



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
TRABAJO DE GRADO**

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ARTÍCULOS ELABORADOS EN PIOLA DE CABUYA, ALGODÓN Y PLÁSTICO AL ESTILO MACRAMÉ, EN LA PARROQUIA DE SAN FRANCISCO DE NATABUELA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.

AUTORA: Ruano Andrade Graciela Elizabeth

DIRECTOR: Dr. César Cervantes

IBARRA, 2012

RESUMEN EJECUTIVO

La parroquia de Natabuela en los últimos 10 años han decaído económicamente, siendo pequeños negocios de comidas, los que han despertado su interés turístico y sobrellevado la vida de sus pobladores, y a pesar de la decadente actividad agrícola, las expectativas de su gente en mejorar sus ingresos a mantenido una tradición poco conocida que trasciende de generación en generación, como es el tejido a mano al estilo macramé. Sus pobladores, en especial las antiguas generaciones han despertado dentro de este vacío económico el interés de algunas comercializadoras que han mejorado sus ventas e incrementado el interés de este tipo de artesanías en turistas y el mercado nacional, por tal razón se realizó el estudio de factibilidad para determinar si el uso de esta población como capital humano, los objetivos propuestos para la presente investigación es el diagnóstico de la situación actual de la parroquia de Natabuela, su capacidad de mano de obra y destrezas adquiridas a través de los años mediante la tradición del tejido, se identificó los factores socioeconómicos para el aprovechamiento de este recurso como principal fuente de factibilidad, se describió los factores sociales, humanos y económicos para determinar los requerimientos de una microempresa que agrupe una producción artesanal e incorpore los recursos contables y administrativos a través de un proyecto diseñado para determinar su rentabilidad. Los resultados obtenidos en el proyecto presente ha sido que de una población económicamente activa de Natabuela correspondientes a 1504 personas, se han podido determinar un número de 73 artesanos disponibles, además que existen comercializados en el país que buscan los productos realizados al estilo macramé ya que existe un alto nivel de demanda dentro y fuera del país, también se determinó que los productos de mayor demanda son los bolsos, colgantes y cortinas en porcentajes variables de consumo y materiales, siendo estos el algodón, la cabuya y el plástico, se ha determinado que el precio que los artesanos fijan a sus productos son puestos de acuerdo al criterio de cada artesano sin considerar el verdadero costo de producción, muchos de ellos no conocen si quiera cuanto invierten en cada producto, sin embargo el precio es muy alto mintiendo precios que no permiten una competencia equilibrada, esto se determinó a través del estudio de mercado, la mayoría de los artesanos si desearían mejorar sus condiciones económicas mediante el trabajo en una microempresa que potencie sus capacidades y les permita extender su tradición y labor artesanal, a la comercialización industrial microempresarial, más aún cuando esto pueden hacer en la mayoría de casos desde sus hogares, la materia prima de mayor calidad considerada por los artesanos y las comercializadoras es la cabuya, sin embargo muchos de los clientes se sienten atraídos por el acabado en algodón.

ABSTRACT

Natabuela Parish in the last 10 years have declined economically, being small food businesses that have raised their sights and endured the life of its inhabitants, despite the declining agricultural activity, the expectations of its people to improve their income has maintained a tradition little known that transcends generations and is hand-woven macramé style, its people especially the older generations have raised in this economic vacuum the interest of some marketers that have improved sales and increased interest of this type of craft and domestic tourists, for that reason we conducted a feasibility study to determine whether the use of this population as human capital, the proposed objectives of this research is the diagnosis of the current situation of the parish of Natabuela, their ability to labor and skills acquired through the years by the tradition of weaving macramé style was identified socioeconomic factors, besides the characteristics of human capital for the exploitation of this resource as the main source of feasibility , described the social, economic and human to determine the requirements of a micro scale, linking production and incorporate the accounting and administrative resources through a project designed to determine profitability. The results obtained in the present project has been that of an economically active population for 1504 Natabuela people have been able to determine a number of 73 artisans available, there are also marketed in the country are looking for products made macramé style as there is a high level of demand within and outside the country, we also determined that the products most in demand are the bags, and curtains hanging in varying percentages of consumption and material, and these cotton, sisal and plastic, it has been determined that the price to the artisans set their products are made according to the criteria of each artisan without considering the true cost of production, many do not know if you want to invest in each product terms, but the price is too high prices lying do not allow fair competition, it was determined through market research, most of the artisans if they would improve their economic conditions by working in a small business that enhances their capabilities and enable them to extend their tradition and craftsmanship, the marketing microenterprise industry, but even if this can be done in most cases from their homes, the highest quality raw material considered by the artisans and traders is the hemp, but many customers are attracted to the finish in cotton.

AUTORÍA

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autora, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

Ruano Andrade Graciela Elizabeth
CI. 100301624-1

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada Ruano Andrade Graciela Elizabeth, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA Ingeniera Comercial, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ARTÍCULOS ELABORADOS EN PIOLA DE CABUYA, ALGODÓN Y PLÁSTICO AL ESTILO MACRAMÉ, EN LA PARROQUIA DE SAN FRANCISCO DE NATABUELA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, al mes de Julio del 2012

Dr. César Cervantes
C.I.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Ruano Andrade Graciela Elizabeth, con cédula de ciudadanía N° 100301624-1 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ARTÍCULOS ELABORADOS EN PIOLA DE CABUYA, ALGODÓN Y PLÁSTICO AL ESTILO MACRAMÉ, EN LA PARROQUIA DE SAN FRANCISCO DE NATABUELA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Ruano Andrade Graciela Elizabeth
CI. 100301624-1

Ibarra, los..... días del mes de..... De 2012.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

| DATOS DE CONTACTO | | | |
|-----------------------------|-------------------------------------|------------------------|-----------|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 100301624-1 | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Ruano Andrade Graciela Elizabeth | | |
| DIRECCIÓN: | Juana Atabalipa 10-22 y Tobías Mena | | |
| EMAIL: | gracie_elizab@hotmail.es | | |
| TELÉFONO FIJO: | 06 2642 265 | TELÉFONO MÓVIL: | 084611219 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|--------------------------------|--|
| TÍTULO: | “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ARTÍCULOS ELABORADOS EN PIOLA DE CABUYA, ALGODÓN Y PLÁSTICO AL ESTILO MACRAMÉ, EN LA PARROQUIA DE SAN FRANCISCO DE NATABUELA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA |
| AUTOR (ES): | Ruano Andrade Graciela Elizabeth |
| FECHA: AAAAMMDD | 2012 – 07 – 21 |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | |
| PROGRAMA: | <input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA |
| ASESOR /DIRECTOR: | Dr. César Cervantes |

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Ruano Andrade Graciela Elizabeth, con cédula de ciudadanía Nro.100301624-1, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 20 días del mes de julio 2011

EL AUTOR:

Ruano Andrade Graciela Elizabeth

C.C.:100301624-1

ACEPTACIÓN:

Ximena Vallejo
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

Dedico esta tesis con todo mi amor y cariño.

A ti Dios que me diste la oportunidad de vivir y regalarme una hermosa familia.

Con mucho cariño especialmente a mis padres que me dieron la vida y a mi hermana que siempre me han estado acompañándome en todo momento y especialmente en mis más grandes triunfos y fracasos. Los quiero de todo corazón y este trabajo es para ustedes, aquí esta lo que me brindaron, solamente les estoy devolviendo lo que me dieron en un principio. Mi triunfo es el de ustedes, ¡los amo!

Gracias madre por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí, aunque hemos pasado momentos muy difíciles siempre has estado apoyándome y brindándome todo tu amor, por todo esto te agradezco con todo mi corazón el que estés conmigo. Mil palabras no bastarían para agradecerte tu apoyo, comprensión y tus consejos en los momentos difíciles.

A mi hijo Alexis Josué que bajo del cielo, para llenar mi vida de alegría, gracias porque eres mi inspiración y fortaleza, una sonrisa tuya ilumina mi mundo y me da las fuerzas necesarias para luchar y conseguir mis metas. Eres el motor que me obliga a funcionar y ser cada día mejor.

A ti abuelito Pedro a pesar de que no estás aquí ahora conmigo, se que tu alma si lo está aquí en estos momentos, te dedico con todo mi corazón mi tesis. Nunca te olvidare....

Ruano Andrade Graciela Elizabeth

AGRADECIMIENTO

Mi sincero y especial agradecimiento a todos mis profesores quienes durante toda mi etapa académica han sido una muestra de que el estudio a base de fuerza y paciencia es la mayor dicha que el ser humano puede tener, en especial al Dr. César Cervantes que con su académica y sabia guía me ha guiado en la consecución de esta investigación.

A la Universidad Técnica del Norte cuyas aulas han visto el esfuerzo y dedicación de miles de estudiantes y a través del tiempo ha dejado en nuestros corazones una inolvidable memoria y respeto.

Ruano Andrade Graciela Elizabeth

PRESENTACIÓN

El presente estudio comprende seis capítulos los cuales están estructurados secuencialmente para cumplir el procedimiento más eficaz en la elaboración del proyecto de factibilidad.

En el primer capítulo se ha determinado el diagnóstico situacional basándose en la fundamentación bibliográfica y estadística disponible del sector, así como la descripción de las causas que determinan la factibilidad del proyecto y sus efectos, dando a conocer los elementos investigados mediante las encuestas y el trabajo con la población de Natabuela, respecto a la confección al estilo macramé y su generación de productos artesanales de confección mantienen grandes conocimientos respecto al tema que podrían ser aprovechados según la información obtenida de un experto de la Agencia de Desarrollo Provincial de Imbabura ADEPI, respecto a la comercialización y producción de este tipo de productos.

En el segundo capítulo se conceptualiza la fundamentación técnica para el desarrollo de la investigación, proporcionando la información específica y actual sobre la producción de artículos al estilo macramé, para determinar la necesidad del proyecto así como los conocimientos de la elaboración de los productos estos productos.

En el Capítulo tres se realizó un análisis del mercado en base al análisis interno y externo del mercado objetivo, en este caso la parroquia de Natabuela, buscando una viabilidad comercial en la oferta y la demanda y así establecer el techo de consumo definido por la demanda potencia y fijar las hipótesis de consumo real.

En el cuarto capítulo se estableció la dimensión del proyecto, su localización e ingeniería. Además del presupuesto requerido para su ejecución estableciendo los factores para el desarrollo y culminación del estudio técnico y completar su factibilidad.

El capítulo cinco corresponde al análisis y evaluación de costos de operación para la implementación y ejecución del proyecto tomando en cuenta de forma diferenciada y determinada los elementos que influyen en la rentabilidad del proyecto.

El sexto capítulo se determinó la organización estructural de la microempresa, necesaria para su adecuado funcionamiento y dirección, el establecimiento orgánico funcional, tanto en el aspecto jurídico como organizacional, esto es exigida mente complementario en el desarrollo del proyecto puesto legitimista todas las acciones y posiciona a la microempresa a nivel jurídico así como fortalece su proceso funcional.

El capítulo siete pormenoriza los impactos del proyecto hacia la sociedad tratando de tomar en cuenta los elementos que fomentarán un crecimiento a nivel de la parroquia de Natabuela, además de la determinación de las conclusiones y recomendaciones del proyecto para ratificar, mantener y mejorar la viabilidad y factibilidad de la microempresa.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|-------|
| Portada | I |
| Resumen Ejecutivo | II |
| Abstract | III |
| Autoría | IV |
| Informe del Director de Trabajo de Grado | V |
| Cesión De Derechos | VI |
| Autorización de uso y Publicación | VII |
| Dedicatoria | IX |
| Agradecimiento | X |
| Presentación | XI |
| Índice | XII |
| Índice de Gráficos | XXIII |
| Índice de Cuadros | XX |
| Introducción | 27 |
| Antecedentes | 27 |
| Objetivos | 28 |
| Objetivo General | 28 |
| Objetivos Específicos | 29 |
| Justificación | |

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

| | |
|--------------------------------|----|
| Antecedentes | 31 |
| Objetivos | 33 |
| Objetivo General | 33 |
| Objetivos Específicos | 33 |
| Variables Diagnósticas | 34 |
| Indicadores | 34 |
| Mecánica Operativa | 35 |
| Identificación de la Población | 35 |
| Identificación de la Muestra | 37 |

| | |
|--|----|
| Identificación del Producto | 38 |
| Información Primaria | 39 |
| Información Secundaria | 40 |
| Matriz de Relación Diagnostica | 41 |
| Tabulación y Análisis de la Información | 42 |
| Encuesta Dirigida a los Artesanos que Confeccionan Artículos al Estilo Macramé en la Parroquia de Natabuela | 42 |
| Encuesta Dirigida a las Comercializadoras de Artículos al Estilo Macramé | 49 |
| Matriz | 58 |
| Determinar La Oportunidad De Inversión | 59 |

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

| | |
|---|----|
| La Empresa | 61 |
| Importancia de las empresas | 61 |
| Clasificación de las empresas | 61 |
| Por su naturaleza | 61 |
| Por el Sector al que se Pertenece | 62 |
| Por su forma jurídica | 63 |
| Por su tamaño | 63 |
| Sociedad anónima | 65 |
| Misión de una empresa | 65 |
| Visión de una empresa | 65 |
| Valores y objetivos empresariales | 65 |
| Organigramas | 65 |
| Funciones administrativas | 67 |
| La Microempresa | 67 |
| Características principales | 67 |
| Importancia | 68 |
| Clases de microempresas | 68 |
| Ventajas de la microempresa | 69 |
| Desventajas de la microempresa | 69 |
| Requisitos para la creación de una microempresa | 69 |

| | |
|----------------------------------|----|
| Industria Textil | 70 |
| Producto | 70 |
| Fibras Textiles | 70 |
| Clasificación | 70 |
| Fibras Naturales | 71 |
| Fibras Artificiales | 71 |
| Fibras de Mayor Importancia | 71 |
| Nombre Científico | 72 |
| Nombres Comunes | 72 |
| Importancia | 72 |
| Origen Y Clasificación | 73 |
| Descripción Botánica | 73 |
| Principales usos y aplicaciones | 73 |
| Usos De La Fibra | 73 |
| Aplicación De La Fibra | 74 |
| El Macramé | 74 |
| Cortes de Hilo | 74 |
| Calculo de los hilos | 75 |
| Numero de tiras | 75 |
| Aumentos | 75 |
| Estudio De Mercado | 75 |
| Promoción | 76 |
| Precio | 77 |
| Estrategias del precio | 78 |
| Producto | 78 |
| Características del Producto | 79 |
| Comercialización | 79 |
| Elementos De La Comercialización | 80 |
| Canales De Comunicación | 80 |
| Estrategias De Comercialización | 81 |
| Mercado | 82 |
| Segmentación de Mercados | 82 |
| Mercado Meta | 82 |

| | |
|--------------------------------------|----|
| Posicionamiento en el Mercado | 82 |
| Clientes | 83 |
| La Demanda | 83 |
| La Oferta | 83 |
| Gestión | 84 |
| Administración | 84 |
| Importancia | 84 |
| Elementos De La Administración | 84 |
| Planeación | 85 |
| Organización | 85 |
| Integración | 85 |
| Dirección | 86 |
| Control | 86 |
| Contabilidad | 86 |
| Plan de Cuentas | 86 |
| Libro Diario | 86 |
| Estados Financieros | 87 |
| Clases de Estados Financieros | 87 |
| Contabilidad de costos | 88 |
| Sistemas de Costos. | 88 |
| Técnicas De Evaluación Financiera | 90 |
| Punto De Equilibrio | 90 |
| Valor Actual Neto | 91 |
| Tasa Interna De Retorno | 91 |
| Beneficios /Costo | 91 |
| Razones Financieras | 92 |
| Período De Recuperación | 92 |
| Aspectos Legales | 92 |
| Obligaciones Laborales del Empleador | 92 |
| | |
| CAPÍTULO III | |
| ESTUDIO DE MERCADO | |
| Presentación | 96 |

| | |
|--|-----|
| Identificación del producto | 97 |
| Tipo de productos que se van a ofertar | 97 |
| Materiales empleados para la elaboración de los productos en | |
| Confección al estilo macramé | 98 |
| Mercado Meta | 98 |
| Segmento de Mercado | 98 |
| Análisis de la oferta | 99 |
| Análisis de la demanda | 99 |
| Proyección de la demanda | 100 |
| Cálculo de la demanda proyectada | 100 |
| Demanda Proyectada a Cubrir con el Proyecto | 104 |
| Análisis de la Competencia | 105 |
| Análisis de Precios | 106 |
| Costos de colgantes en cabuya | 107 |
| Costos de Colgantes de Algodón | 108 |
| Costos de colgantes de plástico | 109 |
| Costos de bolsos de cabuya | 110 |
| Costos de bolsos en algodón | 111 |
| Costos de bolsos en plástico | 112 |
| Costos de cortinas en cabuya | 113 |
| Producto | 114 |
| Precio | 114 |
| Plaza | 115 |
| Promoción | 115 |

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO

| | |
|---|-----|
| Estudio Técnico | 116 |
| Antecedentes | 116 |
| Macro localización | 117 |
| Disponibilidad de materia prima | 118 |
| Disponibilidad de la mano de obra | 119 |
| Condiciones de vida y actitud de la población | 119 |

| | |
|---|-----|
| Servicios básicos | 120 |
| Transporte y vías | 120 |
| Terrenos | 120 |
| Leyes y reglamentos | 121 |
| Micro Localización | 121 |
| Determinación del tamaño del proyecto. | 123 |
| El tamaño del proyecto y la demanda | 123 |
| El tamaño del proyecto y la materia prima e insumos | 124 |
| El tamaño del proyecto y su financiamiento | 124 |
| El tamaño del proyecto y la organización | 124 |
| El tamaño del proyecto y la tecnología- equipos | 125 |
| Determinación de la capacidad de la Planta | 125 |
| Ingeniería del proyecto | 126 |
| Instalaciones y distribución de la planta | 126 |
| Características constructivas del local | 127 |
| Estructura | 128 |
| Pisos o pavimentos | 128 |
| Paredes | 128 |
| Puertas y ventanas | 128 |
| Instalaciones sanitarias | 128 |
| Condiciones técnicas del punto de venta | 129 |
| Especificaciones técnicas | 129 |
| Compra de materia prima directa | 129 |
| Compra de materia prima indirecta | 130 |
| Corte de las piezas pre confección | 130 |
| Confección de las piezas cortadas | 130 |
| Terminado de remates | 130 |
| Aplicación de detalles | 131 |
| Pintado del producto | 131 |
| Control de calidad del producto | 131 |
| Empaquetado | 131 |
| Diagramas de bloques del proceso de producción | 132 |
| Proceso de producción | 132 |

| | |
|---|-----|
| Proceso de Venta Bajo Pedido | 133 |
| Inversiones | 134 |
| Requerimientos de Infraestructura. | 134 |
| Requerimiento de Maquinaria y Equipos de Producción | 134 |
| Requerimiento de equipos de computación | 135 |
| Requerimiento de muebles de oficina | 136 |
| Requerimiento de Útiles de Oficina | 137 |
| Resumen de Inversiones Fijas | 137 |
| Requerimiento para inversiones Diferidas | 138 |
| Requerimientos de Personal Administrativo y de Ventas | 139 |
| Talento Humano | 139 |
| Inversión Variable | 139 |
| Costos de Producción | 139 |
| Gastos Administrativos | 141 |
| Capital de Trabajo | 142 |

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

| | |
|--|-----|
| Inversión y su Financiamiento | 144 |
| Determinación de Ingresos | 144 |
| Proyección de Ingresos por venta | 144 |
| Determinación de Egresos | 146 |
| Costos de Producción | 146 |
| Materia Prima | 146 |
| Mano de Obra Directa | 150 |
| Gastos Generales de Fabricación | 152 |
| Presupuesto de Costos de Producción | 153 |
| Gastos Administrativos | 154 |
| Gastos de Venta | 154 |
| Depreciación de Activos Fijos | 157 |
| Gastos Financieros | 157 |
| Calculo del Valor presente de la Deuda | 158 |
| Estados Financieros Proforma | 160 |

| | |
|---|-----|
| Estado de Situación Financiera | 160 |
| Estado de Resultados Proyectado | 162 |
| Flujo de Caja Proyectado | 162 |
| Evaluación Financiera | 163 |
| Costo de Capital | 163 |
| Tasa de Redescuento o Rendimiento Medio | 164 |
| Calculo del Valor Actual Neto (VAN) | 164 |
| Cálculo del TIR | 166 |
| Periodo de Recuperación de la Inversión | 167 |
| Costo Beneficio | 168 |
| Punto de Equilibrio | 169 |
| Resumen Evaluadores Financieros | 171 |

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

| | |
|--|-----|
| Base Legal | 172 |
| Aspectos Legales | 172 |
| El Registro Único de Contribuyentes | 173 |
| Patente Municipal | 174 |
| Seguro | 174 |
| Licencia sanitaria de venta | 174 |
| Constitución Jurídica | 175 |
| Disposiciones Generales | 177 |
| Nombre o razón social de la microempresa | 181 |
| Logotipo de la microempresa | 182 |
| Visión | 182 |
| Misión | 182 |
| Objetivos Organizacionales | 183 |
| General | 183 |
| Específicos | 183 |
| Políticas Organizacionales | 183 |
| Estructura Orgánica | 184 |
| Descripción de puestos y sus funciones | 184 |

| | |
|--|-----|
| Funciones de cada puesto | 184 |
| Estrategias de Comercialización | 188 |
| Diseño de un sistema Contable | 188 |
| Contabilidad de Costos | 189 |
| Principios Contables | 189 |
| Plan de Cuentas | 189 |
| Proceso Contable | 193 |
| Sistema de Costos por Órdenes de Producción | 193 |
| Estados Financieros | 194 |
| | |
| CAPÍTULO VII | |
| IMPACTOS DEL PROYECTO | |
| Operatividad de Análisis de Impactos | 196 |
| Impacto Social | 197 |
| Impacto Educativo | 198 |
| Impacto Económico | 199 |
| Impacto Comercial | 200 |
| Impacto Ambiental | 201 |
| Matriz de Impactos Generales | 202 |
| | |
| CONCLUSIONES | 203 |
| | |
| RECOMENDACIONES | 204 |
| | |
| BIBLIOGRAFÍA | 205 |
| | |
| LINCOGRAFÍA | 207 |
| | |
| ANEXOS | 208 |
| | |
| ANEXO 1 Encuesta Dirigida a los Artesanos que Confeccionan Artículos al Estilo Macramé en la Parroquia de Natabuela. | 209 |

| | |
|--|-----|
| ANEXO 2 Encuesta Dirigida a las Comercializadoras de Artículos al Estilo Macramé | 211 |
| ANEXO 3 Fotografías de Productos de Cabuya, Plástico y Algodón | 214 |
| ANEXO 4 Proformas | 219 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|-----------------|-----|
| GRÁFICO NRO. 1 | 43 |
| GRÁFICO NRO. 2 | 44 |
| GRÁFICO NRO. 3 | 45 |
| GRÁFICO NRO. 4 | 46 |
| GRÁFICO NRO. 5 | 47 |
| GRÁFICO NRO. 6 | 48 |
| GRÁFICO NRO. 7 | 49 |
| GRÁFICO NRO. 8 | 50 |
| GRÁFICO NRO. 9 | 51 |
| GRÁFICO NRO. 10 | 52 |
| GRÁFICO NRO. 11 | 54 |
| GRÁFICO NRO. 12 | 55 |
| GRÁFICO NRO. 13 | 56 |
| GRÁFICO NRO. 14 | 57 |
| GRÁFICO NRO. 15 | 66 |
| GRÁFICO NRO. 16 | 117 |
| GRÁFICO NRO. 17 | 117 |
| GRÁFICO NRO. 18 | 121 |
| GRÁFICO NRO. 19 | 126 |
| GRÁFICO NRO. 20 | 132 |
| GRÁFICO NRO. 21 | 133 |
| GRÁFICO NRO. 22 | 182 |
| GRÁFICO NRO. 23 | 184 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--------------|-----|
| CUADRO N° 1 | 36 |
| CUADRO N° 2 | 36 |
| CUADRO N° 3 | 38 |
| CUADRO N° 4 | 39 |
| CUADRO N° 5 | 41 |
| CUADRO N° 6 | 43 |
| CUADRO N° 7 | 44 |
| CUADRO N° 8 | 45 |
| CUADRO N° 9 | 46 |
| CUADRO N° 10 | 47 |
| CUADRO N° 11 | 48 |
| CUADRO N° 12 | 49 |
| CUADRO N° 13 | 50 |
| CUADRO N° 14 | 51 |
| CUADRO N° 15 | 52 |
| CUADRO N° 16 | 53 |
| CUADRO N° 17 | 55 |
| CUADRO N° 18 | 56 |
| CUADRO N° 19 | 57 |
| CUADRO N° 20 | 64 |
| CUADRO N° 21 | 87 |
| CUADRO N° 22 | 100 |
| CUADRO N° 23 | 101 |
| CUADRO N° 24 | 103 |
| CUADRO N° 25 | 104 |
| CUADRO N° 26 | 107 |
| CUADRO N° 27 | 108 |
| CUADRO N° 28 | 109 |
| CUADRO N° 29 | 110 |
| CUADRO N° 30 | 111 |

| | |
|--------------|-----|
| CUADRO N° 31 | 112 |
| CUADRO N° 32 | 113 |
| CUADRO N° 33 | 122 |
| CUADRO N° 34 | 126 |
| CUADRO N° 35 | 127 |
| CUADRO N° 36 | 134 |
| CUADRO N° 37 | 135 |
| CUADRO N° 38 | 135 |
| CUADRO N° 39 | 136 |
| CUADRO N° 40 | 137 |
| CUADRO N° 41 | 138 |
| CUADRO N° 42 | 138 |
| CUADRO N°43 | 140 |
| CUADRO N° 44 | 140 |
| CUADRO N° 45 | 140 |
| CUADRO N°46 | 141 |
| CUADRO N°47 | 141 |
| CUADRO N° 48 | 142 |
| CUADRO N°49 | 142 |
| CUADRO N° 50 | 143 |
| CUADRO N°51 | 143 |
| CUADRO N° 52 | 145 |
| CUADRO N° 53 | 146 |
| CUADRO N° 54 | 150 |
| CUADRO N° 55 | 151 |
| CUADRO N° 56 | 152 |
| CUADRO N° 57 | 153 |
| CUADRO N° 58 | 153 |
| CUADRO N° 59 | 154 |
| CUADRO N° 60 | 154 |
| CUADRO N° 61 | 155 |
| CUADRO N° 62 | 155 |
| CUADRO N° 63 | 156 |

| | |
|--------------|-----|
| CUADRO N° 64 | 156 |
| CUADRO N° 65 | 157 |
| CUADRO N° 66 | 157 |
| CUADRO N° 67 | 158 |
| CUADRO N° 68 | 161 |
| CUADRO N° 69 | 162 |
| CUADRO N°70 | 163 |
| CUADRO N°71 | 164 |
| CUADRO N° 72 | 165 |
| CUADRO N° 73 | 166 |
| CUADRO N° 74 | 167 |
| CUADRO N°75 | 168 |
| CUADRO N° 76 | 169 |
| CUADRO N° 77 | 170 |
| CUADRO N° 78 | 170 |
| CUADRO N° 79 | 171 |
| CUADRO N° 80 | 171 |
| CUADRO N° 81 | 175 |
| CUADRO N° 82 | 196 |
| CUADRO N° 83 | 197 |
| CUADRO N° 84 | 198 |
| CUADRO N° 85 | 199 |
| CUADRO N° 86 | 200 |
| CUADRO N° 87 | 201 |
| CUADRO N° 88 | 202 |

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

La Provincia de Imbabura se encuentra ubicada al norte del país y limita al norte con Carchi, al sur con Pichincha, al este con Sucumbíos, al oeste con Esmeraldas; está conformada por los Cantones: Ibarra, Cotacachi, Otavalo, Urcuquí y Antonio Ante, en éste último encontramos las parroquias de Atuntaqui, Chaltura, San Roque, Imbaya y Natabuela.

