------|---------------------|-----------------|------------------------|--------------------|------------------|
| 1 | Chiza Rosa Elena | Agato | 40 | 2 | 2 | primario | Chile | HECHO A MANO | 2 |
| 2 | Fuentes Santiago | Otavalo | 21 | 21 | 10 | secundario | Chile, Argentina, Perú | NINGUNO | 1 |
| 3 | Maigua María Dolores | Cotacachi | 22 | 3 | 3 | secundario | No | KATARICUNA | 1 |
| 4 | Arellano Angelita | San Juan Alto | 46 | 46 | 15 | secundario | No | NINGUNO | 1 |
| 5 | Lema Ana Lucia | Peguche | 16 | 16 | 6 semanas | secundario | Colombia | AILLUTEX | 2 |
| 6 | Lema Tamia | Otavalo | 23 | 23 | 13 | secundario | No | CURY NAWI | 1 |
| 7 | Lema Mercedes | Otavalo | 43 | 43 | 20 | secundario | España y México | NINGUNO | 1 |
| 8 | Maldonado Chagna Jaime | Peguche | 45 | 30 | 6 meses | primario | No | JJ.M | 1 |
| 9 | Santillán Guaján Mery | Quito | 29 | 8 | 5 | secundario | Europa, EE.UU | CALLARY | 2 |
| 10 | Santillán Luis Alberto | Otavalo | 34 | 34 | 7 | primario | Todo Europa | NO TIENE | 1 |
| 11 | Cordova Luis | Otavalo | 42 | 20 | 8 | primario | No | SHUXNINA | 1 |
| 12 | Maricela Terán | Cotacachi | 60 | 3 | 3 | primario | No | NO TIENE | 1 |

Fuente: GAD Municipalidad de Otavalo

Elaborado por: La autora

Año: 2015

ANEXO 6

Proforma de Maquinaria



■ Ventas ■ Mantenimiento.
 ■ Servicio Técnico. ■ Repuestos.
 Bordadoras Computarizadas y Máquinas de Confección

PROFORMA

SEÑORITA: PASAGUAYO BAEZ EVELIYN ROSAL

FECHA: 26/06/2015

TELEFONO: 2-923-816

C.I: 100376316-4

PRODUCTO: RECUBRIDORA

MARCA: PEGASUS

MODELO: CW562N-02B

SUB TOTAL: \$ 1.509

IVA: \$ 181

TOTAL: \$ 1.690

PRODUCTO: TIRILLADORA

MARCA: PEGASUS

SUB TOTAL: \$ 1.938

IVA: \$ 232

TOTAL: \$2.170

PRODUCTO: CORTADORA KL

MODELO: 350

PRECIO: \$298.00

PRECIO TOTAL: \$6346.00

GARANTIA DESDE LA FECHA DE FACTURACION

PRODUCTO: OVERLOCK

MARCA: MX PEGASUS

MODELO: MX 5214 MO3-333-2X4

SUBTOTAL: \$ 1.330

IVA: \$ 160

TOTAL: \$ 1490

PRODUCTO: RECTA JUKI

MODELO: 8100 H

PRECIO: **698.00**





RUC: 1000436053001
 Telfs: 06 2922794 / 0986 957229
 OTAVALO - ECUADOR

DAVID HERNANDEZ
 ASESOR COMERCIAL

ANEXO 7

Proforma de Equipo de Computación





Incluye Windows 10

| Inspiron 3043
\$817,34
 ★★★★★
[Escribir una reseña](#)


Procesador Intel® Pentium® de cuádruple núcleo

Windows 10

Memoria de 4 GB

Disco duro de 1 TB

Subtotal **\$817,34**



Incluye Windows 10

Inspiron 3059
\$849,00
 ★★★★★
[Escribir una reseña](#)


Procesador Intel® Core™ i3


Windows 10

Memoria de 4 GB

Disco duro de 1 TB

Subtotal **\$849,00**

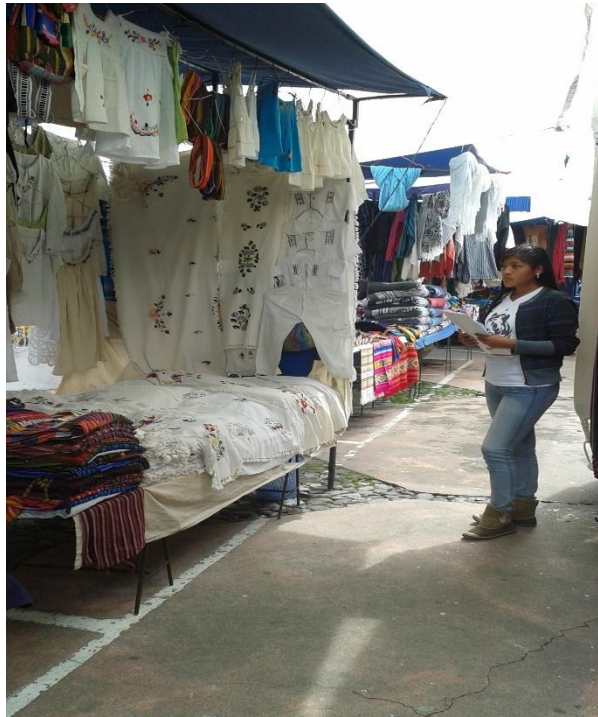




Ibarra: Pedro Mancaya 3-53 y Rocafuerte Telf: 062 608 020 / 062 640 444 Otavalo: Av. Quita entre Sucre y Madesta Jaramilla Telf: 062 928 333 / 062 925 743

ANEXO 8

Imagen 1.



Observación directa de la Plaza de los Ponchos

Imagen 2.



Productos bordados evidenciados

Imagen 3.



Demanda de turistas.

Imagen 4.



Productos bordados