En Antoni Ante las personas se dedican a la industria textil como es en la Ciudad de Atuntaqui, a más de la agricultura y ganadería, que en los últimos tiempos se han venido deteriorando y en efecto los problemas sociales y económicos han empezado a aparecer.

La Parroquia de Natabuela está limitada al norte por la Parroquia de Chaltura, al sur por el cerro Imbabura, al este la Parroquia de San Antonio de Ibarra, y al oeste por la cabecera cantonal de Antonio Ante, Atuntaqui. Sus habitantes que constituyen una población de 14.109; en su mayoría indígenas se dedican a la agricultura, a la cría de animales domésticos que son comercializados a mínimos precios en el mercado local. Esto hace que la economía del sector no sea nada compensable a la actividad realizada diariamente, sin embargo muchos de ellos conocen de la elaboración de productos en macramé, ya que algunas décadas atrás tuvieron asesoría de una mejoradora social, pero no se le dio la debida importancia a esta actividad, por desconocimiento en lo que hoy llamamos emprendimiento.

En la Parroquia de Natabuela existen manos hábiles que pueden confeccionar muchas artesanías (como son bordados, tallados en madera, juguetería) y artículos en piola de cabuya, algodón y plástico; artesanías que se puede seguir elaborando,

dando a conocer y comercializando en todo el territorio de nuestro país e inclusive al exterior. Empero no se ha podido emprender esta situación ya que las personas no han tenido oportunidad de formar agrupaciones que les permitan realizar esta actividad. Los productos que se desea comercializar deben confeccionarse tomando en cuenta los materiales existentes en el medio, las cualidades ocupacionales del sector y el deseo de mejorar la economía de los hogares.

Los artículos elaborados en piola de cabuya, plástico y algodón pueden remplazar a aquellos que se fabrican en cuero y material sintético, que pueden ser apreciados por las personas nacionales y extranjeras, ya que no es un material que contamine el medio ambiente y además son de multiusos, como son: los colgantes para la ornamentación y decoración de los hogares, las carteras que fácilmente pueden remplazar a las mochilas, las hamacas que pueden servir en los lugares de descanso.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de artículos elaborados en piola de cabuya, algodón y plástico al estilo macramé, en la parroquia de Natabuela, cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un análisis diagnóstico de la parroquia de Natabuela para determinar las condiciones generales al sector y diferenciar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- Establecer un marco teórico que permita sustentar científicamente el estudio a desarrollar.

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, la demanda, el precio y la comercialización del producto en estudio.
- Realizar un estudio técnico para establecer el tamaño del proyecto, la localización, procesos productivos, tecnología, infraestructura física, inversión a los activos y talento humano requeridos para la realización del proyecto.
- Realizar la evaluación financiera para determinar la viabilidad del proyecto.
- Realizar una estructura organizacional de la empresa para la operación de la misma.
- Realizar un estudio de impactos que generará la nueva unidad productiva en el ámbito social, económico, ambiental cultural.

JUSTIFICACIÓN

El desarrollo socio económico de los pueblos se alcanza a través de la formación de empresas productivas, ya que las mismas generan la posibilidad de producir materias primas (cabuya, plástico y algodón), necesarias para la producción de artículos elaborados y por tanto dinamiza la economía en el sector agrícola a través de la creación de fuentes de trabajo, de igual manera el sector industrial con la creación de esta microempresa que va a transformar la materia prima en productos elaborados como son los artículos que se propone en esta pequeña industria artesanal. Consecuentemente la creación de esta microempresa fortalecerá la economía de la parroquia de Natabuela ya que se afectan positivamente las variables: producción, inversión, empleo, comercio.

Ante la dura situación económica que viven los pobladores se debe pensar en formar micro empresas que ayuden a solventar los gastos que demandan la educación, la salud, la alimentación; es por ello que se necesita la colaboración de personas que están en la capacidad de apoyar estas iniciativas.

Además se justifica la creación de esta microempresa porque el gobierno está empeñado en dinamizar la economía del país y no precisamente centralizada en las grandes ciudades sino en todo el territorio, con la creación de múltiples empresas que generen fuentes de trabajo y oportunidades de ingresos económicos a todos los hogares.

También podría reducir el margen de delincuencia ya que las personas tendrían una actividad que les permita abandonar esa cruda realidad que vivimos a causa del desempleo y subempleo.

Esta microempresa justifica su creación por cuanto las personas que saben elaborar estas artesanías están dispuestas a formar parte de la misma ya que esto disminuirá las intenciones de la emigración hacia otros países en busca de fuentes de trabajo.

Los beneficiarios directos del proyecto serán los inversionistas y trabajadores por que se logrará tener un bienestar común el cual mejorara y generara fuentes de empleo, seguridad familiar y social. Los beneficiarios indirectos serán todos los habitantes del cantón porque se dinamizaría la creación de otros negocios en el sector y se convertirían en población económicamente activa, el cantón se destacaría por las novedades en cuantos a los productos que la microempresa ofrecerá y resaltaría la cultura, tradiciones y costumbres del pueblo de Natabuela.

El presente proyecto es factible y viable en el aspecto legal ya que la microempresa contará con todos los permisos de funcionamiento requeridos en las instituciones pertinentes tales como: SRI, IESS, Cámara de Turismo, Ministerio de Salud y patentes municipales. En el aspecto económico mejorará el estilo de vida de los habitantes del sector mediante la generación de fuentes de empleo. En el aspecto humano se cuenta con personas que se han dedicado a esta actividad laboral por generaciones y con conocimiento empíricos con los cuales optimizará el tiempo y recursos. Es sostenible porque no afectará al medio ambiente ya que la materia prima a utilizar de es biodegradable y no causará contaminación ambiental.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

La parroquia de Natabuela se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante donde se comparte una geografía altamente agrícola junto a las parroquias Andrade Marín y San José de Chaltura, y San Antonio de Ibarra. La cabecera parroquial consta de las siguientes coordenadas geográficas: 0° 20' 8,86" de latitud norte y 78° 11' 38,54" de longitud oeste. Su idioma original es el quichua sin embargo debido a la proliferación de la influencia española a través del tiempo se ha perdido su uso reemplazándolo casi en su totalidad por el español. Se encuentra a casi 8 kilómetros de la ciudad de Ibarra. La población de este pueblo es de 10.155 habitantes, y la población económicamente activa es de 1504 habitantes según los datos obtenidos del Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos y comunidades de Ecuador en el año 2011, su organización está conformada por 17 comunidades.

A Natabuela al igual que a los demás pueblos de la sierra, les fueron desappropriados sus tierras con la llegada de los españoles, situación que continuo a lo largo de la vida republicana del país, accedieron a la tierra a través de la parcelación de la hacienda Anafo, en tiempos de la reforma agraria, hacienda en la cual trabajaron como peones por muchas generaciones, razón por lo cual a cada uno les fue dado lote de terreno, que con el tiempo, se fue subdividiendo como producto de herencias sucesivas, aspecto que ha conducido a un grave deterioro de sus condiciones económicas.

Los Natabuelas a lo largo de su historia fueron peones de hacienda, arrieros en la construcción de la carretera que une a las ciudades Ibarra a Quito, y en la construcción de la vía del ferrocarril. En la actualidad este pueblo tiene como ejes

económicos a la agricultura y a la artesanía, las actividades complementarias constituyen la albañilería, pequeños comercios manejados por mujeres y la crianza de animales menores. Frente a las necesidades comunitarias se organizan actividades colectivas a favor de la comunidad, se realizan trabajos para la construcción de canales de riego, se apoyan entre familias en las cosechas y siembras, en la construcción de casas y preparación de matrimonios, trabajo que los realizan por medio de mingas comunitarias. A pesar de haber perdido su idioma, el pueblo Natabuela conserva parte su vestimenta, el trabajo colectivo, las prácticas medicinales ligadas a la naturaleza, medicina conocida en este pueblo como Jambi Yachak, aun conservan su música y danza, la cual es difundida al interior de su pueblos, a nivel nacional e inclusive a nivel internacional.

La población de Natabuela posee un gran capital aprovechable en su mano de obra, la cual por su tradición en la confección, específicamente al estilo macramé, posibilita el aprovechamiento de técnicas y habilidades que han sido desarrolladas durante muchas generaciones.

Los artesanos cuya capacidad de confeccionar productos, específicamente bolsos, cortinas y colgantes, tiene una edad aproximada de 30 a 45 años de edad quienes han heredado la tradición del macramé, y serían la mano de obra especializada y requerida para la microempresa objeto de este estudio.

La cabuya es una planta de hojas grandes y carnosas que nacen directamente de la raíz y están bordeadas de pinchos y flores amarillas en ramillete sobre un alto tallo central, es originaria de terrenos secos, crece de forma natural, aunque también es cultivada para fines artesanales.

Es utilizada de mediana calidad para el consumo agrícola, para almacenar las cosechas de café y cacao en los mercados de la costa del país y de Colombia, es una artesanía utilitaria; ya que no ha sido utilizada con fines decorativos ni de lujo. Los intermediarios compran a los artesanos la materia prima la misma que llevan a Manta y Guayaquil para elaborar los sacos destinados para almacenar café, cacao y comercializarlo.

La Fibra de Cabuya negra (agave americana) es una planta de donde se extrae la fibra madura mediante una máquina desfibradora, luego se la lava y seca, se la escarmena y suaviza con cera, se hila retorciendo las fibras que poco a poco se convierten en sogas delgadas, las que se venden en rollos o madejas, en ciertos lugares comercializan la cabuya por sacos.

La cabuya es utilizada actualmente para la fabricación de envases (sacos), hilos, cordeles, alfombras, shigras, hamacas, rodapiés, sogas, soguillas y otros usos.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

- Realizar un diagnóstico situacional en la parroquia San Francisco de Natabuela para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los factores socio-económicos de la parroquia de Natabuela que permitan el desarrollo de una microempresa productora y comercializadora de productos a base de cabuya, algodón y plástico.
- Determinar los aspectos generales, del capital humano y de aprovechamiento de recursos que existe actualmente en la parroquia urbana de Natabuela.
- Describir los indicadores sociales, humanos y económicos que fijan la implementación de una microempresa productora y comercializadora de productos a base de cabuya, algodón y plástico.
- Establecer una propuesta para impulsar la iniciativa empresarial de la parroquia urbana de Natabuela.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Se cree conveniente para el presente diagnóstico captar información sobre la base de aspectos generales bajo la denominación de variables diagnósticas, mismas que son:

- Administración
- Comercialización
- Demanda / Oferta
- Situación Económica

1.4 INDICADORES

Si bien es cierto las variables antes mencionadas determinan los ámbitos de la investigación de campo, para lo cual será necesario determinar sub aspectos o indicadores que permitan emitir juicios de valor de cada una de las variables; por lo tanto para cada variable se plantea los siguientes indicadores:

Variables 1: Administración

Indicadores:

Organización

Recurso Humano

Dirección

Planificación

Variable 2: Comercialización

Indicadores:

Producto

Proveedor

Ventas

Publicidad

Promoción en ventas

Variable 3: Demanda / Oferta

Indicadores:

Mercado interno y externo

Tipo de clientes

Capacidad de compra

Frecuencia de compra

Necesidades, gustos y preferencias

Competencias

Variable 4: Situación Económica

Indicadores:

Población económicamente activa

Indicadores sociales

Fuentes de trabajo

1.5 MECÁNICA OPERATIVA

1.5.1 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población motivo de la investigación a continuación se le identifica con los siguientes segmentos:

- La población económicamente activa de la parroquia de Natabuela correspondiente a 1504 habitantes, de los cuales 711 son hombres y 793 son mujeres, según datos del INEC 2011.
- Varios de los pobladores son artesanos en la confección de artesanías al estilo macramé, viven y laboran en la Parroquia de Natabuela.
- Es necesario tomar en cuenta la mano de obra existente en la parroquia de Natabuela.

CUADRON° 1

| DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA SEGÚN SEXO EN LA PARROQUIA DE NATABUELA EN EL AÑO 2012 | | | |
|--|------------------|----------------|----------------|
| Distribución | Población | Hombres | Mujeres |
| Población económicamente activa de la parroquia de Natabuela | 1504 | 711 | 793 |

Elaborado: Graciela Ruano

Fuente: INEC 2011. Programación Redatam
CODENPE 2011

CUADRO N° 2

| DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA SEGÚN SEXO EN LA CIUDAD DE IBARRA EN EL AÑO 2012 | | | |
|--|------------------|----------------|----------------|
| Distribución | Población | Mujeres | Hombres |
| Población económicamente activa de la ciudad de Ibarra. | 51.538 | 28861 | 22677 |

Elaborado por: Graciela Ruano

Fuente: INEC 2011. Programación Redatam
CODENPE 2011

Según los datos del Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos de Ecuador en el censo realizado a nivel regional en el año 2011, la Parroquia de Natabuela cuenta con una población de 10.155 habitantes, con una representación regional del 2.54% con respecto a la población Imbabureña y 0.07% de la población nacional, y una población económicamente activa de 1504 personas, según el informe programado por medio del software del INEC - REDATAM, en el año 2011.

1.5.2 IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Donde:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

E = Error muestral = 0.1

Z = Valor tipificado que corresponde a 1.96 doble cola

σ^2 = Desviación de la población al cuadrado o varianza 0.2 se trabaja en el centro es decir 0,5 de éxito o 0,5 de fracaso.

Fórmula del cálculo

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

- La varianza se determinó con la fórmula:

$\sigma^2 = p \times q$ de acuerdo a la proporción experimental.

$$\sigma^2 = 0,5 \times 0,5$$

$$\sigma^2 = 0,25$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,20) 1504}{(0,1)^2 (1504 - 1) + (1,96)^2 (0,20)}$$

$$n = \frac{1155,55}{15,03 + 0,7683}$$

$$n = 73,14 \approx 73$$

Las 73 encuestas son aplicadas a la población económicamente de la parroquia de Natabuela.

CUADRO N° 3

| COMERCIALIZADORAS DE LOS PRODUCTOS DE CABUYA PARA EL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL | |
|--|---------------------|
| CARACTERÍSTICAS | COMERCIANTES |
| Comercializadoras Locales | 8 |
| Comercializadoras Extranjeras | 6 |
| TOTAL | 14 |

Elaborado por: Graciela Ruano

Fuente: Centro de Investigaciones de Fibras Naturales del Ecuador

Resumen de la población:

- 73 artesanos de la parroquia de Natabuela
- 8 comercializadoras de productos de cabuya y afines.
- 6 comercializadoras extranjeras

1.5.3 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Según la información del Centro de Investigación de Fibras Naturales del Ecuador en el año 2011, la mayor aceptación del mercado en la confección de productos a base de fibras sean estas de algodón, cabuya o plástico, es en los productos de bolsos, colgantes, cortinas, hamacas, sogas, rodapiés y alfombras siendo estos los de mayor comercialización, y confección, por tanto serán la delimitación en la variedad de producción inicial de la microempresa destinada a la comercialización de los mismos, de esta manera se presenta a continuación el cuadro a cerca de los datos obtenidos del Centro de Investigaciones de Fibras Naturales del Ecuador.

CUADRO N° 4

| COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES A BASE DE FIBRAS NATURALES 2011 | |
|--|-------------|
| En porcentajes de ventas (%) | |
| Bolsos | 25.00% |
| Alfombras | 8.20% |
| Colgantes | 24.50% |
| Rodapiés | 4.10% |
| Hamacas | 6.50% |
| Sogas | 6.00% |
| Cortinas | 25.70% |
| TOTAL | 100% |

Elaborado por: Graciela Ruano

Fuente: Centro de Investigaciones de Fibras Naturales del Ecuador 2011

1.5.4 INFORMACIÓN PRIMARIA

a) Encuestas.

La aplicación de las encuestas se realizó a los pobladores de Natabuela para determinar el nivel de conocimientos de los artesanos y la mano de obra disponible para la elaboración de productos al estilo macramé.

b) Entrevista

La técnica de la entrevista realiza al representante del Centro de Investigaciones de Fibras Naturales del Ecuador Ing. Andrés Simbaña, determinó los aspectos que contribuyen al desarrollo del análisis financiero-administrativo para consecuentemente elaborar el estudio de mercado y sus aspectos de comercio.

c) Observación directa

La observación permitió la determinación de los artesanos de Natabuela y sus capacidades para el desarrollo de productos al estilo Macramé

1.5.5 INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información adicional se obtuvo de fuentes secundarias tales como textos históricos y descriptivos, documentos, investigaciones realizadas a nivel regional por parte del Centro de Investigaciones de Fibras Naturales del Ecuador, así como investigaciones desarrolladas por la Agencia de Desarrollo Provincial de Imbabura a cerca del desarrollo de la Cabuya en la Provincia. Además se indagó en textos de marketing, Comercialización y Administración de Empresas frente al uso de esta información se realizó el análisis crítico proponiendo diversas conceptualizaciones inclinadas al desarrollo del tema propuesto y la parroquia de Natabuela.

1.6 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA

CUADRO N° 5

| OBJETIVO | VARIABLES | INDICADOR | FUENTE | TÉCNICA | POBLACIÓN |
|--|------------------------|--|------------|--|--|
| Identificar los factores socio-económicos de la parroquia de Natabuela que permitan el desarrollo de una microempresa productora y comercializadora de productos a base de cabuya, algodón y plástico. | Administración | Recurso Humano Dirección Planificación | Secundaria | Observación Observación Observación | Parroq Natabuela Parroq Natabuela Parroq Natabuela |
| Determinar los aspectos generales, del capital humano y de aprovechamiento de recursos que existe actualmente en la parroquia urbana de Natabuela. | Comercialización | Productos Proveedor Ventas Publicidad Promoción en ventas | Primaria | Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta | Comercializadoras Comercializadoras Comercializadoras Comercializadoras Comercializadora |
| Describir los indicadores sociales, humanos y económicos que fijan la implementación de una microempresa productora y comercializadora de productos a base de cabuya, algodón y plástico. | Demanda / Oferta | Mercado interno y externo Tipo de Clientes Capacidades de compra Frecuencia de Compra Necesidades, gustos, y preferencias Competencia | Primaria | Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta | Comercializadores Comercializadores Comercializadores Comercializadores Comercializadores Comercializadores |
| Establecer una propuesta para impulsar la iniciativa empresarial de la parroquia urbana de Natabuela. | Situación Económica | Población económicamente activa Indicadores sociales Fuentes de trabajo | Secundaria | Observación Observación Observación | Parroq Natabuela Parroq Natabuela Parroq Natabuela |

Elaborado por: Graciela Ruano

Fuente: Observación directa, encuestas, entrevistas.

1.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Para la recopilación de la información en el presente estudio se utilizó tanto las fuentes primarias como secundarias. Se empleó las técnicas de: encuesta y entrevista aplicando para ello el cuestionario como instrumento para recoger los datos necesarios, el mismo que estuvo dirigido los artesanos de Natabuela que confeccionan artículos al estilo macramé, así como también a expertos que por su experiencia aportaron datos útiles para el desarrollo del proyecto.

Además se empleó la observación a través de esta técnica se analizó a la competencia para determinar que aceptación tienen sus clientes con los productos que ofertan.

También fue necesario el uso de las fuentes secundarias tales como: bibliografía especializada, archivos, revistas, publicaciones, periódicos entre otros; para ello se uso la técnica del fichaje ya que contribuye en la obtención de información suficiente y de calidad que sirve de complemento para aquella conseguida a través de las fuentes primarias.

1.7.1 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ARTESANOS QUE CONFECCIONAN ARTÍCULOS AL ESTILO MACRAMÉ EN LA PARROQUIA DE NATABUELA

Luego de haber realizado la correspondiente encuesta a los artesanos de la parroquia de Natabuela, que confeccionan artículos al estilo macramé, se determino la caracterización del producto, sus capacidades de confección, el precio y los costos de producción de las artesanías hechas a base de cabuya, plástico y algodón, establecidas empíricamente, que es el factor motivante de la presente investigación.

Se obtuvo los siguientes resultados.

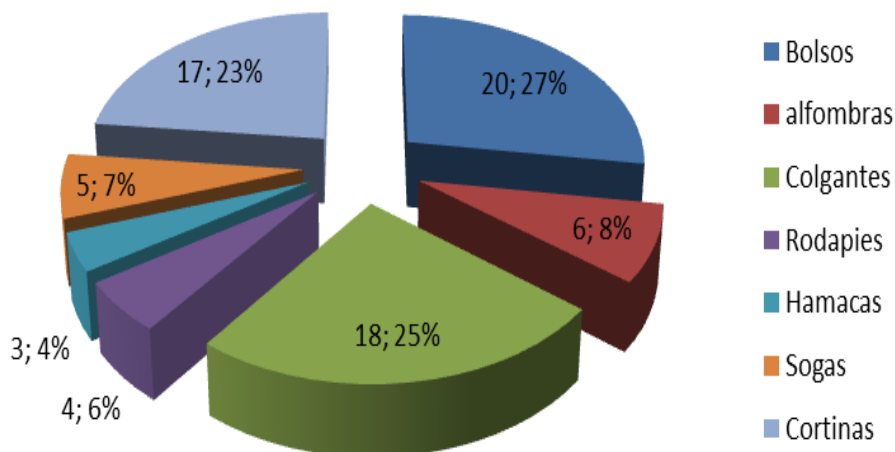
¿Cuáles son los productos de mayor aceptación de sus clientes?

CUADRON°6

| PRODUCTOS DE MAYOR ACEPTACIÓN | | |
|-------------------------------|------------|-------------|
| OPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Bolsos | 20 | 27.4% |
| alfombras | 6 | 8.20% |
| Colgantes | 18 | 24.70% |
| Rodapiés | 4 | 5.50% |
| Hamacas | 3 | 4.10% |
| Sogas | 5 | 6.80% |
| Cortinas | 17 | 23.30% |
| Total | 73 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los artesanos de Natabuela
Elaborado por: Graciela Ruano

GRÁFICO NRO. 1
PRODUCTOS DE MAYOR ACEPTACIÓN



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Dentro de los productos de mayor aceptación en el mercado son los bolsos, colgantes y cortinas y por ende son los de mayor producción, entre los artículos que menos se producen se encuentran las alfombras, rodapiés, hamacas y sogas.

¿De estos artículos cuales son los que más produce mensualmente?

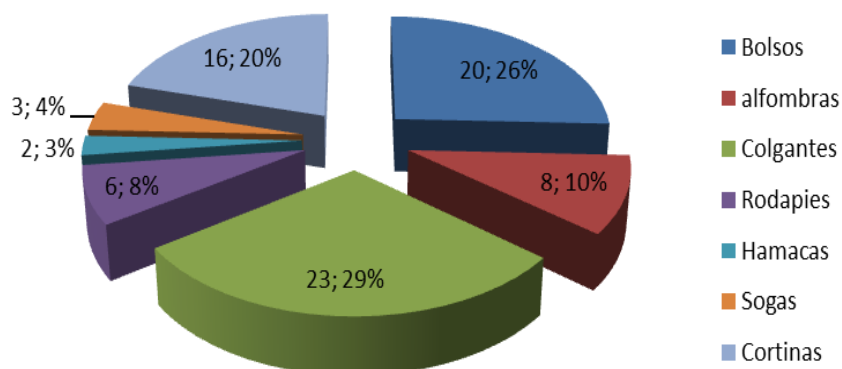
CUADRONº7

| ARTÍCULOS MÁS PRODUCIDOS | | |
|--------------------------|------------|-------------|
| OPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Bolsos | 20 | 27.4% |
| Alfombras | 8 | 11.0% |
| Colgantes | 23 | 31.5% |
| Rodapiés | 6 | 8.2% |
| Hamacas | 2 | 2.7% |
| Sogas | 3 | 4.1% |
| Cortinas | 16 | 21.9% |
| Total | 73 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los artesanos de Natabuela

Elaborado por: Graciela Ruano

GRÁFICO NRO.2
ARTÍCULOS MÁS PRODUCIDOS



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En la encuesta presentada se determinó el tipo de artículos de mayor producción mensual y arrojó como resultado que son los bolsos, colgantes y cortinas. Los productos que tienen una menor producción son las alfombras, rodapiés, hamacas, sogas, comparando con el análisis anterior se determina que es la demanda la que establece la producción de los artesanos de Natabuela, esto posibilita comprender lo que es más conveniente evaluar dichos productos mediante el presente análisis de factibilidad, ya que tendrán mejores posibilidades de demanda.

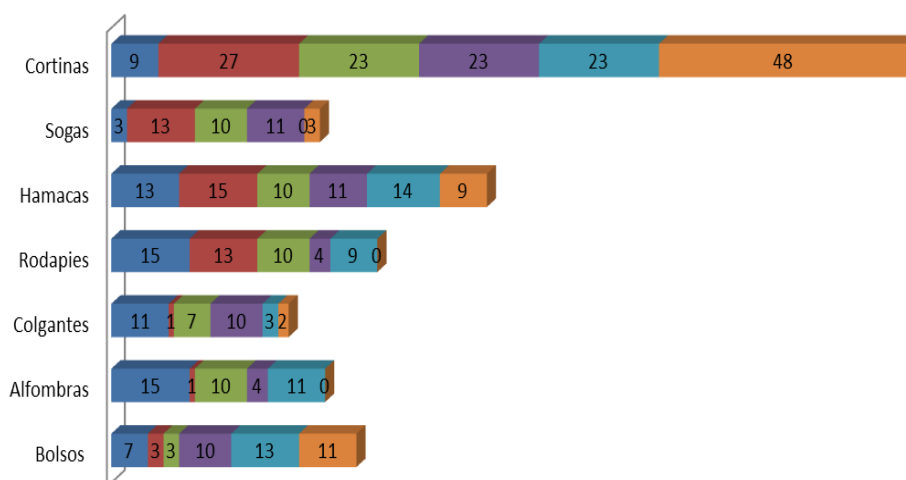
¿Cuál es el precio de venta al público que usted como artesano tiene en sus productos?

CUADRON°8

| PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO DE LOS PRODUCTOS | | | | | | |
|--|---------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| ARTICULOS | De \$1 a \$5 | De \$5 a \$10 | De \$10 a \$15 | De \$15 a \$20 | De \$20 a \$25 | Más de \$25 |
| Bolsos | 7 | 3 | 3 | 10 | 13 | 11 |
| Alfombras | 15 | 1 | 10 | 4 | 11 | 0 |
| Colgantes | 11 | 1 | 7 | 10 | 3 | 2 |
| Rodapiés | 15 | 13 | 10 | 4 | 9 | 0 |
| Hamacas | 13 | 15 | 10 | 11 | 14 | 9 |
| Sogas | 3 | 13 | 10 | 11 | 0 | 3 |
| Cortinas | 9 | 27 | 23 | 23 | 23 | 48 |
| Total | 73 | 73 | 73 | 73 | 73 | 73 |

Fuente: Encuesta realizada a los artesanos de Natabuela
Elaborado por: Graciela Ruano

GRÁFICO NRO.3
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO DE LOS PRODUCTOS



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

La Estimación del precio de venta al público por parte de los artesanos, mayormente se encuentra distribuida entre los bolsos, colgantes, hamacas, y cortinas, como los productos mejor cotizados, tomando en consideración que estas estimaciones son empíricas ya que los artesanos de la parroquia no cuentan con un sistema de cálculo adecuado, ni regular, ni tampoco forma contable alguna, es así que se basan en su demanda y la capacidad de pago del cliente.

¿En qué artículo considera gana más?

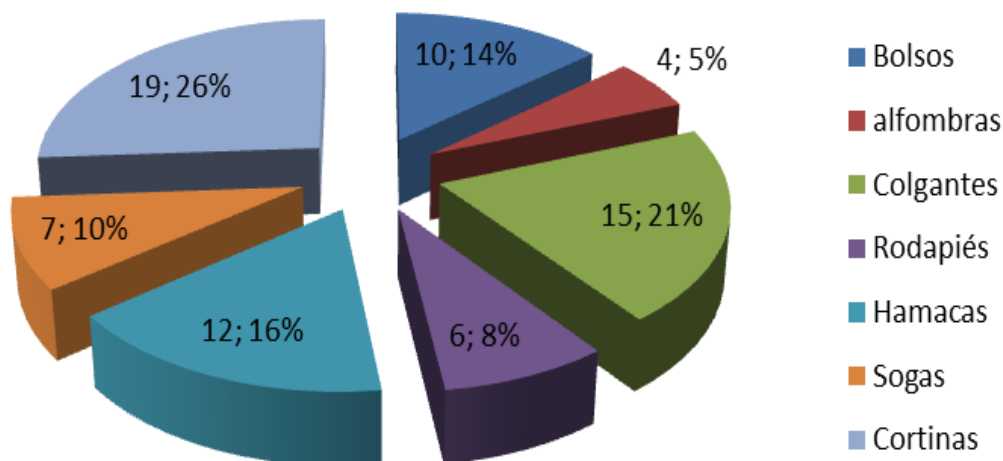
CUADRON°9

| UTILIDAD EN ARTICULOS | | |
|-----------------------|------------|-------------|
| OPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Bolsos | 10 | 14% |
| alfombras | 4 | 5% |
| Colgantes | 15 | 21% |
| Rodapiés | 6 | 8% |
| Hamacas | 12 | 16% |
| Sogas | 7 | 10% |
| Cortinas | 19 | 26% |
| Total | 73 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los artesanos de Natabuela

Elaborado por: Graciela Ruano

GRÁFICO NRO.4
UTILIDAD EN ARTICULOS



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

La utilidad que los artesanos de la parroquia de Natabuela colocan en sus productos está basada en los precios que han sido determinados por ellos durante años, y cuando su materia prima sube o escasea, el precio se incrementa.

Entre los productos de mayor utilidad gravada por los artesanos se encuentran, los bolsos, los colgantes, las hamacas, y las cortinas, además hay que considerar que para el cálculo de utilidad no se toma en cuenta ningún elemento financiero.

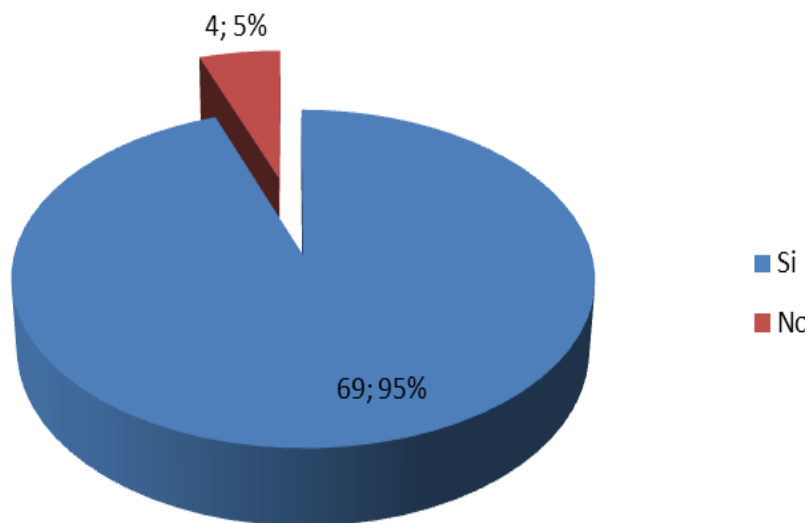
¿Le gustaría que exista una microempresa que produzca y comercialice las artesanías?

CUADRON°10

| PRODUCCION Y COMERCIALIZACION | | |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|
| OPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Si | 69 | 95% |
| No | 4 | 5% |
| Total | 73 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los artesanos de Natabuela
Elaborado por: Graciela Ruano

**GRÁFICO NRO.5
 PRODUCCION Y COMERCIALIZACION**



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

La aceptación de los artesanos encuestas, con respecto a su preferencia de que exista la unificación de sus fuerzas y sus productos sean comercializados a través de una sola fuente, implica de forma positiva casi en su mayoría una ventaja. Así lo han considerado los artesanos de Natabuela, aceptando el presente cuestionamiento, sin embargo existe un bajo pero importante porcentaje de artesanos que no están de acuerdo

¿Le gustaría laborar para una microempresa con su producción?

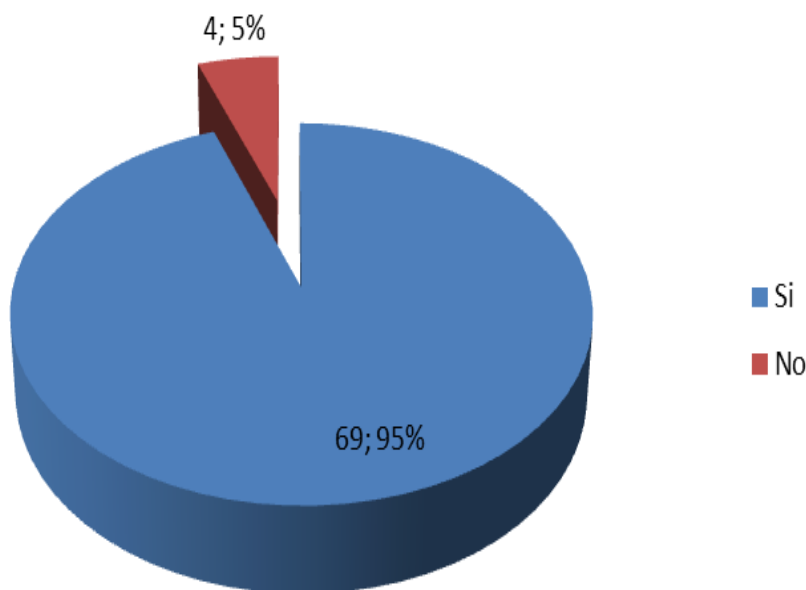
CUADRONº11

| TRABAJAR PARA UNA MICROEMPRESA | | |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|
| OPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Si | 69 | 95% |
| No | 4 | 5% |
| Total | 73 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los artesanos de Natabuela

Elaborado por: Graciela Ruano

**GRÁFICO NRO.6
TRABAJAR PARA UNA MICROEMPRESA**



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Existe un alto nivel de aceptación y apertura por parte de los artesanos quienes consideran que es factible y adecuado formar parte de una microempresa que los sustente en su proyecto artesanal y tradicional del tejido en macramé. Además es muy atractiva para ellos el que un personal calificado determine los precios y sus requerimientos contables y administrativos, ya que reconocen que carecen de estos conocimientos.

1.7.2 ENCUESTA DIRIGIDA A LAS COMERCIALIZADORAS DE ARTÍCULOS AL ESTILO MACRAMÉ.

¿Qué tipo de artículos tiene mayor demanda?

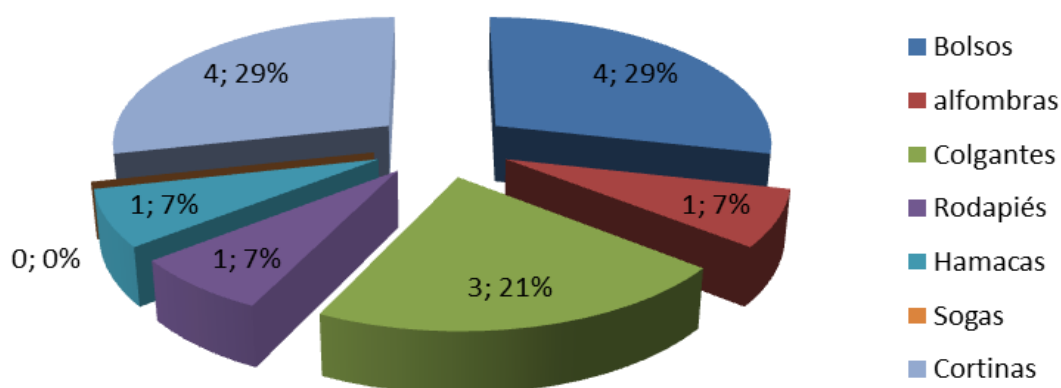
CUADRON° 12

| COMERCIALIZADORAS DE ARTÍCULOS | | |
|--------------------------------|------------|------------|
| OPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Bolsos | 4 | 29 |
| alfombras | 1 | 7 |
| Colgantes | 3 | 21 |
| Rodapiés | 1 | 7 |
| Hamacas | 1 | 7 |
| Sogas | 0 | 0 |
| Cortinas | 4 | 29 |
| Total | 14 | 100 |

Fuente: Encuesta realizada a los Comerciantes de Artículos

Elaborado por: Graciela Ruano

GRÁFICO NRO.7
COMERCIALIZADORAS DE ARTÍCULOS



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

La mayor aceptación del mercado por parte de los clientes, se da en los bolsos y cortinas, estos productos según las comercializadoras son los que mayor demanda tienen, y seguidamente son los colgantes, entre los que menor aceptación se encuentran son las sogas, alfombras, rodapiés, y hamacas, al parecer los clientes tienen preferencia por productos que mejoran la estética del hogar.

¿Cuál es el precio de venta al público de las artesanías?

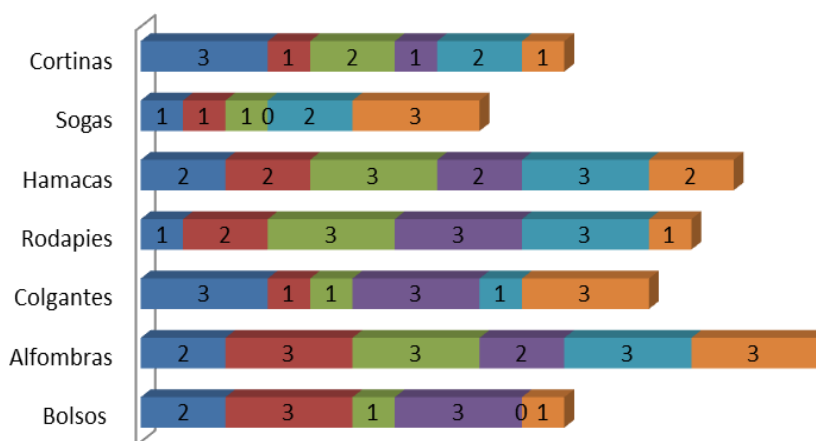
CUADRONº13

| PRECIO DE VENTA | | | | | | |
|------------------------|---------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| ARTICULOS | De \$1 a \$5 | de \$5 a \$10 | De \$10 a \$15 | De \$15 a \$20 | De \$20 a \$25 | Más de \$25 |
| Bolsos | 2 | 3 | 1 | 3 | 0 | 1 |
| Alfombras | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| Colgantes | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 |
| Rodapiés | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 |
| Hamacas | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| Sogas | 1 | 1 | 1 | 0 | 2 | 3 |
| Cortinas | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Total | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 |

Fuente: Encuesta realizada a los Comerciantes de Artículos

Elaborado por: Graciela Ruano

**GRÁFICO NRO.8
PRECIO DE VENTA**



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Considerando que no son productos de primera necesidad y que su venta es una decisión influenciada por el gusto personal, y capricho, los precios de los productos a base de macramé, no son muy altos, los comercializados mantienen un promedio de \$20 a \$25, dependiente del producto esto varía sin embargo no existe una diferencia considerable.

¿En qué meses del año se incrementa la demanda de las artesanías?

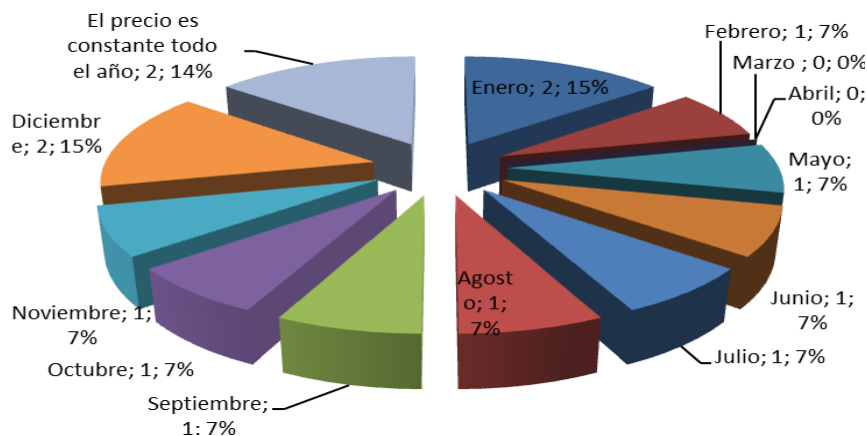
CUADRON° 14

| DEMANDA DE ARTESANIAS | | |
|------------------------------------|------------|-------------|
| OPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Enero | 2 | 15% |
| Febrero | 1 | 7% |
| Marzo | 0 | 0% |
| Abril | 0 | 0% |
| Mayo | 1 | 7% |
| Junio | 1 | 7% |
| Julio | 1 | 7% |
| Agosto | 1 | 7% |
| Septiembre | 1 | 7% |
| Octubre | 1 | 7% |
| Noviembre | 1 | 7% |
| Diciembre | 2 | 15% |
| El precio es constante todo el año | 2 | 15% |
| Total | 14 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los Comerciantes de Artículos

Elaborado por: Graciela Ruano

GRÁFICO NRO.9
DEMANDA DE ARTESANIAS



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Mediante este estudio se puede evidencia que los producto a base de macramé mantiene una demanda constante, y que existe una tendencia mejorar las ventas en los meses de Diciembre y Enero, posiblemente influenciado por los fiestas navideñas, donde el mercado considera a estos como regalos ideales para estas celebraciones, es importante destacar que no es baja la demanda del producto en algún mes específico, su aceptación no tiene grandes variaciones.

¿Cree usted que exista suficiente producción para cubrir la demanda existente?

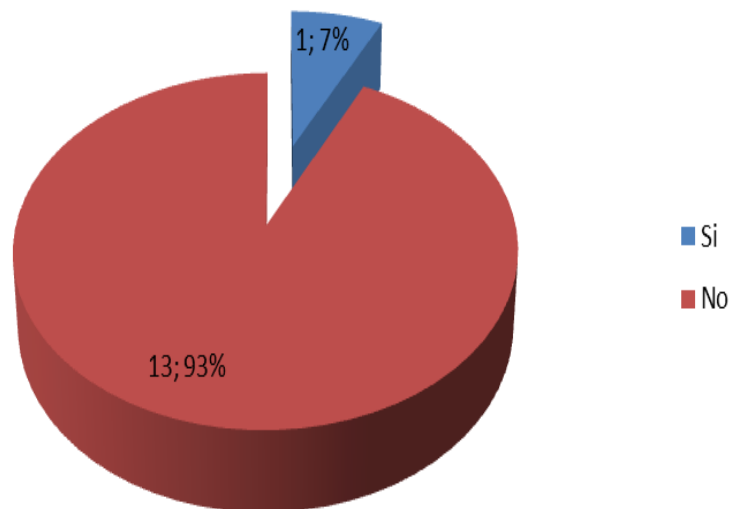
CUADRO N°15

| PRODUCCION PARA CUBRIR LA DEMANDA | | |
|--|-------------------|-------------------|
| OPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Si | 1 | 7% |
| No | 13 | 93% |
| Total | 14 | 100 |

Fuente: Encuesta realizada a los Comerciantes de Artículos

Elaborado por: Graciela Ruano

GRÁFICO NRO.10
PRODUCCION PARA CUBRIR LA DEMANDA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Las comercializadoras creen que no es suficiente la producción actual, tomando en cuenta que ellas depende de la oferta de sus contactos que trabajan también de forma empírica, por tanto carecen de una oferta equilibrada, constante y controlada, en tal virtud, existe una apertura muy importante por parte de las comercializadoras por que la microempresa de artesanos, les permita organizar su producción y mejorar sus ventas.

¿Cuáles de estos productos son los más vendidos?

CUADRON° 16

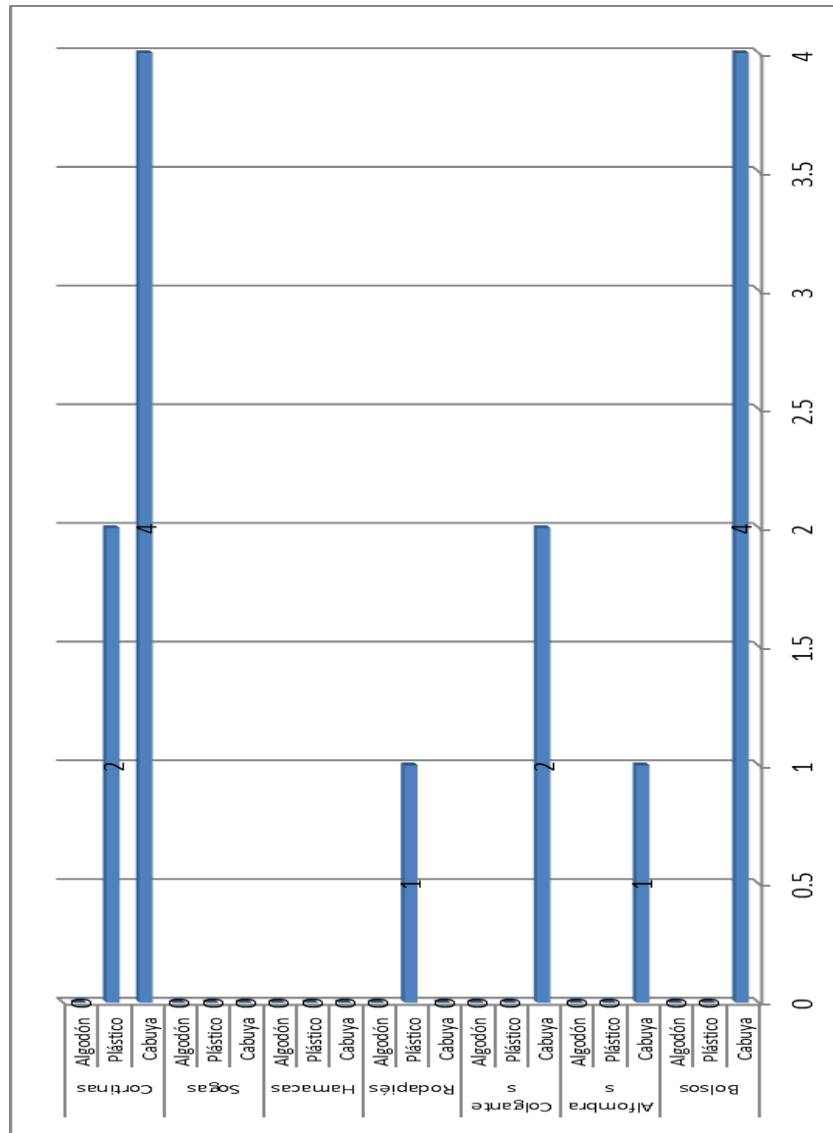
| PRODUCTOS QUE MAS SE VENDE | | | |
|-----------------------------------|----------|-------------------|-------------------|
| OPCIÓN | | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Bolsos | Cabuya | 4 | 28,6% |
| | Plástico | 0 | 0,0% |
| | Algodón | 0 | 0,0% |
| Alfombras | Cabuya | 1 | 7,1% |
| | Plástico | 0 | 0,0% |
| | Algodón | 0 | 0,0% |
| Colgantes | Cabuya | 2 | 14,3% |
| | Plástico | 0 | 0,0% |
| | Algodón | 0 | 0,0% |
| Rodapiés | Cabuya | 0 | 0,0% |
| | Plástico | 1 | 7,1% |
| | Algodón | 0 | 0,0% |
| Hamacas | Cabuya | 0 | 0,0% |
| | Plástico | 0 | 0,0% |
| | Algodón | 0 | 0,0% |
| Sogas | Cabuya | 0 | 0,0% |
| | Plástico | 0 | 0,0% |
| | Algodón | 0 | 0,0% |
| Cortinas | Cabuya | 4 | 28,6% |
| | Plástico | 2 | 14,3% |
| | Algodón | 0 | 0,0% |
| Total | | 14 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los Comerciantes de Artículos

Elaborado por: Graciela Ruano

GRÁFICO NRO. 11

PRODUCTOS QUE MAS SE VENDE



Fuente: Encuesta realizada a los Comerciantes de Artículos

Elaborado por: Graciela Ruano

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Según los datos obtenidos de la encuesta a las comercializadoras podemos evidenciar que los bolsos, cortinas, colgantes son los productos de mayor aceptación. Existe una preferencia por la cabuya, aunque existe preferencia casi al mismo nivel en todos los materiales, sin embargo comercialmente se encuentra la cabuya como un material óptimo para la confección al estilo macramé.

¿Cuáles son los productos con mejor precio según su materia prima?

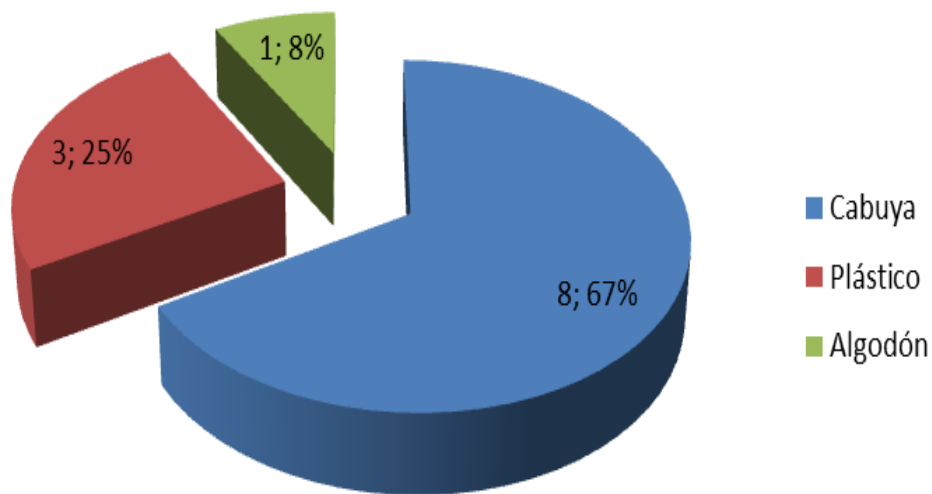
CUADRO N°17

| PRECIO SEGÚN LA MATERIA PRIMA | | |
|-------------------------------|------------|-------------|
| OPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Cabuya | 8 | 67% |
| Plástico | 3 | 25% |
| Algodón | 1 | 8% |
| Total | 14 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los Comerciantes de Artículos

Elaborado por: Graciela Ruano

GRÁFICO NRO. 12
PRECIO SEGÚN LA MATERIA PRIMA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

La Cabuya por excelencia es un material que en la presente investigación ha sido destacado por su resistencia, calidad pero más que nada por ser una fibra natural, da una estética rustica que agrada al consumidor, de igual forma la presente investigación afianza esta preferencia por parte del cliente, estimando que este tipo de fibra tiene no solo mejor aceptación sino mejor precio.

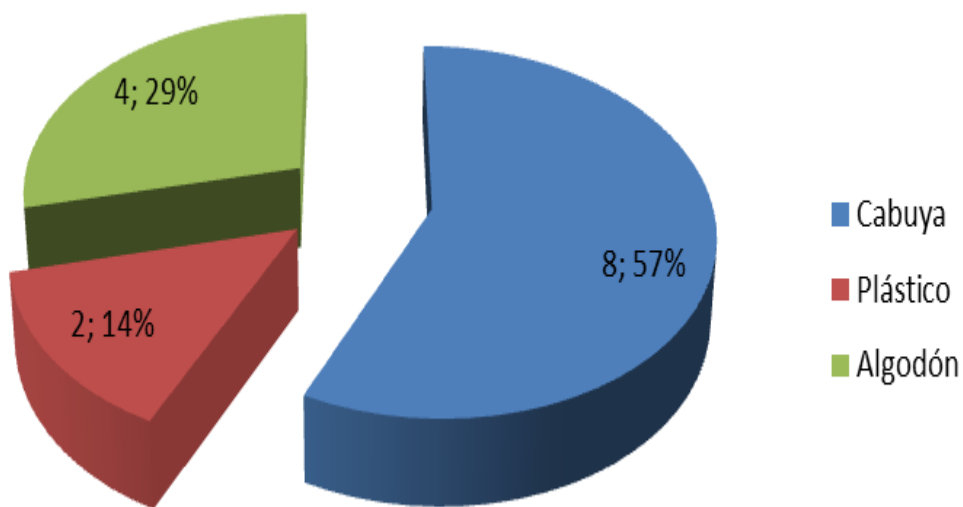
¿Cuáles son los productos con mejor calidad según su materia prima?

CUADRO N° 18

| CALIDAD SEGÚN SU MATERIA PRIMA | | |
|--------------------------------|------------|-------------|
| OPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Cabuya | 8 | 57,1% |
| Plástico | 2 | 14,3% |
| Algodón | 4 | 28,6% |
| Total | 14 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los Comerciantes de Artículos
 Elaborado por: Graciela Ruano

GRÁFICON RO. 13
 CALIDAD SEGÚN SU MATERIA PRIMA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Según la encuesta realizada con respecto a la calidad del producto la cabuya el mejor material y más adecuado para los productos de confección al estilo macramé, aunque el análisis pertinente va orientado tanto al plástico como al algodón.

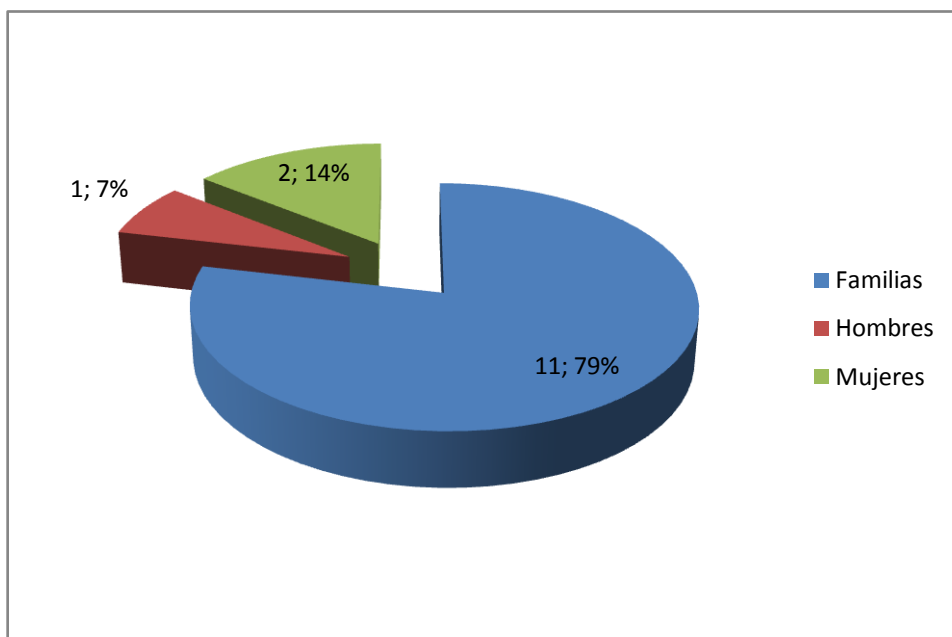
Los productos que usted oferta al estilo macramé en la ciudad de Ibarra son consumidos por:

CUADRO N°19
CONSUMO DE PRODUCTOS

| OPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Familias | 11 | 79 |
| Hombres | 1 | 7 |
| Mujeres | 2 | 14 |
| Total | 14 | 100 |

Fuente: Encuesta realizada a los Comerciantes de Artículos
Elaborado por: Graciela Ruano

GRÁFICO NRO. 14
CONSUMO DE PRODUCTOS



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Según la encuesta realizada a las comercializadoras el consumo de productos al estilo macramé son adquiridos por familias, el análisis poblacional se deberá realizar a familias.

1.8 MATRIZ

| | | |
|------------------------|---|---|
| <p>Internos</p> | <p style="text-align: center;">ALIADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad en la mano de obra, los artesanos tienen destrezas adquiridas durante muchas generaciones • Bajos costos de producción. • La calidad del producto es superior a otras ya existentes en el mercado. • Tiene un valor agregado en la elaboración ya que son de tipo artesanal. | <p style="text-align: center;">OPONENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los artesanos requieren de capacitación permanente respecto a venta, producción, comercialización y relaciones humanas. • El proyecto Requiere de una inversión financiada y un capital inicial alto. • La distancia desde Natabuela (el punto de producción), hasta el punto de venta y comercialización en Ibarra. • Es un producto de consumo exclusivo, sujeto a temporadas y pedidos. |
| <p>Externo</p> | <p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existen más de 150 empresas que comercializan los productos elaborados de fibras al estilo macramé en el Sur de Colombia. • Las asociaciones de los artesanos que confeccionan artículos a base de fibras mejorarían la rentabilidad y demanda del producto. • La alta demanda que existe | <p style="text-align: center;">RIESGOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los agricultores no conocen de la alta demanda de la cabuya así como la posibilidades de nuevos productos con la cabuya como materia prima • No existe un precio regular o establecido la materia prima • Requerimiento de diseños innovadores en el uso de la cabuya como fuente de |

| | | |
|--|--|---|
| | <p>de este producto en Colombia y su alta aceptación por la calidad y durabilidad de la Cabuya, plástico y algodón.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crédito disponible por los bancos del estado para proyectos agrícolas productivos. | <p>elaboración de artículos decorativos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de comercialización a gran escala • Ausencia de mecanismos contables que garanticen la productividad y efectividad de la comercialización y elaboración de productos a base de cabuya. |
|--|--|---|

Elaborado por: Graciela Ruano

1.9 DETERMINAR LA OPORTUNIDAD DE INVERSION

Existe una incipiente nivel de dificultades que impidan una inversión eficaz, factible y oportuna, en el presente proyecto; y son más los elementos que presentan una oportunidad y factibilidad para el desarrollo de la microempresa, tales elementos son: la habilidad de la mano de obra de los artesanos que ha sido pulida durante muchas generaciones, logran no solo así una capacidad no común de tejer en velocidades casi industriales, sino el gusto por innovar los diseños y mantener una línea de diseño exclusiva en sus obras.

Los costos de producción son menores al no requerir una maquinaria tecnificada ni costosa, es decir el capital para financiar el proyecto no es muy alto

Cuando el trabajo no se realiza en serie por medio de maquinas existe un nivel de calidad muy superior cuando se lo realiza a mano, la destreza de las manos de los artesanos es superior al control de las maquinarias esto le da un valor agregado a la calidad del producto.

Las empresas tanto nacionales e internacionales comercializadores de este tipo de artículos abren un campo muy amplio de mercado para que los artesanos incrementen su producción y agrupen cada vez a más artesanos, esto a su vez va a llamar la atención de jóvenes de Natabuela que deseen trabajar, puesto que

tendrán que adquirir la destreza de sus progenitores para involucrarse en el proyecto.

Al mejorar la demanda y no solo esto sino controlarla contable y administrativamente, se mejoraría la rentabilidad del producto lo que involucra directa e indirectamente una mejor calidad de vida para el sector.

Existe también una buena predisposición de los bancos en apoyo a proyectos artesanales para su organización, tecnificación y agrupación ya que estas asociaciones no solo han permitido mejorar su producción sino cumplir cabalmente con sus obligaciones crediticias.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 La Empresa

2.1.1 Definición

Según Koontz, Heinz,W.(2003) “Empresa es una entidad o institución que ejerza una actividad económica en forma usual, la cual combina factores de producción o recursos productivos, trabajo, capital y recursos naturales, recursos humanos para producir bienes y servicios que serán comercializados.”

La empresa es una entidad o institución que ejerza una actividad económica en forma usual, la cual combina factores de producción, trabajo, capital, recursos naturales y recursos humanos para producir bienes y servicios que serán comercializados

2.1.2 Importancia de las empresas

Las Empresas cobran importancia en la definición de mercado donde organiza eficientemente los factores de producción y provee de bienes a la sociedad para satisfacer las necesidades de los demandantes.

2.1.3 Clasificación de las empresas

Existen varios criterios de clasificación de las empresas tales como:

- ✓ Por su naturaleza
- ✓ Por el sector al que pertenece
- ✓ Por su forma jurídica
- ✓ Por su tamaño

2.1.3.1 Por su naturaleza

Empresas de Servicios: Una empresa de Servicios es aquella que mediante cualquier actividad ofrece beneficios intangibles y no genera propiedad física existente, aunque su producción puede estar vinculada a un producto como resultado final como la renta de un bien inmueble o las transacciones monetarias.

Empresas Comerciales: Son aquellas que se dedican o realizan el acto propio de comercio, y su función principal es la compra-venta de productos terminados en la cual interfieren dos intermediarios que son el productor y el consumidor. También dentro de este sector podemos determinar tipos de empresas según la cantidad en el monto de las ventas, por ello tenemos:

Empresas Mayoristas: Son aquellas que venden a empresas minoristas y también a otras mayoristas a gran escala, manteniendo un alto nivel de ventas y comercialización.

Empresas Minoristas: Son aquellas que venden sus productos al consumidor final.

Empresas de Servicios: Son todas aquellas que realizan una actividad comercial, productiva y prestadora de servicios (Agua, Luz, Teléfono, Gas) con fines de lucro.

Empresas Industriales: Son aquellas que se dedican a la transformación de materia prima en nuevos productos, con la finalidad de negociarlos en el mercado nacional e internacional.

Por el sector al que pertenece

Empresas Públicas.- Son aquellas cuyo propietario es el Estado y actúa como empresario en ciertos sectores a los cuales no llega la iniciativa privada.

Empresas Privadas.- Son aquellas cuyo capital pertenece a personas naturales o jurídicas.

Empresas Mixtas.- Son aquellas en las cuales la propiedad de la empresa es compartida entre el Estado y los inversores privados.

2.1.3.2 Por su forma jurídica

Empresario Individual.- Cuando el propietario de la empresa es la única persona que asume todo el riesgo y se encarga de la gestión del negocio.

Sociedades.- Cuando varias personas se deciden a invertir en una empresa pueden formar una sociedad. Se puede constituir los siguientes tipos de sociedades:

- Sociedad anónima.
- Sociedad anónima laboral.
- Sociedad de responsabilidad limitada.
- Sociedad cooperativa de responsabilidad limitada.
- Sociedad regular colectiva.
- Sociedad comanditaria.
- Contrato de cuentas en participación.
- Sociedad civil.

2.1.3.3 Por su tamaño

Son empresas que cubren las necesidades de un sector específico, satisfaciendo sus necesidades y está administrada por una o más personas donde su capital inicial no supera los \$30.000, pueden tener objetivos económicos, sociales o éticos, y se adapta por su tamaño, simplicidad y una organización sencilla, de forma fácil al medio.

La microempresa puede ser definida también por su objetivo, que es el de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, la microempresa es parte de la estructura gubernamental para el cumplimiento del Buen Vivir, siendo limitada conceptualmente por su volumen de movimiento económico es también una referencia su propósito como parte fundamental de una sociedad en vías de desarrollo.

Pequeñas Empresa: La microempresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de bienes y servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad.

Mediana Empresa.- Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 50 personas e inferior a 200.

Grandes Empresas.- Son aquellas que tienen más de 200 trabajadores y 4 millones dólares en activos fijos.

CUADRON° 20

| CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS POR SU TAMAÑO | | | | |
|--|---------------|--------------------------|--------------------|-------------------|
| DETALLE | MICRO | PEQUEÑAS | MEDIANAS | GRANDES |
| Número De Empleados | De 1 a 9 | De 10 a 49 | De 10 a 49 | > a 200 |
| Valor Bruto De Ventas Anuales | < o = 100.000 | 100.001 Hasta 1000.000 | 1000001 a 5000.000 | > a 5'000.000 |
| Valor Activos Totales | Hasta 100.000 | De 100.001 hasta 750.000 | 750001 a 4700.000 | Mayor a 4'700.000 |

Fuente: Resolución SC-NPA-UA-G-10-005 publicada en RO 335 del 7 de diciembre 2010

2.1.4 Sociedad anónima

Es aquella sociedad cuya participación en el capital social es a través de títulos o acciones, estos documentos pueden diferenciarse por su valor nominal y privilegios sobre la sociedad.

2.1.5 Misión de una empresa

Es la razón de ser por la que existe la empresa y debe ser amplia y concreta además de motivadora y real, es decir la determinación de las funciones básicas y cuáles son las actividades que desempeñaría para satisfacer las necesidades de sus clientes.

2.1.6 Visión de una empresa

La visión empresarial está dada por la imagen que esta desea conseguir a un corto plazo, es decir en el futuro de la organización. Es importante que la visión sea creada por la persona que dirige la empresa pues es esta quien tiene las aspiraciones por la cual fue creada, es quien tiene que incluir en su análisis los componentes internos y externos que afecten a esta visión.

2.1.7 Valores y objetivos empresariales

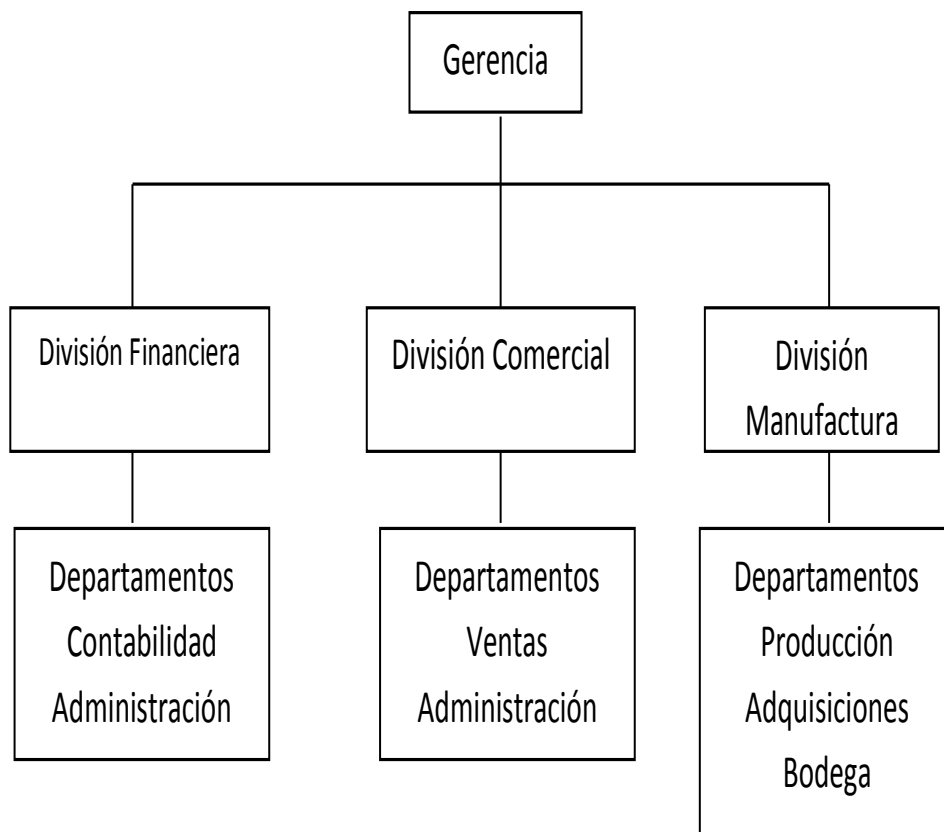
En una empresa es necesario tener una cultura propia que propicie la práctica de valores empresariales a fin de crear un clima favorable y que esto contribuya al progreso de la empresa. Para determinar los impactos que se lograrán con la aplicación de los valores hay que tomar en cuenta la organización empresarial en aspectos como: recursos humanos, capacidad de trabajar en equipo, formación y capacitación de personal, creación un clima favorable para trabajar, reconocimiento de méritos y resultados, y sin duda la visión y la misión de la empresa, pues los valores deberán ir acorde con los propósitos a futuro y las metas que se desea conseguir.

2.1.8 Organigramas

La estructura de la empresa es una disposición de los elementos que ayuda a su organización y distribución de responsabilidades, la forma del organigrama dependerá mucho de la política de la empresa respecto a la asignación de autoridad.

El sistema Clásico: Este sistema es adecuado para una microempresa cuya investigación es objeto del presente estudio, debido a sus características jerárquicas orientadas a mantener la simplicidad y facilidad para la toma de decisiones, además de caracterizarse por ser muy adaptable a empresas pequeñas y que requieren un sistema fácil de estructurar, tomando en cuenta que en la propuesta objeto de investigación no se requiere de una estructura de empresa completa ni requiere de departamentos diferenciados.

GRÁFICO NRO. 15
ORGANIGRAMA DE UNA MICROEMPRESA



2.1.9 Funciones administrativas

En la administración donde se requiere una organización clara y útil del conocimiento se precisa las siguientes funciones administrativas:

Planeación: Esta función define los objetivos y las estrategias a fijarse para posteriormente alcanzarlas mediante los planes integrados y las actividades coordinadas. Se debe tomar en cuenta que dentro de la planificación hay que tomar en cuenta algunos principios como:

- La contribución a los objetivos: Es decir que existe coherencia entre planes.
- La primacía de la planeación: Es decir que preceda a las demás funciones.
- La Extensión de la planeación sea organización, integración de personal, dirección, control.

2.2 La Microempresa

2.2.1 Definición

Según Kother Philip (2006) “Se define como microempresa a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial”.

La microempresa es el desarrollo de cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios.

2.2.2 Características principales

La Micro Empresa reúne adicionalmente las siguientes características:

- a) El propietario o propietarios de la empresa laboran en la misma.
- b) El número total de trabajadores y empleados no excede de diez (10) personas.
- c) El valor total anual de las ventas no excede de doce (12) Unidades Impositivas tributarias

La microempresa reúne adicionalmente las siguientes características:

- a) El número total de trabajadores y empleados no excede de veinte (20) personas.
- b) El valor total anual de las ventas no excede de veinticinco (25) Unidades Impositivas Tributarias.

2.2.3 Importancia

Es una herramienta eficaz de combatir la pobreza ya que permite la generación de empleo e ingresos de los pobres que contribuyen a la satisfacción de sus necesidades básicas. Y justamente la prestación de servicios ágiles y efectivos financieros y no financieros a los microempresarios, que puede ser la manera más efectiva de reducir la pobreza y lograr un amplio, sostenido y equitativo crecimiento económico, además hay que considerar que la inversión de una microempresa es más baja y de menor riesgo.

2.2.4 Clases de microempresas

Microempresas de subsistencia: Son aquellas que tienen tan baja producción que solo persiguen la generación de ingresos con propósitos de consumo inmediato, trabajan sobre la lógica del "irla pasando".

Microempresas de acumulación simple: Es cuando la microempresa empieza su evolución productiva hacia el crecimiento, cuando el empresario puede cubrir los costos de su actividad aunque aún no tenga capacidad de ahorro o inversión, sin embargo, puede también corresponder a una etapa de declinación productiva.

Microempresas de acumulación ampliada "Micro-top": Están generalmente ubicados en áreas de la manufactura donde la competencia de otras empresas les exige aumento de su productividad y calidad mediante mejoras tecnológicas. En estas empresas con mano de obra que incluye salariables y aprendices, es posible la acumulación de conocimiento tecnológico debido al nivel de calificación relativamente alto de sus patronos y trabajadores.

2.2.5 Ventajas de la microempresa

- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del Mercado.
- Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos.

2.2.6 Desventajas de la microempresa

- Utilizan tecnología ya superada.
- Dificultad de acceso a crédito.
- Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- La producción generalmente, va encaminada solamente al Mercado interno.

2.2.7 Requisitos para la creación de una microempresa

- Patente Municipal.
- Registro Mercantil.
- Número Patronal IESS.
- Afiliación a las Cámaras.
- Registro del Cuerpo de Bomberos
- Registro de Publicidad Exterior.
- Nombramiento Representante Legal.
- Registro Único de Contribuyentes RUC.
- Dos ejemplares de la lista de todos los socios.
- Apertura de cuenta (bancos, cooperativas de ahorro).
- Dos ejemplares del estatuto certificados por el secretario.
- Solicitud de aprobación al Ministerio de Relaciones Laborales.
- Acta constitutiva, original y copia, con los datos completos de fundadores nombramiento directorio provisional y firmas de los socios.

- Reserva del Nombre (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI).

2.3 Industria Textil

2.3.1 Definición

Según Hollen Norma (2003) “Todas las telas que usan como materia prima fibras entramadas o tejidas, reciben el nombre de textiles”.

Industria textil es el nombre que se da al sector de la economía dedicado a la producción de ropa, tela, hilo, fibra y productos relacionados en el caso del presente proyecto, tejidos al estilo macramé.

2.4 Producto

2.4.1 Fibras Textiles

2.4.1.1 Definición

Hollen, Norma S. (2003) *“Se denomina fibra textil a los materiales compuestos de filamentos y susceptibles de ser usados para formar hilos o telas, bien sea mediante tejido o mediante otros procesos físicos o químicos.”*

Las fibras textiles son composiciones de hilos que mediante un proceso físico o químico se transforman en materias primas para la confección

2.4.1.2 Clasificación

Una primordial clasificación de las fibras textiles se hace dividiéndolas en dos grandes grupos:

- Fibras naturales.
- Fibras artificiales.

2.4.1.2.1 Fibras Naturales:

Está constituido por todas aquellas fibras que como tales se encuentran en estado natural y que no exigen más que una ligera adecuación para ser hiladas y utilizadas como materia textil. Se subdividen según el reino natural del que proceden: animales, procedentes del reino animal; vegetales, procedentes del reino vegetal; minerales, procedentes del reino mineral.

- **De Origen Vegetal:** Generalmente Celulósicas. Son monocelulares (como el algodón), o se componen de haces de células (como el lino, cáñamo, yute.).

2.4.1.2.2 Fibras Artificiales

La forma una gran diversidad de fibras que no existen en la naturaleza sino que han sido fabricadas mediante un artificio industrial, una parte de ellas, más raras y menos abundantes, son las manufacturadas físicas, proceden de la industria que por medios físicos le confiere a una materia forma de fibra lo constituyen.

2.4.1.2.3 Fibras de Mayor Importancia

Algodón: La borra de algodón se compone de una pelusa y pelos, llamados de seda, cuya longitud varía entre los 2 y 5 cm., retorcidos de manera natural, la fibra de buena calidad es blanca. Los métodos de cultivo de algodón, cuyo desarrollo dura alrededor de doscientos días, cambian según las regiones del mundo. La planta debe regarse muy bien.

Nylon (poliamida): Es un hilo de un solo filamento que se usa para elaborar medias o telas que serán para sillas de playa. A este tipo de hilos se le llama mono filamento.

Esta fibra contiene y retiene escasa humedad con lo cual el secado de las prendas de nylon se reduce y simplifica así como su lavado y planchado. Encuentra aplicaciones en prendas de interiores, aunque no es muy recomendable por dos motivos:

- Por no absorber la humedad.
- Por los posibles, aunque raros casos de alergia en su uso.

El nylon encuentra aplicaciones en calcetería, trajes de baño. En el terreno industrial aplicaciones como redes de pesca, telas y cordones de paracaídas.

Poliéster: Conocido anteriormente con el nombre comercial de Diolén. Este tipo de hilo es muy versátil y fácil de introducir variaciones físicas y químicas, proporcionando a esta fibra características similares a las de la seda. Una modificación química ha sido el desarrollo de la fibra corta de alta tenacidad.

2.4.2 Nombre Científico (Cabuya, Plástico Y Algodón)

Cabuya: Agave filifera

Plástico: Polipropileno, polímero

Algodón: Gossypium herbaceum

2.4.3 Nombres Comunes

Cabuya: Maguey

Plástico: Polipropileno

Algodón: Algodón

2.4.4 Importancia

Es importante para la producción de sacos de cabuya para la exportación de café y cacao, necesidad que en la actualidad se cubre mediante importaciones desde Ecuador. Es una fibra biodegradable que al descomponerse se emplea como alimento y abono; además, no contamina el agua y permite hacer producción limpia, por lo tanto se confecciona fundas de este material para el cuidado del medio ambiente. Sus ventajas son tanto ambientales como de economía, facilidad y calidad.

2.4.5 Origen Y Clasificación

La cabuya tiene su origen en la América Tropical, sobretodo en las regiones andinas de Colombia, Venezuela y Ecuador, donde prevalecen condiciones tropicales durante casi todo el año. En Colombia, la cabuya se cultiva en la parte alta de la sierra templada y fría. En sus orígenes, la cabuya crecía casi de manera espontanea y los habitantes de estas regiones lo desfibaban para la fabricación de alpargatas, redes y cuerdas para sus labores domésticas, igualmente sus subproductos eran utilizados con fines medicinales. En la República Dominicana, la Provincia de Azua, tradicionalmente ha sido productora de cabuya.

2.4.6 Descripción Botánica

Es una planta xerófita masiva de 2 a 7 metros de tamaño, de la familia de las Agaváceas, sin tallo o con un pequeño tronco corto y grueso de menos de 1 metro de tamaño; hojas en una roseta densa, ensiforme – lanceolada, gradualmente acuminada o en forma de acumen, de 1 a 3 m de largo y de 15 a 20 cm de ancho, muy corpulenta y coriácea. El margen contiene espinas gruesas y recurvadas, verdes y en algunos casos glaucas, sobre la superficie presenta algunas hileras cerradas con líneas pálidas. Las panículas muy masivas, conteniendo muchas flores blanco – verdosas o está reemplazada por bulbilos; las flores muy escasamente pediceladas. Tomado de www.wikipedia.org

2.4.7 Principales usos y aplicaciones

Se pueden elaborar sacos reciclables de cabuya para empacar latas, vidrios y plásticos, remplazando las bolsas de basura tradicionales.

2.4.8 Usos De La Fibra

Las fibras de cabuya, se utilizan para hacer hilos con los que se pueden confeccionar redes, cestería, y sogas para puentes colgantes. En agro floristería se le emplea para hacer cercos vivos, y para el control de la erosión en las laderas

secas con pendiente. En medicina tradicional se emplea para curar llagas inflamadas, sarna, y eliminar parásitos externos. También es usada como calmante de quemaduras, es diurética y el zumo de sus hojas posee propiedades cáusticas que sirven como detergente.

2.4.8.1 Aplicación De La Fibra

De las fibras de cabuya se elaboran hilos, de sus hojas papel, de sus espinas agujas y el extracto jabonoso de sus hojas se utiliza como detergente.

2.5 EL MACRAMÉ

2.5.1 Definición

Dueñas, Dora , Lo Bello en Macramé(1995) Afirma que: " Además de una labor, el macramé es un arte que se realiza con las manos y una gran imaginación para crear de la nada un hermoso trabajo. El macramé en general es a base de nudos, en este hay muchas variantes: se pueden confeccionar artesanías de arte popular como: cortinas, colgantes, bolsos en plástico, algodón y cabuya hechos a la comodidad y decoración de su época.

El macramé es una destreza que se tienen en las manos porque se hace nudos decorativos para la confección de artesanías.

2.5.1.1 Cortes de Hilo

Antes de cortar es necesario investigar qué tipo de hilo es ya que ser cortara con tijeras, ya que este material no se devana fácilmente en las puntas. Si es de cordón o hilo torcido de cualquier grosor, el corte se hará con un encendedor o una veladora, esto para evitar que las puntas no se vayan devanando ya que disminuye la medida del cordón. Para empezar cualquier trabajo se deben seguir las instrucciones precisas que se indiquen, más que todo en el corte de los hilos, se

debe medir una cinta métrica para la longitud prevista y con este corte las demás, para que todo sean de la misma medida.

2.5.1.2 Calculo de los hilos

Como regla general, el cálculo de la longitud de un hilo se toma 8 veces la longitud del modelo terminado, pensando que al montar los hilos se hace en su parte media, sería 4 veces la longitud total del trabajo. Esto varía un poco según la extensión o estrechez de la punta y del diámetro del trabajo, si es un macetero sencillo con pocos medallones o con nudos alternados, la medida de 8 tantos será satisfactoria. Si al contrario el trabajo es más estrecho que por lo regular llevan medallones que consumen mucho mas hilo se cortara más de lo normal.

2.5.1.3 Numero de tiras

Cualquier trabajo que usted haya escogido, el número de hilos que se van amontar tienen que ser divisibles de 4, 6, 8, o pares; incluso en los medallones las matemáticas son fundamentales por la exactitud en tiras que se necesitan para cualquier medallón y no tener la sorpresa de que falten o sobren hilos.

2.5.1.4 Aumentos

Los aumentos por regla general se cortan de la siguiente manera: Se miden las tiras activas que se encuentran cerca del lugar donde se va a colocar, el aumento, si esta tira mide por ejemplo 1 .50 m., los aumentos se cortarán de 3mts., o sea el doble ya que al montar en su parte media todas las tiras quedarán del mismo tamaño.

2.6 Estudio De Mercado

2.6.1 Concepto

Kother Philip (2006) menciona en su obra: *“Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de*

mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo”.

El estudio de mercado contribuye a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema, tener una concepción más amplia de los elementos que inciden en el proceso económico; más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez tratan de reducir al mínimo el margen de error posible.

2.6.2 Promoción

Según MONTAÑO, S. Francisco (2005), en su Obra Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el éxito, enuncia que: *“Son programas, actividades o eventos, que tienen por finalidad, ayudar a vender, estimulando una respuesta rápida de compra, en el lugar de la venta, mediante una diversidad de medios de comunicación e incentivos a corto plazo”.* Pág. 126.

La promoción persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado.

Los objetivos principales de la promoción son:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.
- Que se recuerde o se compre la marca/producto.

La promoción no es sólo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de promoción son los siguientes:

- ❖ **La publicidad:** Definida como cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de servicios a través de un individuo u organización determinados.

- ❖ **Las relaciones públicas:** Estimulación no personal de demanda para un servicio obteniendo noticias comercialmente importantes acerca de éste en cualquier medio u obteniendo su presentación favorable en algún medio que esté pagado por el patrocinador del servicio.

- ❖ **La venta personal:** Es la presentación personal de los productos o servicios en una conversación en uno o más futuros compradores con el propósito de hacer ventas.

- ❖ **La promoción de ventas:** Actividades de marketing distintas a la publicidad, venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes y el uso y mejora de efectividad de distribuidor.

2.6.3 Precio

2.6.3.1 Definición

STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2009), en su texto Fundamentos de Marketing, aseveran que: *“Es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad(es un atributo con el potencial para satisfacer necesidades o deseos) que se necesitan para adquirir un producto”*. Pág. 338.

Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto. Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Los costos de producción, distribución
- El margen que desea obtener.
- Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
- Las estrategias de Marketing adoptadas.
- Los objetivos establecidos.

2.6.3.2 Estrategias del precio

Las estrategias con las cuales se establecen los precios de los productos varían según la fase del ciclo de vida que esté atravesando el producto las circunstancias del mercado, competencia e inclusive costos de producción, en especial cuando estos dependen de productores externos o terceros, durante la introducción del producto al mercado es cuando se produce el proceso más difícil.

- *Estrategia de primera:* Introduce un producto de alta calidad a un precio alto.
- Estrategia de buen valor: Introduce un producto de alta calidad a un precio accesible.
- *Estrategia de cargo excesivo:* Productos con una calidad que no justifica su precio.
- *Estrategia de economía:* productos de calidades medias a precios accesibles. Las compañías que lanzan un producto innovador, enfrentan el reto de fijar precios por primera vez.

2.6.4 Producto

2.6.4.1 Definición

Los autores KERIN, Roger A., HARTLEY, Steven W., RUDELIUS, William (2006), en su libro Marketing “CORE” exponen que: *“Es un artículo, servicio o idea que consta de un grupo de atributos tangibles e intangibles que satisfacen a sus consumidores y se consiguen a cambio de dinero o algún otro elemento de valor”*. Pág. 212.

Un producto es cualquier cosa que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, utilización o consumo y que se puede satisfacer una necesidad o deseo. Las necesidades, los deseos y las demandas del ser humano indican que existen los productos necesarios para satisfacerlos.

2.6.4.2 Características del Producto

Marca: Es un símbolo de propiedad personal, la misma que sirve para identificar producto o servicios. La marca permite identificarse y diferenciarse de la competencia, y a su vez ayuda a crear lealtad y a ampliar las operaciones de mercado, así como la identificación del producto y su relación con la calidad del mismo.

Empaque: El empaque sirve para proteger al producto de cualquier daño, muchas empresas por medio de sus empaques dan seguridad a sus clientes de que su producto está bien cuidado y protegido, permitiendo con esto obtener un mejor precio, además de usarlo como promoción e incorporación de la marca implícita en el empaque, su forma, tamaño y presentación influyen directamente sobre la promoción del mercado.

Etiqueta: Es una parte fundamental del producto, porque sirve para identificarlo, describirlo, diferenciarlo, dar un servicio al cliente y por supuesto para cumplir con las leyes, normativas por regulaciones establecidas para cada industria o sector.

2.6.5 Comercialización

2.6.5.1 Definición

La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones y un proceso social. Se da en dos planos: Micro y Macro. Se utilizan dos definiciones: Micro comercialización y Macro comercialización.

Hay dos tipos de marketing que se pueden realizar en una empresa: el marketing estratégico y el marketing operativo (táctico).

Estratégico: Realiza el seguimiento de la evolución del mercado e identifica los diferentes productos-mercado y segmentos actuales o potenciales orientando a la empresa hacia las oportunidades económicas atractivas.

Operativo o Táctico: Está centrado en la realización de un objetivo de cifras de ventas. Con determinados presupuestos de marketing autorizados debe realizar objetivos de cuota de mercado a alcanzar. En el área comercial tiene 6 funciones fundamentales: investigación de mercados, desarrollo de productos, fijación de precios, comunicación, promoción, venta y distribución de productos y servicios.

2.6.5.2 Elementos De La Comercialización

Entorno del mercado: Recoge elementos que afectan a la demanda global tales como crecimiento demográfico, renta por habitante, climatología, demanda de bienes complementarios.

Objetivos y estratégicas de las empresas competidores: Afectan a la reacción de las ventas frente a las actuaciones comerciales de la empresa.

Decisiones estratégicas de la empresa: Relacionadas con la cartera de productos que se dirige al mercado y a los canales de distribución empleados.

Decisiones operativas de la empresa: Relativas a la utilización de las variables como las 4P (Precio, Producto, Promoción y Publicidad, Distribución).

Modo explicativo del comportamiento del consumidor: Recoge las incidencias que tienen en las ventas las modificaciones de los elementos citados: entorno, competencia y decisiones estratégicas y tácticas.

2.6.6 Canales De Comunicación

2.6.6.1 Definición

Según MONTAÑO, S. Francisco (2005), en su libro Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el éxito, denomina que: ***“Son unidades de la organización, que pueden ser internos, como la fuerza de ventas propia; y externos como mayoristas, minoristas, detallistas, distribuidores, para acercar el producto al mercado ”***. Pág. 103.

También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables son las siguientes:

- Canales
- Cobertura
- Surtido
- Ubicaciones
- Inventario
- Transporte
- Logística

Cuatro elementos configuran la política de distribución:

- **Canales de distribución.** Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
- **Planificación de la distribución.** La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
- **Distribución física.** Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
- **Merchandising.** Técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta.

2.6.6.2 Estrategias De Comercialización

La medida de una estrategia de comercialización no es el dinero recibido por los clientes, sino de obtener nuevos clientes que se unen a ustedes según un mercado contemplado.

2.6.7 Mercado

2.6.7.1 Definición

Bravo Mercedes (2001) *“Es una institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores y vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales.” pag 34*

Basándonos en la definición muy completa de mercado que conceptualiza Mercedes Bravo se determina que dicho mercado es social, o sea que el mandante es la sociedad y organizadora de los elementos que confluyen en este mercado, los consumidores o compradores, con la finalidad de interactuar en su beneficio particular, generando un beneficio común, esto es mercado.

2.6.7.2 Segmentación de Mercados

Es el proceso de dividir en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Esto no está arbitrariamente impuesto sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos.

2.6.8 Mercado Meta

Philip Kotler, en su libro *“Dirección de Mercadotecnia”*, define el *mercado meta o mercado al que se sirve como “la parte del mercado disponible calificado que la empresa decide captar”*

Una empresa u organización necesita obligatoriamente identificar y seleccionar los mercados meta hacia los que dirigirá sus esfuerzos de marketing con la finalidad de lograr los objetivos que se ha propuesto.

2.6.8.1 Posicionamiento en el Mercado

Es la manera en la que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia.

2.6.9 Clientes

Monteres Egar (2005) manifiesta que: “Es el receptor de un bien, servicio, producto o idea, obtenida de un vendedor a cambio de dinero u otro artículo de valor. Los clientes tienen necesidades y expectativas que deben ser tenidas en cuenta por la organización. Las necesidades y las expectativas de las personas varían con el tiempo, ya sea por el crecimiento y desarrollo normal del individuo o por la influencia del entorno.”

El cliente es la parte activa de mercado se encuentra ligado a los elementos de la transacción y es meritorio su actuación dentro de esta.

2.6.10 La Demanda

Philip Kotler en su libro “Dirección de Mercadotecnia” *Relación negativa entre el precio y la magnitud de la demanda: La relación entre la cantidad demandada y el precio es inversa, esto se refleja en la pendiente negativa de la Curva de demanda”.*

La demanda se produce cuando: a mayor precio, menor cantidad demandada y a menor precio mayor cantidad demandada. Esto se conoce con el nombre de Ley de la Demanda de Pendiente Negativa. Hay que tener en cuenta que la variable independiente es siempre el precio.

2.6.11 La Oferta

Philip Kotler en su libro “Dirección de Mercadotecnia” *“Es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado”.*

Hay que diferenciar la oferta del término cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

2.6.12 Gestión

2.6.12.1 Definición

Philip Kotler en su libro *Dirección de Mercadotecnia manifiesta* “*Es coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos mediante el uso de seres humanos y de otros recursos*”.

La gestión se define establece una forma de coordinación gerencia cuyos resultados es la innovación, aplicación, y renovación de recursos tanto de la empresa como del sistema productivo.

2.6.13 La Administración

2.6.13.1 Definición

Monteros Egar (2005) menciona: “*Es la ciencia social y técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de todos los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, el conocimiento, etc.) de la organización, con el fin de obtener el máximo beneficio económico o social*”

La administración es una ciencia que permite organizará sistemáticamente los elementos que involucran la empresa, así como tener un resultado exitoso a corto y largo plazo, en los emprendimientos y cumplimiento de objetivos

2.6.13.2 Importancia

La importancia de la administración se ve en que está imparte efectividad a los esfuerzos humanos. Ayuda a obtener mejor personal, equipo, materiales, dinero y relaciones humanas y mejora el nivel de productividad.

2.6.13.2 Elementos De La Administración

Eficacia: Es la capacidad para determinar los objetivos apropiados, es decir, cuando se consiguen las metas que se habían definido.

Productividad: Es la relación resultado (producto) e insumo dentro de un periodo con la debida consideración de la calidad. La productividad implica eficacia y eficiencia en el desempeño individual y organizacional.

Coordinación de recursos: La organización, para lograr sus objetivos requiere de una serie de recursos, estos son elementos que, administrados correctamente, le permitirán o le facilitarán alcanzar sus objetivos.

Grupo social: Este elemento es de gran importancia porque sin él no se puede dar la administración. La administración siempre se da dentro de un grupo social, entendiéndose por grupo social, grupo de personas, empresas, instituciones que de alguna forma comparten los mismos objetivos.

2.6.13.3.1 Planeación

Planear implica hacer la elección de las decisiones más adecuadas acerca de lo que se hará en el futuro. La planeación establece las bases para determinar el elemento riesgo y minimizarlo. La eficiencia en la ejecución depende en gran parte de una adecuada planeación, y los buenos resultados no se logran por sí mismos: es necesario planearlos con anterioridad, y así determinar las metas tanto administrativas como en su comercialización, la planeación está íntimamente ligada a la visión y misión de la empresa.

2.6.13.3.2 Organización

La estructura organizativa del trabajo que tenga una empresa influye directamente en la percepción que pueda tener un trabajador de sus condiciones laborales y en su rendimiento profesional.

2.6.13.3.2 Integración

La integración empresarial necesita el alineamiento de estrategias, objetivos, procesos, sistemas y la infraestructura de tecnologías de información, así como la coordinación de las actividades inter funcionales que hacen uso de la tecnología de información.

2.6.13.3.3 Dirección

Es la aplicación de los conocimientos en la toma de decisiones el cual se debe conocer el comportamiento de la gente, como individuo y como grupo. De manera apropiada para alcanzar los objetivos de una organización.

2.6.13.3.4 Control

Los indicadores de control deben traducir la estrategia al nivel de la actividad, es decir, al nivel del centro de decisión que tiene la actividad a su cargo.

2.14 Contabilidad

2.14.1 Definición

Koontz Heinz (2003) expresa: “*La Contabilidad es una ciencia que nos permite registrar todas las operaciones económico-financieras de una persona natural o jurídica para obtener información confiable que facilite una mejor toma de decisiones.*”

La contabilidad es un arte que nos permite registrar todas transacciones económicas y financieras el cual nos permitirá tomar decisiones a tiempo.

2.14.2 Plan de Cuentas

El plan de cuentas es un listado que presenta las cuentas necesarias para registrar los hechos contables. Se trata de una ordenación sistemática de todas las cuentas que forman parte de un sistema contable. Para facilitar el reconocimiento de cada una de las cuentas, el plan de cuentas suele ser codificado. Este proceso implica la asignación de un símbolo, que puede ser un número, una letra o una combinación de ambos, a cada cuenta.

2.14.3 Libro Diario.

El libro diario es el registro cronológico contable de todas las transacciones realizadas en la empresa principal, este libro consta de dos

columnas la del Debe y la del Haber, se realiza mediante los asientos contables los cuales se ordenan por fecha de creación. Para que los registros sean válidos deben asentarse en el libro debidamente autorizado. Este registro

CUADRO N°21

| LIBRO DIARIO | | | | |
|------------------------|----------------|----------------|-------------|--------------|
| EMPRESA "X Y Z" | | | | |
| LIBRO DIARIO | | | | |
| FECHA | DETALLE | PARCIAL | DEBE | HABER |
| | | | | |

Elaborado por: Graciela Ruano

2.14.4 Estados Financieros

Los Estados Financieros se elaboran al finalizar un determinado período contable el cual facilita la información sobre la actual situación económica y financiera de la empresa la que le permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía.

2.14.4.1 Clases de Estados Financieros

- **Balance General o Situación Financiera:** Denominado también Balance General se elabora al finalizar el período contable para determinar la situación financiera de la empresa en una fecha determinada.

- **Estado de Resultados:** Es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la forma en que se ha obtenido la utilidad o pérdida del periodo, aquí debe identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo.
- **Estado Flujo de Efectivo:** Es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación el cual muestra entradas, salidas y cambio neto en el efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante un período contable.

2.14.5 Contabilidad de costos

2.14.5.1 Definición.

Lozada Checa Juan Afirma: *“La Contabilidad de Costos nos permite demostrar con claridad los Registro pormenorizados de las “inversiones” realizadas en la determinación de todos y cada uno de los elementos que concurren para la producción de bienes finales e intermedios, mediante la utilización dinámica y eficaz de todos los recursos que dispone el hombre para la satisfacción plena de sus necesidades”.*

La contabilidad de Costos, se ha constituido en fuente, apoyo y herramienta, que nos lleva a calificar, cuantificar, analizar y controlar los costos reales que se requieren para prestar un servicio, producir un bien y comercializarlo, las estimaciones de los costos son indispensables para lograr un nivel de ventaja competitiva tanto en precio como demanda.

2.15 Sistemas de Costos.

Sistema de Costos por Órdenes de Producción: La fabricación de cada lote se emprende mediante una orden de producción de los costos unitarios es cuestión de una simple división de los costos totales de cada orden, por el número de unidades producidas en dicha orden.

Sistemas de Costos por Procesos: En este sistema la unidad de costos es un proceso de producción. Los costos se acumulan para cada proceso durante un período de tiempo dado. El total de costos de cada proceso dividido por el total de unidades obtenidas en el período respectivo, nos da el costo unitario en cada uno de los procesos.

Métodos de Valoración de Inventarios: La contabilidad de inventarios involucra dos importantes aspectos: El costo del inventario comprado o manufacturado necesita ser determinado y dicho costo es retenido en las cuentas de inventario de la empresa hasta que el producto es vendido.

Existen 3 métodos de valuación de inventarios que se utilizan en las empresas:

- ***Primeras entradas primeras salidas (PEPS):*** Los primeros artículos que entran al inventario son los primeros en ser vendidos (costo de ventas) o consumidos (costo de producción). El inventario final está formado por los últimos artículos que entraron a formar parte de los inventarios.
- ***Últimas entradas primeras salidas (UEPS):*** El método UEPS para calcular el costo del inventario es el opuesto del método PEPS. Los últimos artículos que entraron a formar parte del inventario son los primeros en venderse (costo de ventas) o consumirse (costo de producción). El inventario final está formado por los primeros artículos que entraron a formar parte de los inventarios.
- ***Promedios:*** Este método requiere calcular el costo promedio unitario de los artículos en el inventario inicial más las compras hechas en el período contable. En base a este costo promedio unitario se determina tanto el costo de ventas (producción) como el inventario final del período.

Los inventarios de mercancías se pueden llevar tanto por el sistema perpetuo o por el sistema periódico, en el primero, el inventario se afecta cada vez que compramos y/o vendemos mercancías, mientras que el segundo no se registran los

movimientos del inventario sino, que al final del periodo contable se procede a un conteo físico para calcular la existencia en el negocio.

2.16 Técnicas De Evaluación Financiera

Es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de evaluación económica son herramientas de uso general. El valor presente neto y la tasa interna de rendimiento se mencionan juntos porque en realidad es el mismo método, sólo que sus resultados se expresan de manera distinta. Recuérdese que la tasa interna de rendimiento es el interés que hace el valor presente igual a cero.

Estas técnicas de uso muy extendido se utilizan cuando la inversión produce ingresos por sí misma, es decir, sería el caso de la tan mencionada situación de una empresa que vendiera servicios de informática. El VPN y la TIR se aplican cuando hay ingresos, independientemente de que la entidad pague o no pague impuestos. Es importante tener en cuenta que el valor del Valor Presente Neto depende de las siguientes variables:

- La inversión inicial previa
- Las inversiones durante la operación
- Los flujos netos de efectivo
- La tasa de descuento
- El número de periodos que dure el proyecto.

2.16.1 Punto De Equilibrio

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ($IT = CT$). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible

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

2.16.2 Valor Actual Neto

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto el cual es muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos. Si su valor es mayor a cero, el proyecto es rentable, considerándose el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

2.16.3 Tasa Interna De Retorno

Es la tasa de interés (o la tasa de descuento) con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión, es un indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad.

2.14.4 Beneficios /Costo

Es una lógica basada en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana se supone que todos los hechos y actos pueden evaluarse bajo esta lógica, aquellos dónde los beneficios superan el coste son exitosos, es indispensable además conseguir una recuperación de la inversión adecuada y dentro de los plazos donde la inversión cubra no solo el tiempo de vida útil de los bienes muebles, enseres, y equipos, sino que se mantenga por encima de los porcentajes de inflación y rentabilidad bancaria.

2.16.5 Razones Financieras

Para evaluar la situación y desempeños financieros de una empresa, estos se utilizan frecuentemente como razones, o índices que relacionan datos financieros entre sí el análisis e interpretación de varias razones y tener un mejor conocimiento de la situación y desempeño financieros de la empresa que el que podrían obtener mediante el análisis aislado de los datos financieros.

2.16.6 Período De Recuperación

Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo permite anticipar los eventos en el corto plazo.

2.17 Aspectos Legales

2.17.1 Obligaciones Laborales del Empleador

Debido al objetivo de contratar los servicios de los artesanos de la parroquia de Natabuela para la confección de bolsos y colgantes se requieren cumplir con todos los reglamentos laborales mismos que toda microempresa deberá tener con sus empleados, estos se detallan a continuación.

Afiliación a la Seguridad Social desde el primer día de trabajo: Los derechos de los trabajadores a la Seguridad Social son irrenunciables. (Art. 34 de la Constitución de la República del Ecuador y Art. 4 del Código del trabajo).

A percibir como mínimo el Sueldo Básico (292 usd): En el Suplemento del Registro Oficial No.618, del viernes 13 de enero de 2012, se publicó el Acuerdo Ministerial No.0369, emitido por el Ministro de Relaciones Laborales del Ecuador, mediante el cual se fija en US\$292 mensuales el salario mínimo (Salario básico unificado) de los trabajadores del sector privado en Ecuador, vigente a partir de enero 1 de 2012.

A percibir horas extras y suplementarias, en el caso que trabajes estas horas: Trabaja más de 8 horas, su jornada es nocturna, labora en fines de semana y/o feriados. Tiene derecho a horas extras/suplementarias.

A percibir los décimos tercero y cuarto en las fechas establecidas: El 14^{to} sueldo consiste en un sueldo básico unificado vigente a la fecha de pago. (\$292,00 usd.).

El período de cálculo del 14^{to} sueldo para el trabajador que ha laborado el período completo es: Trabajadores de la costa y región insular: Marzo 1 del año anterior a Febrero 28 (ó 29) del año del pago

Trabajadores de la sierra y oriente: Agosto 1 del año anterior a Julio 31 del año del pago. Los trabajadores que han laborado por un tiempo inferior al período de cálculo o que se desvinculan del empleador antes de la fecha de pago, tienen derecho a una parte proporcional del 14^{to} sueldo.

A percibir los Fondos de Reserva a partir del segundo año de trabajo: Los Fondos de Reserva, son un beneficio, al que tienen derecho todos los trabajadores en relación de dependencia, después de su primer año de trabajo.

De acuerdo con la nueva “LEY PARA EL PAGO MENSUAL DEL FONDO DE RESERVA Y EL RÉGIMEN SOLIDARIO DE CESANTÍA POR PARTE DEL ESTADO”, publicada en el Registro Oficial No. 644, de 29 de julio del 2009, se establece la nueva modalidad para el pago del fondo de reserva .

A un periodo de vacaciones laborales remuneradas: Las vacaciones laborales anuales es un derecho que tiene todo trabajador a que el empleador le otorgue un descanso remunerado.

Tienen derecho a las vacaciones los trabajadores que han cumplido un año de trabajo para el mismo empleador, en caso de salir del trabajo antes de cumplir el año de servicio debe cancelarse al trabajador la parte proporcional a las vacaciones no gozadas.

A recibir una compensación por el salario digno: El salario digno es la búsqueda de un salario que permita a la familia ecuatoriana contar con los medios para vivir dignamente. Se lo ha concebido en términos económicos como la remuneración que una familia necesita para consumir la canasta básica.

El salario digno se determina dividiendo el costo promedio de la canasta básica del año 2012, para el número de perceptores del hogar determinados por el INEC, el mismo que servirá de base para calcular la compensación económica que deberá pagar el empleador hasta el 31 de marzo del 2012. El salario digno para el año 2012 es de 350.70 (trescientos cincuenta dólares americanos con 70/100).

A un periodo de licencia por paternidad (nuevo padre): El padre tiene derecho a licencia con remuneración por 10 días por el nacimiento de su hijo/a por parto normal; en los casos de nacimientos múltiples o por cesárea se prolongará la licencia por 5 días más.

A un periodo de licencia por maternidad (madre): Las “futuras madres” afiliadas a la Seguridad Social tiene derecho a una licencia de 12 semanas remuneradas por motivo del nacimiento de su primogénito, estas doce semanas pueden ser tomadas incluso desde días o semanas antes de que se produzca el nacimiento, sin embargo al cumplirse las 12 semanas tendrá que reincorporarse a sus labores normales. Las madres que se reincorporen a sus labores dentro de la empresa, tendrán un horario especial de 6 horas diarias por motivo de lactancia. Este horario podrá ser fijado por el reglamento interno, contrato colectivo o de común acuerdo con el empleador. Esta disposición está estipulada en el artículo 155 inciso tercero del Código de Trabajo que dice:

Art. 155. En las empresas o centros de trabajo que no cuenten con guarderías infantiles, durante los nueve (9) meses posteriores al parto, la jornada de trabajo de la madre del lactante durará seis (6) horas que se señalarán o distribuirán de conformidad con el contrato colectivo, el reglamento interno, o por acuerdo entre las partes.

Es importante recordar que el horario especial de lactancia durará hasta que el niño o niña cumpla los 9 meses de nacido.

Al subsidio por maternidad para la nueva madre: Se paga cuando la afiliada ha recibido atención médica, tiene certificado de reposo prenatal y de nacimiento del niño o niña vivos. La afiliada que trabaja en empresa privada, recibe un subsidio por maternidad equivalente al 75% de la remuneración declarada en el pago de aportes.

La afiliada que trabaja en instituciones públicas no recibe subsidio por maternidad, ya que su sueldo será completo durante las doce semanas de reposo.

Solicitar certificados relativos a su trabajo: La Ley estipula la exigencia de dar certificados referentes a:

- Certificado de trabajo
- Certificado de ingreso o sueldo
- Certificado de honorabilidad

Recibir un pago por concepto de utilidades: El Art. 97 del Código del Trabajo, establece que el empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el quince por ciento (15%) de las utilidades líquidas. Para la determinación de las mismas, se tomará como base las declaraciones o liquidaciones del pago del impuesto a la renta.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

Los objetos decorativos para el hogar son muy apreciados por todas las personas que buscan mejorar su calidad de vida, son artesanías elaboradas a base del tejido macramé, con todavía mayor aceptación tales como bolsos, colgantes y cortinas, en el mercado se los utiliza para decorar las habitaciones, cocinas, baños entre otros lugares, cabe destacar que este tipo de artesanías no se elaboran por medio mecánicos sino que se realizan de manera artesanal; es decir, se emplean las manos y otras herramientas que facilitaban el trabajo a los artesanos.

En la actualidad se observa que este tipo de productos están llamando mucho la atención de los clientes por la variedad que existe y por las modificaciones que surgen con el pasar de los días, los cuales se puede escoger de acuerdo a los gustos y precios cómodos.

En la parroquia de Natabuela no existe microempresas que se dediquen a este tipo de labor, sin embargo se puede destacar que este sector cuenta con muchas personas creativas e innovadoras con ganas de trabajar, ya que no ejercen una actividad fija debido a sus condiciones de vida además de tener una habilidad innata fruto de esta tradición de la confección macramé por esta razón hoy en día se hace necesario elaborar proyectos productivos que permitan rescatar y mejorar este tipo de actividades y lo principal aprovechar las manos Ecuatorianas.

Con la creación de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos a base de confección macramé, se pretende aprovechar los conocimientos que los artesanos cuentan, además con la creatividad de estas personas y su imaginación se podrán crear nuevas líneas de productos que

cautiven la atención de los futuros clientes; la venta de estos productos tendrá una gran importancia para la población de Natabuela porque representarían una fuente de ingreso, fruto de su trabajo y esfuerzo, el cual permita aportar con la economía del hogar y mejorar sus condiciones de vida.

Los principales competidores para la microempresa serán las comercializadoras que venden este tipo de artesanías en donde se expongan productos novedosos, y las ferias en donde se exponen este tipo de productos al estilo macramé.

3.2 Identificación del producto

Los productos que fueron sujetos de estudio de mercado en su mayoría se encuentran los colgantes, los bolsos y cortinas para el hogar los cuales consideran los clientes son los que más se adquieren comúnmente, el beneficio que brinda esta microempresa es su producto, será realizado a un costo mejor y con mayor capacidad de comercialización ante la publicidad, marca y resaltando la tradición que envuelve a esta parroquia.

3.2.1 Tipo de productos que se van a ofertar

Luego de realizar una pequeña presentación del producto, al momento de aplicar las encuestas a los futuros clientes se pudo determinar la apreciación de productos al estilo macramé, y los que se producirán serán:

- Colgantes en cabuya
- Colgantes en algodón
- Colgantes en plástico
- Bolsos en cabuya
- Bolsos en plástico
- Bolsos en algodón
- Cortinas en Cabuya

3.2.2 Materiales empleados para la elaboración de los productos en confección al estilo macramé

Para la determinación del tipo de materiales que serán empleados en la confección de estos productos, se realizaron las observaciones respectivas y una prueba por parte de la autora para conocer cómo será la presentación del producto terminado. Para lo cual se determinó la utilización de los siguientes materiales:

- Cabuya
- Plástico
- Tela
- Algodón
- Tintes

3.3 Mercado Meta

La oferta de estos artículos está enfocada a las personas de clase media en adelante del sector urbano del país y posteriormente nos enfocaremos la comercialización al exterior, se consideró a estos los más atractivos ya los extranjeros son quienes más disfrutan de estos productos novedosos más aun si se le puede poner un aporte agregado como es la tradición autóctona que tendrá la marca de Natabuela. La empresa desea innovar de manera diaria para crear nuevos productos en los cuales involucren a toda la comunidad, es decir que se puedan crear líneas de confección para las madres de familia las cuales puedan decorar su hogar con este tipo de artículos.

3.4 Segmento de Mercado

Los diferentes productos al estilo macramé serán elaborados en la parroquia de Natabuela, en este lugar existe la mano de obra suficiente y competente, puesto que cuenta con artesanos creativos e innovadores los cuales serían los requisitos suficientes para la confección de estos.

La oferta de este tipo de productos será en un pequeño lugar ubicado en el centro de la ciudad de Ibarra de preferencia en la parte central, fácil de identificar y ubicar. Direccionado para personas entre 20 a 70 años ya que se considera que es la población ideal para la compra de estos productos, además se analizará la posibilidad de atender un posible segmento que relaciona a los clientes externos.

3.5 Análisis de la oferta

La Oferta de los diferentes productos que se expenden en el país no ha tenido variación significativa, al no ser producidos de manera masiva y en algunos casos son productos elaborados por empresas extranjeras, estos se expenden en almacenes en pequeñas cantidades, son pocos los locales comerciales que se dedican exclusivamente a la comercialización de estos artículos tales como: Almacenes de Artesanías Quito, Confecciones Ana Lucía en la ciudad de Quito, entre otros, pero cabe destacar que nos son productores. Además los productos elaborados a mano de forma artesanal son muy atractivos al mercado extranjero; dentro de la ciudad de Ibarra no existe un producto similar a ofertarse.

3.6 Análisis de la demanda

Luego de realizarse la presentación del producto se determinó la aceptación que tendrá este en la ciudad de Ibarra donde reside el punto de venta. Al grupo de personas quien se encuentra destinado el producto son las familias, quienes están en la disposición de adquirirlo un producto por familia ya que no es un bien que se adquiere como una necesidad básica y tampoco es un bien de consumo masivo, sino un adorno para el hogar por lo cual se determina la posible adquisición del producto por hogares en la ciudad de Ibarra, es por esta razón que se considero la demanda en relación al numero de pobladores según las familias de la ciudad de Ibarra, tomando en consideración la información a cerca del crecimiento población según el INEC del año 2008, 2009, 2010, y sus proyecciones de crecimiento para el año 2011, 2012 y, se realizó el estudio de la demanda potencia de las familias en la ciudad de Ibarra, para determinar los futuros clientes.

CUADRON° 22

TABLA CORRESPONDIENTE A LAS FAMILIAS DEL CANTÓN DE IBARRA

| AÑOS | FAMILIAS |
|------|----------|
| 2008 | 30578 |
| 2009 | 31076 |
| 2010 | 31554 |
| 2011 | 32024 |
| 2012 | 32523 |

Fuente: INEC 2011

3.7 Proyección de la demanda

Para el cálculo de la demanda proyectada, se aplicó el Método de Mínimos Cuadrados, cuya función de proyección fue de Análisis de Regresión Lineal, aplicando los datos históricos y el año base del proyecto, la proyección se lo hará para 5 años.

3.7.1 Cálculo de la demanda proyectada

Método de Regresión Lineal

FÓRMULA

$$y = a + bx$$

Ecuaciones Normales

1. $\sum y = na + b \sum x$
2. $\sum xy = a \sum x + b \sum x^2$

Aplicando la Fórmula y las ecuaciones antes mencionadas obtenemos el siguiente cuadro

CUADRON°23

CLIENTES DE EDADES DE 20 A 60 AÑOS

| AÑOS | Nro. Familias(Y) | Tiempo (X) | $\sum xy$ | $\sum x^2$ |
|--------------|-------------------------|-------------------|---------------|------------|
| 2008 | 30578 | 1 | 30578 | 1 |
| 2009 | 31076 | 2 | 62152 | 4 |
| 2010 | 31554 | 3 | 94662 | 9 |
| 2011 | 32024 | 4 | 128096 | 16 |
| 2012 | 32523 | 5 | 162615 | 25 |
| TOTAL | 157755 | 15 | 478103 | 385 |

Elaborado por: Graciela Ruano

$$1. \sum y = na + b \sum x$$

$$157755 = 5 a + 15 b$$

$$a = \frac{157755 - 15b}{5}$$

$$a = \frac{157755 - 15 (2705.73)}{5}$$

$$a = \frac{157755 - 40585.95}{5}$$

$$a = \frac{117169.05}{5}$$

$$a = 23433.81$$

$$2. \sum xy = a \sum x + b \sum x^2$$

$$478103 = 15 \left[\frac{157755 - 15b}{5} \right] + 385b$$

$$5(478103) = 15(466.244 - 15b) + 385(5)$$

$$2390515 = 6993660 - 225b + 1925b$$

$$b = \frac{4603145}{1700}$$

$$b = 2705.73$$

Remplazando en la fórmula principal tenemos la demanda para los próximos 5 años:

$$y = a + bx$$

$$y_6 = 23433.81 + 2705.73(6)$$

$$y_6 = 39668 \text{ personas}$$

$$y_7 = 23433.81 + 2705.73(7)$$

$$y_7 = 42373 \text{ personas}$$

$$y_8 = 23433.81 + 2705.73(8)$$

$$y_8 = 45079 \text{ personas}$$

$$y_9 = 23433.81 + 2705.73(9)$$

$$y_9 = 47785 \text{ personas}$$

TASA DE CRECIMIENTO

$$M = c (1 + i)^{n-1}$$

$$56.688 = 52.451 (1 + i)^{5-1}$$

$$\frac{56.688}{52.451} = (1+i)^{5-1}$$

$$\sqrt[4]{\frac{56.688}{52.451}} - 1 = i$$

$$\sqrt[4]{1.084593} - 1 = i$$

$$3.59-1=i$$

$$I=2.59 \approx 2.60$$

i = 2.60% tasa de crecimiento de la demanda de clientes proyectada a 5 años plazo, anticipando el número de personas que se incrementarán, por cada año de cálculo.

CUADRONº24

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA PARA 5 AÑOS

| AÑOS | CLIENTES(PERSONAS) |
|-------------|---------------------------|
| 2012 | 32523 |
| 2013 | 39668 |
| 2014 | 42373 |
| 2015 | 45079 |
| 2016 | 47785 |

Elaborado por: Graciela Ruano

3.7.2 Demanda Proyectada a Cubrir con el Proyecto

Según los datos recopilados en el la encuesta realizada a los artesanos, cada artesano tiene la capacidad de realizar diez productos por día, terminado; sea este bolso, colgante, cortina, los materiales de cabuya, plástico o algodón.

Siendo así que un artesano realiza 50 unidades por semana, es decir 200 unidades por mes de tal forma que dos artesanos podrían realizar hasta 400 productos por mes, 4800 productos por año.

Por tanto la oferta potencial será de 3600 productos por año, incrementando un artesano más por año, para cubrir el incremento de demanda.

CUADRON° 25

DEMANDA QUE CUBRIRÁ EL PROYECTO

| AÑOS | POSIBLE DEMANDA INSATISFECHA | DEMANDA A CUBRIR EN U. | % DE PRODUCCIÓN A CAPTAR |
|------------------|------------------------------|------------------------|--------------------------|
| 2012 | 32523 | 4800 | 14.75% |
| 2013 | 39668 | 7200 | 18.15% |
| 2014 | 42373 | 9600 | 22.65% |
| 2015 | 45079 | 12000 | 26.61% |
| 2016 | 47785 | 14400 | 30.13% |
| Total / Promedio | 207428 | 48000 | 23.14 |

Elaborado por: Graciela Ruano

Como se analiza la microempresa cubre en su primer año un 14.75% de la posible demanda será cubierta y en los próximos años espera tener un mayor crecimiento en la producción para lograr cumplir un porcentaje más significativo que represente mayor beneficio.

3.8 Análisis de la Competencia

Uno de los pasos importantes del estudio de mercado consistió en analizar los competidores para determinar si sus productos están satisfaciendo totalmente las exigencias de los clientes, se efectuaron encuestas para determinar comercializadoras que mayor demanda tienen en el país, y también se realizó una observación que fue de tipo no participante con la finalidad de revisar el tipo de productos que se ofertan, sus precios así como los materiales empleados para su elaboración, esta forma de investigación se ejecuto debido a la restricción existente en el mercado para dar información específica de los productos que expenden.

Dicha investigación permitió determinar los principales comercializadoras que son los Almacenes de Artesanías Quito, Confecciones Ana Lucía en la ciudad de Quito, entre otros locales que aún no cuentan con una exclusividad ni patente para el establecimiento de una marca exclusiva de confección al estilo macramé, independiente de la marca que se pretende crear que es NATABUELA ARTS además de garantizar el requerimiento de los productos.

Además de los locales comerciales antes mencionados también se debe prestar especial atención a los artesanos ya que el tiempo y paciencia que emplean en la elaboración de sus productos llama la atención de los clientes que siempre buscan satisfacer sus necesidades. Un ejemplo de estos puede ser la Asociación de Artesanos de la Natabuela y los pequeños artesanos que se presentan en sus alrededores los fines de semana, que confeccionan sus artesanías.

En cuanto a los productos que se ofrecen en este tipo de lugares en su mayoría son; todo tipo de confecciones en diferentes formas, tamaños y precios.

En lo que respecta a los precios de los productos estos oscilan entre \$25,00 a \$30,00 dólares, en el mercado común interno, los mismos que varían dependiendo del lugar, calidad, diseño y tipo de productos.

Los materiales fueron de difícil análisis puesto que no se cuenta con la experiencia para identificar cada uno de ellos, sin embargo, entre ellos se puede mencionar los siguientes: algodón, tela, hilo, lana, plástico, de estos materiales algunos corresponden a materia prima directa y otros a materia prima indirecta, a esto se le incrementó elementos de adorno según la temporada y preferencia del cliente, considerando en los costos dichos adornos, como costos adicionales, mismos que se detallan en los cuadros 26, 27,28, 29,30,31, 32, 33 mismos que son ocasionales según la fecha.

Con este estudio se estableció la tendencia de compra que tienen los clientes de la ciudad de Ibarra, los precios que rigen en el mercado y los principales competidores.

Estos datos son de suma importancia ya que a través de esta investigación se detectan las deficiencias de la competencia y estrategias que hagan de una empresa la mejor, además se debería destacar las características diferenciadoras de NATABUELA ARTS, al aprovechar la destreza y capacidad de los artesanos de Natabuela.

3.9 Análisis de Precios

Para considerar el precio que los clientes estarían dispuestos a cancelar por el producto se ha tomado la información de las encuestas realizadas a las diferentes comercializadoras en donde se determinó que los clientes tienen una capacidad adquisitiva para estos productos entre \$15.00 a \$50.00 dólares, hay que tomar en cuenta que algunos de los precios se obtuvieron bajo consulta de compradores por ser información clasificada para algunas comercializadoras.

A continuación se especifica cuál será el costo del producto diferenciando los costos de materia prima indirecta y directa, costos adicionales de materia prima, adornos y elementos requeridos para el trabajo final, mano de obra directa y su precio de venta al público, por producto.

3.9.1.1 Costos de colgantes en cabuya

CUADRO N°26

| COSTO DE COLGANTES DE CABUYA | | | |
|-------------------------------------|----------|------------|-------------|
| MPD | | | |
| MATERIAL | Q | C.U | CT |
| Cabuya | 67 | 0.04 | 2.68 |
| Varillas | 1 | 1 | 1 |
| Pintura | 5 | 0.05 | 0.25 |
| TOTAL MPD | | | 3.93 |
| MPI | | | |
| Etiquetas | 1 | 0.03 | 0.03 |
| TOTAL MPI | | | 0.03 |
| MOD | | | |
| Obreros | 1 | 1.46 | 1.46 |
| GGF | | | |
| Costos adicionales | | 0.5 | 0.5 |
| COSTO TOTAL DEL PRODUCTO | | | 5.89 |

Elaborado por: Graciela Ruano

Precio de venta al público de colgantes en cabuya

Para calcular el precio de venta al público de los colgantes se ha estimado el 90% del costo total como utilidad; a continuación se presenta la fórmula para dicho cálculo:

FÓRMULA

PVP = Costo Total Unitario + Utilidad

PVP = 5.89 + (5.89* 90%)

PVP = 11.19

3.9.1.2 Costos de Colgantes de Algodón

CUADRO N°27

| COSTO DE COLGANTES EN ALGODÓN | | | |
|--------------------------------------|----------|------------|-------------|
| MPD | | | |
| MATERIAL | Q | C.U | CT |
| Algodón | 67 | 0.1 | 6.7 |
| Varillas | 1 | 1 | 1 |
| Pintura | 5 | 0.05 | 0.25 |
| TOTAL MPD | | | 7.95 |
| MPI | | | |
| Etiquetas | 1 | 0.03 | 0.03 |
| TOTAL MPI | | | 0.03 |
| MOD | | | |
| Obreras | 1 | 1.46 | 1.46 |
| GGF | | | |
| Costos adicionales | | 0.5 | 0.5 |
| COSTO TOTAL DEL PRODUCTO | | | 9.95 |

Elaborado por: Graciela Ruano

Precio de venta al público de colgantes de algodón

Para calcular el precio de venta al público de los colgantes se ha estimado el 90% del costo total como utilidad; a continuación se presenta la fórmula para dicho cálculo:

FÓRMULA

PVP = Costo Total Unitario + Utilidad

PVP = 9.95+ (9.95* 90%)

PVP =18.91

3.9.1.3 Costos de colgantes de plástico

CUADRO N°28

| COSTO DE COLGANTES DE PLÁSTICO | | | |
|---------------------------------------|----------|------------|-------------|
| MPD | | | |
| MATERIAL | Q | C.U | CT |
| Plástico | 67 | 0.04 | 2.68 |
| Varillas | 1 | 1 | 1 |
| TOTAL MPD | | | 3.68 |
| MPI | | | |
| Etiquetas | 1 | 0.03 | 0.03 |
| TOTAL MPI | | | 0.03 |
| MOD | | | |
| Obreras | 1 | 1.46 | 1.46 |
| GGF | | | |
| Costos adicionales | | 0.5 | 0.5 |
| COSTO TOTAL DEL PRODUCTO | | | 5.64 |

Elaborado por: Graciela Ruano

Precio de venta al público de colgantes de plástico

Para calcular el precio de venta al público de los colgantes se ha estimado el 90% del costo total como utilidad; a continuación se presenta la fórmula para dicho cálculo:

FÓRMULA

PVP = Costo Total Unitario + Utilidad

PVP = 5.64+ (5.64* 90%)

PVP = 10.72

3.9.1.4 Costos de bolsos de cabuya

CUADRO N° 29

| COSTO DE BOLSOS EN CABUYA | | | |
|----------------------------------|----------|------------|-------------|
| MPD | | | |
| MATERIAL | Q | C.U | CT |
| Cabuya | 67 | 0.04 | 2.68 |
| Manija | 1 | 0.25 | 0.25 |
| Pintura | 5 | 0.05 | 0.25 |
| TOTAL MPD | | | 3.18 |
| MPI | | | |
| Etiquetas | 1 | 0.03 | 0.03 |
| TOTAL MPI | | | 0.03 |
| MOD | | | |
| Obreras | 1 | 1.46 | 1.46 |
| GGF | | | |
| Costos adicionales | | 0.5 | 0.5 |
| COSTO TOTAL DEL PRODUCTO | | | 5.14 |

Elaborado por: Graciela Ruano

Precio de venta al público de bolsos en cabuya

Para calcular el precio de venta al público de los bolsos se ha estimado el 90 % del costo total como utilidad; a continuación se presenta la fórmula para dicho cálculo:

FÓRMULA

PVP = Costo Total Unitario + Utilidad

PVP = 5.14 + (5.14 * 90%)

PVP = 9.77

3.9.1.5 Costos de bolsos en algodón

CUADRO N°30

| COSTO DE BOLSOS EN ALGODÓN | | | |
|-----------------------------------|----------|------------|--------------|
| MPD | | | |
| MATERIAL | Q | C.U | CT |
| Algodón | 67 | 0.1 | 6.7 |
| Manija | 1 | 0.25 | 0.25 |
| Pintura | 5 | 0.05 | 0.25 |
| TOTAL MPD | | | 7.2 |
| MPI | | | |
| Etiquetas | 1 | 0.03 | 0.03 |
| Tela | 1 | 0.15 | 0.15 |
| TOTAL MPI | | | 2.32 |
| MOD | | | |
| Obreras | 1 | 1.46 | 1.46 |
| GGF | | | |
| Costos adicionales | | 0.5 | 0.5 |
| COSTO TOTAL DEL PRODUCTO | | | 11.48 |

Elaborado por: Graciela Ruano

Precio de venta al público de bolsos en algodón

Para calcular el precio de venta al público de los bolsos se ha estimado el 90% del costo total como utilidad; a continuación se presenta la fórmula para dicho cálculo:

FÓRMULA

PVP = Costo Total Unitario + Utilidad

PVP = 11.48 + (11.48 * 90%)

PVP = 21.81

3.9.1.6 Costos de bolsos en plástico

CUADRO N°31

| COSTO DE BOLSOS DE PLÁSTICO | | | |
|------------------------------------|----------|------------|-------------|
| MPD | | | |
| MATERIAL | Q | C.U | CT |
| Plástico | 67 | 0.04 | 2.68 |
| Manija | 1 | 0.25 | 0.25 |
| TOTAL MPD | | | 2.93 |
| MPI | | | |
| Etiquetas | 1 | 0.03 | 0.03 |
| tela | 1 | 0.15 | 0.15 |
| TOTAL MPI | | | 0.18 |
| MOD | | | |
| Obreras | 1 | 1.46 | 1.46 |
| GGF | | | |
| Costos adicionales | | 0.5 | 0.5 |
| COSTO TOTAL DEL PRODUCTO | | | 5.07 |

Elaborado por: Graciela Ruano

Precio de venta al público de bolsos en plástico

Para calcular el precio de venta al público de los bolsos de plástico se ha estimado el 90% del costo total como utilidad; a continuación se presenta la fórmula para dicho cálculo:

FÓRMULA

PVP = Costo Total Unitario + Utilidad

PVP = 5.07 + (5.07 * 90%)

PVP = 9.63

3.9.1.7 Costos de cortinas en cabuya

CUADRO N°32

| COSTO DE CORTINAS DE CABUYA | | | |
|------------------------------------|----------|------------|-------------|
| MPD | | | |
| MATERIAL | Q | C.U | CT |
| Cabuya | 67 | 0.04 | 2.68 |
| Pintura | 5 | 0.05 | 0.25 |
| TOTAL MPD | | | 2.93 |
| MPI | | | |
| Etiquetas | 1 | 0.03 | 0.03 |
| Riel de Madera | 1 | 1 | 1 |
| TOTAL MPI | | | 1.03 |
| MOD | | | |
| Obreras | 1 | 1.46 | 1.46 |
| GGF | | | |
| Costos adicionales | | 0.5 | 0.5 |
| COSTO TOTAL DEL PRODUCTO | | | 5.52 |

Elaborado por: Graciela Ruano

Precio de venta al público de cortinas de cabuya

Para calcular el precio de venta al público de las cortinas de cabuya se ha estimado el 90% del costo total como utilidad; a continuación se presenta la fórmula para dicho cálculo:

FÓRMULA

PVP = Costo Total Unitario + Utilidad

PVP = 5.52 + (5.52 * 90%)

PVP = 10.48

Dentro de las Estrategias se debe tener muy en cuenta las 4 P que son Producto, precio, plaza y promoción para lograr una buena comercialización del producto y que logre satisfacer todas las necesidades de los clientes. A continuación se presentan cada uno de estos de manera más detallada.

3.9.1.8 Producto

La microempresa elaborara productos al estilo macramé hechas en Cabuya, Algodón y Plástico tendrá 7 tipos de productos principales entre los cuales encontramos Bolsos de Cabuya, algodón y plástico; Colgantes de Cabuya, algodón , plástico y cortinas de cabuya, serán elaborados con el material principal la Cabuya, Algodón y Plástico se aportaran detalles como: silicona en barra, tela, plástico en manijas, varillas entre otras cosas; se le aportará un valor agregado, mismo que se trata de personalizar el producto ya sea con el color, tamaño , o un seudónimo que lo identifique el cual lo hará diferenciar de los otros productos similares. Los productos se realizaran dependiendo de las especificaciones del cliente, sin embargo también se producirá de acuerdo a la creatividad de los participantes ya que de esta manera se lograra mostrar el producto.

El producto será realizado con manos calificadas que permitan un acabado integro de este, es decir que el productos pasara por revisiones antes de ser entregado al público. Además se registrara la patente de funcionamiento de acuerdo al tipo de empresa artesanal e industrial a la que pertenezca la creación de esta microempresa.

3.9.1.9 Precio

Para obtener el precio de venta se consideró un cálculo de costos, gastos, y a estos valores se les sumara y añadirá un grado de utilidad que se estime conveniente, mismo que no supere al precio de la competencia; es decir, un precio accesible al público, ya que se ha analizado productos casi similares que contienen menos implementos decorativos que son vendidos a un valor igualitario o superior

del que se piensa ofertar en el mercado. Para el incremento anual se considera subir un 3,17% del precio del producto considerando el porcentaje de inflación.

3.9.1.10 Plaza

Este producto se ofertará en un lugar céntrico de la ciudad el cual podrá asistir toda la ciudadanía admirar cada uno de los productos, ya que consideramos que es un producto novedoso. Además existirá el área de producción que estará ubicada en la Parroquia de Natabuela, también se podrá adquirir estos productos que estarán exhibidos en una parte de la bodega.

3.9.1.11 Promoción

Se realizará un catálogo en donde se mostraran cada uno de nuestros productos, con sus costos y sus especificaciones y las modificaciones que pueden ser realizadas en cada una de estas, estos catálogos serán realizados por cada temporada ya que consideramos que estos tendrán una mayor acogida en fechas especiales como: San Valentín, día de la mujer, día de las madres, navidad, entre otras en la cual podremos encontrar los cumpleaños de los familiares.

Para cada una de estas fechas existirán productos que se identifiquen con estas y que realcen el motivo por el cual se obsequiara, dependiendo del aumento o disminución de la materia prima se considerará abaratar el precio de estas en caso de grandes pedidos.

Además es necesario establecer una campaña de publicidad, la misma que permitirá dar a conocer los beneficios que brindará la microempresa a sus consumidores y visitantes ya sean estos nacionales o extranjeros. Para ello se podrá aplicar los sistemas impresos tales como: calendarios, afiches, letreros acrílicos y laminares, diarios y revistas. Así también se podrá promocionar el producto en expo-ferias en las cuales se presentaran los productos, la manera como se lo elabora y las especificaciones que tienen para ser personalizado de acuerdo al gusto del cliente. Igualmente se podrá utilizar la publicidad a través de los medios de comunicación entre los principales radio y televisión.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 Estudio Técnico

4.1.1 Antecedentes

La parroquia de Natabuela se ha caracterizado por ser un lugar en el que se encuentran artesanos que no cuentan con una fuente de trabajo segura, y formal, para obtener sus recursos económicos para el bienestar de su familia, muchas de estas personas se dedican a actividades agrícolas y a la realización de quehaceres domésticos, recibiendo a cambio una remuneración mínima, el mismo que aporta a la mantención de su familia.

La parroquia de Natabuela conserva los conocimientos ancestrales de la elaboración de productos a base de la confección al estilo macramé, sin embargo muchas de las personas que habitan en este sector no pueden crear o instalar un pequeño negocio debido a que no cuentan con el capital suficiente para poner en práctica sus habilidades, por tal razón, el presente proyecto consiste en crear una microempresa con un limitado grupo de artesanos emprendedores las cuales se encargarán de confeccionar productos elaboradas en algodón, plástico y cabuya como materia prima y al estilo macramé con la cual se trabajará en este proyecto, cada uno de estos serán elaborados desde la comodidad de sus hogares de forma manual y con maquinaria en caso de requerirlo, o por el contrario si se tratase de una gran demanda, además esto les permitirá no desprenderse de sus labores domesticas.

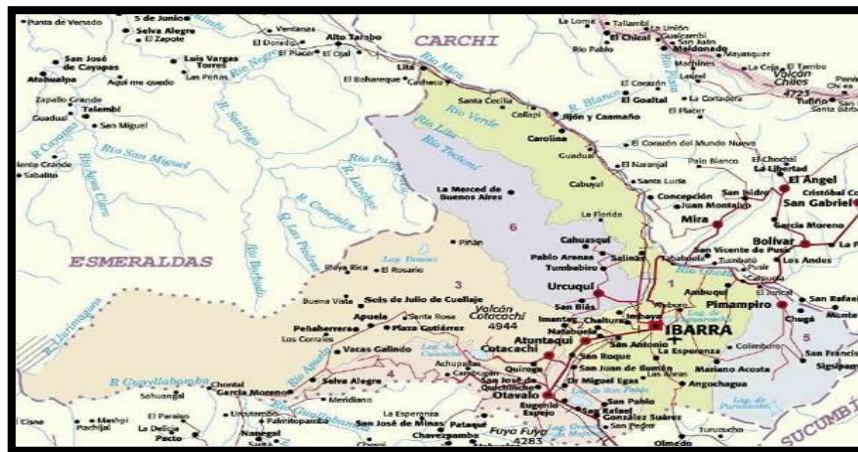
Estos productos se exhibirán en un lugar céntrico en la ciudad de Ibarra debido a que es la capital de la provincia de Imbabura, tiene acceso adecuado y directo a pocas horas de la capital, a unas horas de la frontera con Colombia, el cual será a su vez el centro de recopilación, venta y distribución de pedidos. En este se podrá visualizar la habilidad y creatividad de las personas que forman parte de la

microempresa. Además a futuro esta actividad se la podrá impulsar como una nueva línea de artesanías en la ciudad.

Hay que considerar además que para que un punto de venta sea rentable su ubicación debe ser en un sector altamente productivo, donde si bien es cierto el costo del arriendo de un local comercial es elevado, esto compensa con los posibles ingresos adicionales que pueda tener dicho punto de venta.

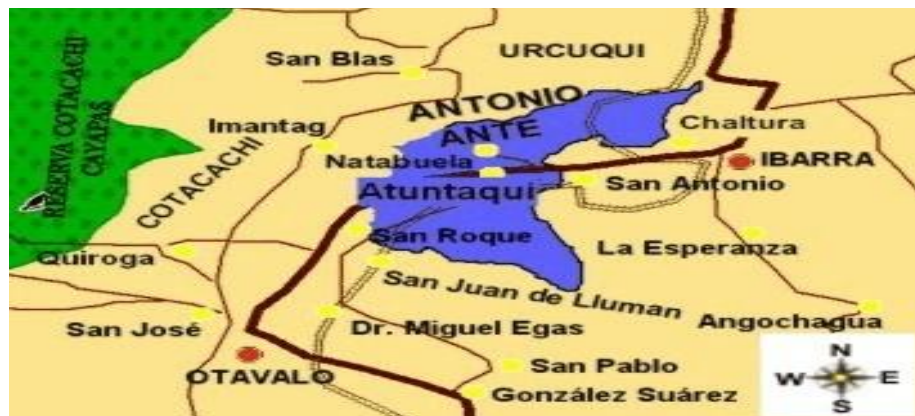
4.1.2 Macro localización

MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA
GRÁFICO NRO. 16



Fuente: Página web del Gobierno Provincial de Imbabura

Localización de Natabuela
GRÁFICO NRO. 17



Fuente: Página web del Gobierno Provincial de Imbabura

Para determinar cuál será el lugar idóneo para la implementación de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos hechos al estilo macramé, misma que estará integrada en la Parroquia de Natabuela como centro de producción y en la ciudad de Ibarra como punto de venta, se establecieron y analizaron las siguientes fuerzas locacionales.

4.1.2.1 Disponibilidad de materia prima

La disponibilidad de la materia prima es un parámetro importante porque este constituye el elemento principal para la elaboración de los productos al estilo macramé hechos en cabuya, algodón y plástico, es por ello que se debe analizar detenidamente el tipo de materiales que se van a emplear, en este caso se utilizarán además de los materiales ya descritos, telas, varillas de metal, manijas de plástico serán empleadas para la fabricación de colgantes, bolsos y cortinas

Este tipo de materias primas e insumos si son elaborados a nivel nacional y local y se las puede obtener con facilidad en las ciudades de Ibarra, Atuntaqui y Otavalo, y por esta razón determinar cuál el proveedor directo que abastecerá de los materiales necesarios en el lugar y tiempo requerido, ya que la microempresa elaborará artículos bajo pedido.

En el transcurso de la investigación se identificó los principales proveedores de telas (materia prima) a nivel nacional son: Toscana, Industrias Prisma Textil; Promotora de Textil Ecuador; entre otros, mismos que son proveedores de ciertos almacenes textiles en la ciudad de Ibarra como por ejemplo: Astra, Comercial Garzón y de aquellos negocios que funcionan como fabrica-almacén.

La microempresa adquirirá la materia prima tanto de las ciudades antes mencionadas eligiendo aquella cuya distancia sea menor con respecto a la ubicación de una unidad productiva, así como también se seleccionara a proveedores nacionales que nos abastecerán de aquellas telas especiales que no se las consiguen con facilidad. Una buena elección de nuestros proveedores permitirá la reducción de costos en este rubro.

4.1.2.2 Disponibilidad de la mano de obra

Otro factor que se consideró dentro de la macro-localización fue determinar la disponibilidad de talento humano calificado para la elaboración de los productos al estilo macramé, es decir se debe establecer las necesidades de mano de obra que tendrá la microempresa, y realizar un análisis de los salarios de las diferentes categorías.

En base al estudio realizado para la ejecución del proyecto se determinó un gran número de artesanos de Natabuela tienen un deficiente nivel de práctica en la producción de productos al estilo macramé hechos con tela. A pesar de esto hay que destacar que entre la minoría se encuentran mujeres dedicadas a la costura, que si cuentan con los conocimientos necesarios y que podrían servir como capacitadoras para los demás artesanos que se encontrarían dispuestas a pertenecer a este negocio.

Además se consideró como base de capacitación los cursos que se han brindado a través del SECAP en el cual han aprendido a elaborar, tejidos, costura, pintura, bisutería, entre otros, esto contribuirá a que la empresa logre un crecimiento oportuno debido a la creatividad e innovación de los participantes.

4.1.2.3 Condiciones de vida y actitud de la población

Las condiciones de vida y la actitud de la población es uno de los factores fundamentales que casi siempre no se toma en cuenta, y que puede ser la causa del éxito o fracaso de la puesta en marcha del negocio, es por ello que se debe socializar el mismo en relación a los aspectos culturales de la población, preferencias, nivel de aceptación y participación de los habitantes del sector, y la disponibilidad que tienen las personas para asumir el reto de la implementación de la microempresa.

Teniendo en cuenta todos estos aspectos para la implementación de esta nueva unidad productiva, se realizó una conversación con los artesanos que se

encuentran dispuestos a ser participes del proyecto, los cuales consideraron una buena propuesta para obtener un ingreso económico adicional debido a que esta microempresa se caracterizara por brindarles la facilidad de elaborar estos artículos desde su domicilio para ser entregados en la planta de producción para posteriormente llevarlos al local o punto de venta

4.1.2.4 Servicios básicos

Los servicios Básicos serán tomados en consideración según el funcionamiento de cada máquina para la producción y el aseo básico de los trabajadores tanto en el área de producción como en el punto de venta. En este aspecto la parroquia de Natabuela al ser un sector urbano, dispone de todos los servicios básicos, por lo que se ha ido poblando poco a poco en los últimos años.

4.1.2.5 Transporte y vías

El transporte es un elemento significativo que se debe considerar en todo proyecto, puesto que permitirá el acceso y traslado de productos terminados a los diferentes puntos de venta, así como también servirá para el desplazamiento del personal que trabajará en la microempresa. Es por ello que se deberá analizar detenidamente las diferentes alternativas para seleccionar aquella que contribuya a la optimización de los recursos.

4.1.2.6 Terrenos

Para la localización de la microempresa es indispensable la disponibilidad y costos de terrenos, los mismos que deberán estar al alcance financiero de la asociación de los artesanos que van a intervenir en el proyecto. Además se examinará las características como la zona; es decir se realizará un estudio para detectar el tipo de suelo y sus diferentes accidentes geográficos antes de la compra, ya que si esta situación no es considerada podría poner en riesgo a la microempresa en un futuro.

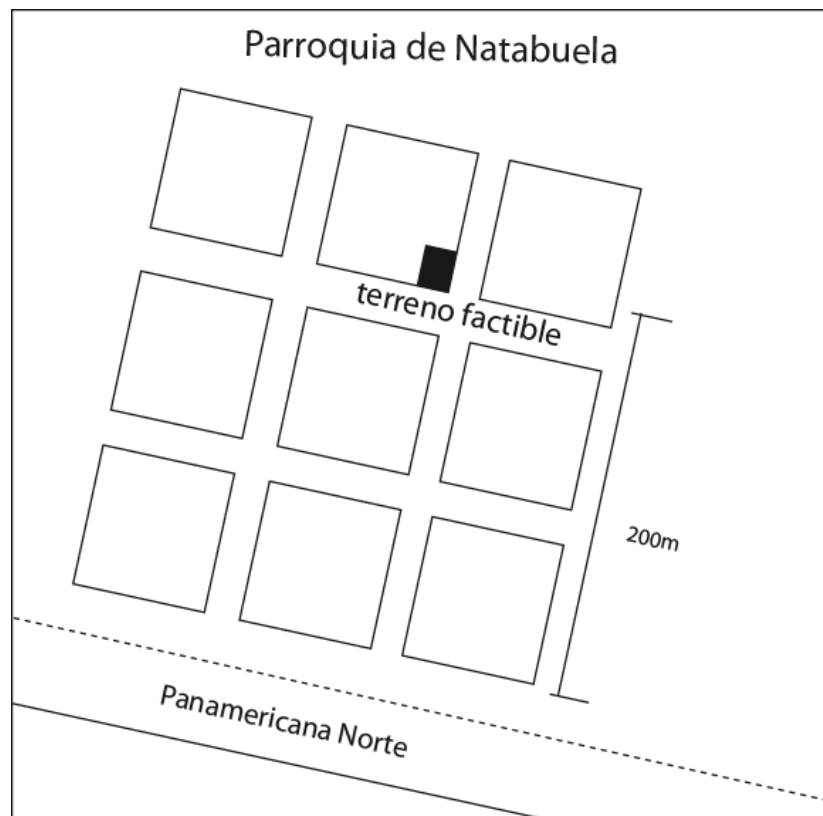
4.1.2.7 Leyes y reglamentos

Para la puesta en marcha de esta microempresa es necesario registrarse a los reglamentos normados para su funcionamiento, por las diferentes instituciones tales como:

- Municipio de Ibarra para obtener la patente Municipal
- Municipio de Antonio Ante para obtener el permiso industrial y de construcción
- Servicio de Rentas Internas (SRI) para la inscripción del RUC y poder realizar el pago de los diversos impuestos.
- Cuerpo de bomberos para seguridad
- Afiliación a la Cámara de Pequeña empresa de Ibarra.

4.1.3 Micro Localización

GRÁFICO NRO. 18



Para ubicar el lugar más óptimo para ejecutar el proyecto se empleó el método cualitativo por puntos que consiste en asignar puntajes del 1 al 10 a los factores más principales que debe tener el sector donde se va a implantar la microempresa.

Los factores de micro-localización que se debe considerar para la evaluación de la localización geográfica para la microempresa dedicada a la comercialización y producción y fueron los siguientes:

- Disponibilidad de Materia Prima
- Disponibilidad de Mano de Obra
- Servicios Básicos
- Vías de Acceso
- Sociabilización de la Comunidad

CUADRO N°33

| MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS | | | | | | | |
|--------------------------------------|-------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|
| | | A | | B | | C | |
| FACTOR RELEVANTE | Peso Asig. | Calif. | Calif. Pond. | Calif. | Calif. Pond. | Calif. | Calif. Pond. |
| Disponibilidad de materia Prima | 0.3 | 8 | 2.4 | 7.5 | 2.25 | 7 | 2.1 |
| Disponibilidad de mano de obra | 0.2 | 9 | 1.8 | 8 | 1.6 | 8 | 1.6 |
| Servicios Básicos | 0.15 | 8 | 1.2 | 7 | 1.05 | 7 | 1.05 |
| Vías de acceso | 0.15 | 7 | 1.05 | 7 | 1.05 | 7 | 1.05 |
| Sociabilización de la comunidad | 0.2 | 9 | 1.8 | 8 | 1.6 | 8 | 1.6 |
| TOTAL | 1.00 | 41 | 8.25 | 37.5 | 7.55 | 37 | 7.4 |

Elaborado por: Graciela Ruano

A= Sector del Ejido de Ibarra

B= Los Ceibos

C= Sector del Centro de Ibarra

El análisis cualitativo de las fuerzas locacionales permitió determinar cuál es el sitio más ideal para la implantación de la microempresa, la mayor puntuación ponderada de 8,25 la consiguió el sector del ejido de Ibarra respecto a los otros posibles lugares como son Los Ceibos y Sector Centro de Ibarra, es decir que a través de este método se comprobó que los factores indicados el sector del ejido de Ibarra es el más indicado para la ubicación del punto de venta de esta microempresa.

4.1.4 Determinación del tamaño del proyecto.

El tamaño de un proyecto es la capacidad de producción y comercialización durante un periodo de tiempo, funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de empresa.

El análisis y determinación adecuada del tamaño de un proyecto es uno de los aspectos esenciales del estudio técnico, es por ello que se consideró a las principales variables.

4.1.4.1 El tamaño del proyecto y la demanda

Luego de efectuado un análisis de la venta de estos artículos se determinó que no existe locales comerciales en la ciudad de Ibarra que expendan este tipo de artículos de manera personalizada, es decir que se diferencien por un pequeño detalle que los consumidores tengan para diferenciar su producto de todos los que usualmente se adquiere. Es por esta razón que se consideró que la puesta en marcha de esta unidad productiva tendrá una gran demanda ya que son artículos que aun no se presentan de forma masiva en el mercado.

Luego de analizado el entorno se puede decir que la empresa cuenta con un espacio en el mercado para ofertar estos productos, para ello se establecerán las estrategias más adecuadas para la presentación de nuevos productos innovando en el diseño y calidad, de tal manera que se diferencien de las productos al estilo macramé que se adquiere comúnmente y los cuales tengan una mayor aceptación por parte de los compradores o futuros clientes.

4.1.4.2 El tamaño del proyecto y la materia prima e insumos

La disponibilidad de la materia prima e insumos necesarios para la fabricación de los productos hechos al estilo macramé se puede comentar que no existe ningún inconveniente en obtener la materia prima debido a que dentro de la ciudad si existen fuentes que abastezcan la producción de esta microempresa lo que ayudara a que la elaboración de estos productos se realicen normalmente y sin interrupciones y en las cantidades que se planifiquen producir.

4.1.4.3 El tamaño del proyecto y su financiamiento

En cuanto a los recursos financieros que se requieren para la implantación y puesta en marcha de la microempresa dedicada a la elaboración de productos al estilo macramé se tomó en cuenta las siguientes fuentes de financiamiento: se dispondrá de la aportación de capital propio por parte de las personas que quieran actuar en calidad de socios, conformado con un mínimo de tres y un máximo de cinco.

Además se realizaran las gestiones pertinentes para solicitar apoyo tanto de las organizaciones públicas, en este caso el Ilustre Municipio de Ibarra para que impulse la creación de proyectos productivos logrando el desarrollo y crecimiento del sector, así mismo se gestionara para trabajar con organizaciones privadas como (ONG).

4.1.4.4 El tamaño del proyecto y la organización

La organización de la nueva unidad productiva dedicada a la elaboración y comercialización de productos hechos al estilo macramé, tendrá un enfoque

empleado en las pequeñas empresas en donde se establecerán los objetivos a corto y mediano plazo debiendo ser alcanzados en el tiempo en que se los fije cumplir, para lo cual será necesario la aplicación de principios y normas adecuadas que permitan el desarrollo continuo de la microempresa.

4.1.4.5 El tamaño del proyecto y la tecnología- equipos

Para la producción de los productos hechos al estilo macramé no será necesario tecnología sofisticada, para esto será la creatividad, imaginación y la calidad para hacer las cosas, es decir que no requiere de mucha laboriosidad ya que el proceso implica cortar la cabuya, el algodón o el plástico y posteriormente se confecciona a mano y se colocan los detalles al producto que en este caso será el valor agregado la personalización de los artículos que se adquieran, como por ejemplo adicionar adornos según la temporada sea del día del amor o la amistad, navidad o festividades o según se lo agregara de acuerdo a las especificaciones del cliente.

4.1.4.6 Determinación de la capacidad de la Planta

Una vez analizado las principales variables que se deben tener en cuenta para determinar el tamaño óptimo de un proyecto se procedió a establecer la capacidad operativa que tendrá la microempresa de productos al estilo macramé elaborado en cabuya, algodón y plástico, este análisis se realizó determinado a través de la encuesta realizada a los artesanos de la parroquia de Natabuela. La Capacidad de la planta va ligada estrechamente al número de artesanos que laboren en ella.

a) Capacidad operativa de la microempresa

Según los datos de la encuesta realizada a los artesanos donde los productos que tienen una demanda real son los bolsos los colgantes y las cortinas, este último hecho a base de cabuya son:

CUADRO N°34

| CAPACIDAD OPERATIVA DE LA PEQUEÑA EMPRESA | | | |
|--|------------------------------------|----------------------|-----------------|
| PRODUCTO | % ACEPTACIÓN SEGÚN ENCUESTA | INTERPOLACIÓN | CANTIDAD |
| Bolsos en cabuya | 27.4 | 36.34 | 581 |
| Bolsos en algodón | | | 581 |
| Bolsos en plástico | | | 581 |
| Colgantes en cabuya | 24.7 | 32.76 | 525 |
| Colgantes en algodón | | | 525 |
| Colgantes en plástico | | | 525 |
| Cortinas en cabuya | 23.3 | 30.9 | 1482 |
| TOTAL | | | 4800 |

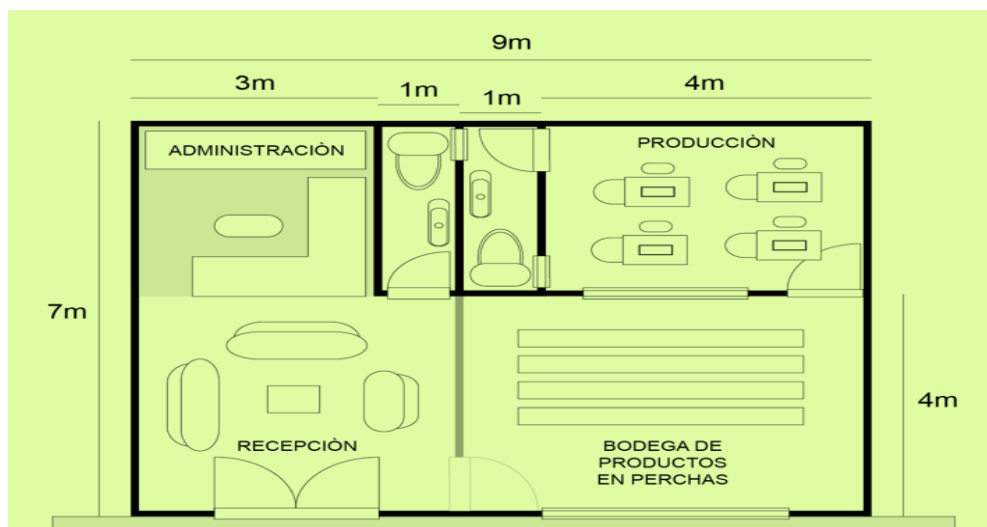
Elaborado por: Graciela Ruano

4.2 Ingeniería del proyecto

4.2.1 Instalaciones y distribución de la planta

Las instalaciones han sido determinadas según el tamaño disponible del local, se ha considerado las posibles áreas requeridas tanto para un inicio como para cuando avancen los 5 años del presente estudio, se ha de considerar que exista una modificación en dicha instalación, posteriormente; la microempresa requerirá mayor amplitud para de la elaboración de productos hechos al estilo macramé en algodón, plástico y cabuya las instalaciones se muestran a continuación en el siguiente gráfico.

GRÁFICO NRO. 19



Elaborado por: Graciela Ruano

La infraestructura de las instalaciones se distribuirá y diseñara de acuerdo a las necesidades de espacios y estructuras requeridas con indicación de los costos correspondientes, estimados en la información establecida de los planos elaborados. La Distribución física que tendrá la microempresa es la siguiente:

CUADRO N°35

| DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA | |
|--|-----------|
| ÁREAS | M2 |
| PRODUCCIÓN | |
| Recepción y almacenamiento de materia prima (Bodega) | 20 |
| Producción | 15 |
| <i>Subtotal</i> | 35 |
| ADMINISTRACIÓN | |
| Administrador | 12 |
| Vendedor | 16 |
| <i>Subtotal</i> | 28 |
| TOTAL | 63 |

Elaborado por: Graciela Ruano

4.2.1.1 Características constructivas del local

Los espacios físicos de la microempresa tendrán los requerimientos que se exijan para este tipo de actividad y de acuerdo a lo que dispongan las respectivas autoridades de la ciudad, en este caso el Municipio de Ibarra en cuanto a su reglamento de patente de funcionamiento ambiental.

4.2.1.2 Estructura

La estructura que tendrá la construcción civil del proyecto será de hormigón armado, con columnas localizadas de tal forma que permitan un soporte adecuado y que estarán acorde a las normativas técnicas de construcción respectivas. Se usarán columnas de refuerzo y hormigón, además se requerirán vigas superiores, cadenas inferiores y superiores, esto dependerá del diseño estructural de la microempresa. Considerando que inicialmente se arrendará el local, los requerimientos municipales deberán ser considerados cuando se pretenda construir una planta propia de producción.

4.2.1.3 Pisos o pavimentos

El piso será de hormigón simple, el mismo que se recubrirá con cerámica antideslizante de color blanca. Esto permitirá su fácil limpieza y además brindará seguridad al personal en la realización de sus operaciones.

4.2.1.4 Paredes

Las paredes de la nueva unidad productiva serán de bloque, revestidas con cemento y arena; también se usara barrederas de madera para mejor presentación del área de trabajo.

4.2.1.5 Puertas y ventanas

Las puertas y ventanas serán de madera con las debidas garantías de seguridad existirá una salida de emergencia, ya que es una obligación en toda área de producción, tendrá que siempre estar habilitada.

4.2.1.6 Instalaciones sanitarias

Para la implementación de estos servicios se tomara en cuenta las normas de calidad que deben cumplir este tipo de unidades productivas.

4.2.1.7 Condiciones técnicas del punto de venta

Antes de especificar las condiciones que deberá tener el punto de venta se debe indicar que esta microempresa no exhibirá sus productos en la planta de producción si no serán exhibidos en un lugar céntrico de la ciudad de Ibarra debido a que la parroquia de Natabuela no tiene aun un crecimiento productivo de comercialización. Luego de haber indicado que la comercialización de los productos no será dentro de la planta se presentan a continuación ciertos aspectos a tomar en cuenta para la venta de estos productos:

- Adecuada separación de los mostradores de tal forma que permita la correcta exhibición de los diversos diseños.
- Ubicar los mostradores de tal forma que permita la correcta exhibición de los artículos que se elaboraran en la microempresa.
- El piso será cerámica para facilitar la limpieza del local, lo que ayudara a tener una mejor presentación con los clientes.

4.2.2 Especificaciones técnicas

Se especificará el proceso para la elaboración del producto terminado y disponible para la venta, dicho procedimiento está clasificado por procesos, el que permite ahorrar recursos humanos y materiales, además a los trabajadores se delegara una sola actividad en donde adquieran destreza y habilidades para que mejoren su ritmo de trabajo.

4.2.2.1 Compra de materia prima directa

Para realizar la compra de la materia prima, de cada uno de los artículos que se van a expedir en esta microempresa, se considerara primeramente la producción básica por cada tipo de artículo, y en el caso de tratarse de una

demanda superior, la compra de esta materia prima que viene a ser la cabuya, el algodón y el plástico se realizará en mayor cantidad considerando lo necesario para abastecer el producto.

4.2.2.2 Compra de materia prima indirecta

La compra de la materia prima directa (algodón, plástico y cabuya) Y materia prima indirecta (telas secundarias, hilos, varillas, pintura, manijas plásticas adornos), tendrá un mismo proceso, se la realizara tomando en consideración de demanda de cada uno de nuestros productos que serán puestos al mercado.

4.2.2.3 Corte de las piezas pre confección

Dentro de este proceso se encuentra el corte de cada uno de los materiales sea de plástico, algodón o cabuya que se van a utilizar en la producción de las artesanías, para la elaboración de estos se deberá tomar en cuenta que las medidas proceden de moldes, mismos que los artesanos ya disponen, para determinar los tamaños exactos de todos los productos. Estas medidas deberán estar diferenciadas mediante un código alfanumérico y así no perder la organización de los moldes, que irán cambiando según se determine el tamaño a realizar el producto bajo pedido del cliente.

4.2.2.4 Confección de las piezas cortadas

Consiste en confeccionar cada una de las piezas cortadas según la medida del producto, este paso es el que más tiempo demora y podrá ser realizada en las viviendas de cada uno de los artesanos, sin embargo quienes así lo dispongan y en especial en pedidos grandes se deberá realizar en la planta de producción.

4.2.2.5 Terminado de remates

Luego de confeccionar cada uno de los productos en algunos quedan, terminaciones que se deben cortar y ocultar para darle un acabado y estética más atractiva, para esto se requiere un procedimiento de control de calidad.

4.2.2.6 Aplicación de detalles

En el caso de que el producto lo requiere se le colocarán detalles en la confección dependiendo del motivo o el pedido del cliente, estos serán según la fecha de festividades como: navidad, día de brujas, año nuevo, carnaval, o según la determinación de marketing como tipo, gusto, preferencias del cliente.

4.2.2.7 Pintado del producto

El producto se lo pintará posteriormente según el color del modelo o el pedido exclusivo del cliente

4.2.2.8 Control de calidad del producto

Luego que el producto ha sido terminado se realiza una selección y una observación profunda de cada uno de los detalles del producto con la finalidad de evidenciar si estos no contienen ninguna falla en su presentación final, los que se encuentren correctamente elaborados pasaran a la siguiente etapa, mientras los que contengan una falla serán regresados a la etapa en la que se encuentre el error.

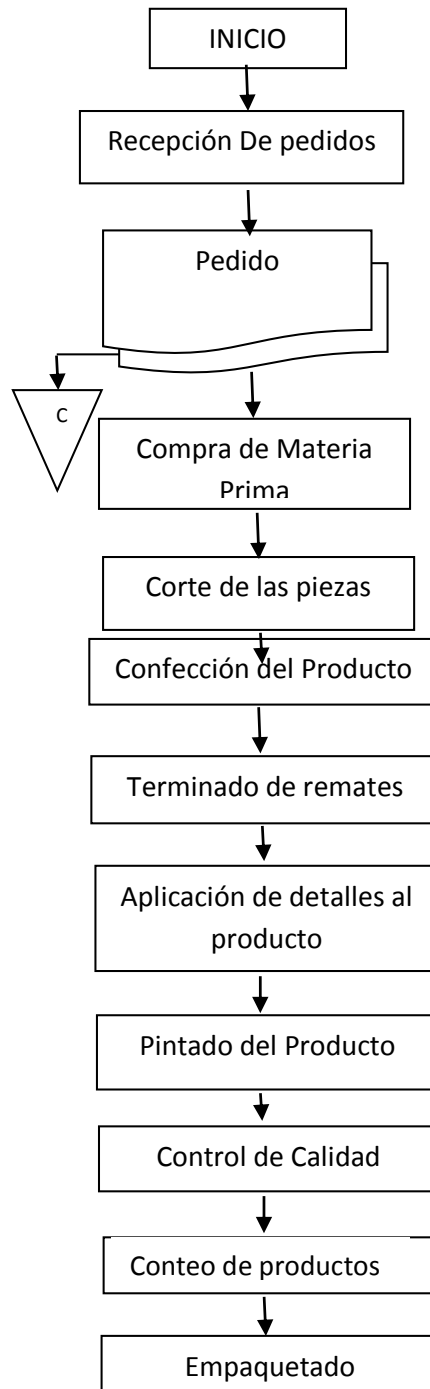
4.2.2.9 Empaquetado

Este será el último paso al que se someta el producto se empacará en fundas plásticas con un cierre en caso se requerirlo, o en caso de ser solicitado por el cliente, este paso será más considerado y oportuno aplicarlo.

4.2.3 Diagramas de bloques del proceso de producción

4.2.3.1 Proceso de producción

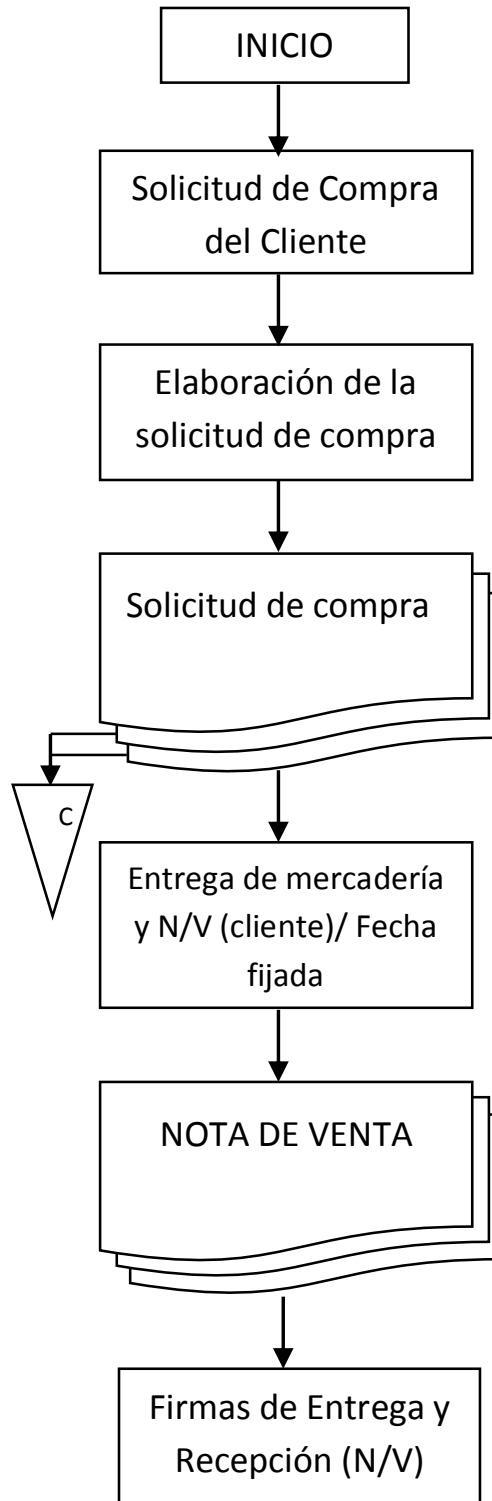
GRÁFICO NRO. 20



Elaborado por: La Autora

4.2.3.2 Proceso de Venta Bajo Pedido

GRÁFICO NRO. 21



Elaborado por: La Autora

4.2.4 Inversiones

Para la inversión de la puesta en marcha de esta pequeña microempresa se debe considerar principalmente factores y costos que se deberán tener en cuenta para ejercer la actividad productiva dentro de la cual encontramos: compra de muebles y equipos de oficina, vehículos, edificios, infraestructura, construcción entre otros factores.

4.2.4.1 Requerimientos de Infraestructura.

Es necesario arrendar un local que cuente con especificaciones antes mencionadas para la distribución de la planta, además se requerirá de adecuaciones.

a) Construcción (Arrendamiento)

CUADRO N°36

| (ARRENDAMIENTO) | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|
| Descripción | Costo Mensual En Dólares | Costo Anual En Dólares |
| Arriendo planta producción | 200.00 | 2400.00 |
| Arrendamiento local para la venta | 220.00 | 2640.00 |
| TOTAL | 420.00 | 5.040.00 |

Elaborado por: Graciela Ruano

4.2.4.2 Requerimiento de Maquinaria y Equipos de Producción

Los equipos que se requieren para la producción de los productos y para la puesta en marcha de la microempresa son los siguientes:

CUADRO N°37

| MAQUINARIA Y EQUIPOS DE PRODUCCIÓN | | | | |
|---|----------|--|--------------------|---------------------|
| CONCEPTO | Q | DESCRIPCIÓN | C.U. EN USD | C.T. EN USD. |
| Máquina de corte de piezas | 3 | Máquina para cortes de piezas y terminaciones para confeccionar cada uno de los artículos | 446.63 | 1.339,89 |
| Máquina de Coser | 1 | Maquina que permite cocerlos forros de los productos antes y después de la confección y manteniéndolas en buenas condiciones | 771.67 | 771,67 |
| Herramientas menores | 3 | En este grupo encontramos el juego de tijeras en varios tamaños, reglas, tiza entre otros implementos necesarios para este tipo de confección. | 23.55 | 70,65 |
| Mesa de Trabajo | 1 | Esta mesa servirá para la elaboración de la confección y mejor manejo de las piezas | 90.00 | 90,00 |
| | | | TOTAL | 2.272,21 |

Elaborado por: Graciela Ruano

La maquinaria que se utilizara en el área de producción tiene una vida útil de 10 años, la cual será depreciada en 10 años.

4.2.4.3 Requerimiento de equipos de computación

Los Equipos informáticos serán necesarios para llevar la información relevante y competente de la microempresa, en las aéreas de administración y ventas son los siguientes:

CUADRO N°38

| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | | | | |
|-------------------------------|----------|---|---------------------|---------------------|
| CONCEPTO | Q | DESCRIPCIÓN | C.U. EN USD. | C.T. EN USD. |
| Computador | 2 | Marca HP Core i3 incluye impresora, disco duro de 600, memoria de 1 | 591,19 | 1.182,38 |
| | | | TOTAL | 1.182,38 |

Elaborado por: Graciela Ruano

Los equipos de Computación que se utilizaran en la microempresa tendrán una vida útil de 3 años, depreciándose en un 33.33%

4.2.4.4 Requerimiento de muebles de oficina

Este tipo de artículos son necesarios para una mejor presentación de cada una de las áreas que conforman la microempresa, se hará la adquisición de lo siguiente:

CUADRO N°39

| MUEBLES Y ENSERES | | | | |
|--------------------------|----------|--|--------------------|--------------------|
| CONCEPTO | Q | DESCRIPCIÓN | C.U. EN USD | C.T. EN USD |
| Juego de escritorio | 2 | Escritorio de madera y silla | 85.00 | 170.00 |
| Archivero | 1 | Archivero metálico multiusos | 118.00 | 118.00 |
| Mostrador | 1 | Mostrador metálico para la exhibición de los productos al estilo macramé | 220.00 | 220.00 |
| Perchas | 4 | Perchas en la cual se exhibirán los diferentes productos, etc... | 95.00 | 380.00 |
| Sala de estar | 1 | El juego de estar será necesario para el área de recepción en donde nuestros clientes podrán esperar | 380.00 | 380.00 |
| | | | TOTAL | 1268.00 |

Elaborado por: Graciela Ruano

Los Muebles de Oficina que se utilizaran en cada una de las áreas de la microempresa tienen una vida útil de 10 años, y será depreciada en 10 años, este cálculo se muestra en el estudio financiero, detallando la depreciación de dichos bienes.

4.2.4.5 Requerimiento de Útiles de Oficina

Los útiles de oficina servirán para realizar cualquier actividad o transacción y serán necesarios artículos menores pero que son de mucha utilidad dentro de cada área por la cual está conformada la empresa.

CUADRO N°40

| ÚTILES DE OFICINA | | | |
|--------------------------|----------|------------------------|--------------|
| CONCEPTO | Q | C.U. EN DOLARES | C.T. |
| Esferos Bic | 2 caja | 5.13 | 10.26 |
| Resmas de Papel | 6 resmas | 4.00 | 24.00 |
| Lápiz Mongol | 2 caja | 2.45 | 4.92 |
| Archivador Grande | 3 | 2.59 | 7.77 |
| Folder manila | 15 | 0.22 | 3.35 |
| Corrector | 2 | 1.25 | 2.50 |
| Perforadora mediana | 2 | 2.68 | 5.36 |
| Grapadora EAGLE 203 | 2 | 2.68 | 5.36 |
| Resaltador | 6 | 0.62 | 3.76 |
| Basureros | 4 | 2.46 | 9.82 |
| Pega en barra | 2 | 2.32 | 4.64 |
| Calculadora | 2 | 6.25 | 13.04 |
| TOTAL | | | 94.78 |

Elaborado por: Graciela Ruano

La inversión que se realizará en útiles de oficina para iniciar con la puesta en marcha de este proyecto tendrá una duración aproximada de 6 meses.

4.2.4.6 Resumen de Inversiones Fijas

Para la Implantación de la microempresa de Productos al estilo macramés elaborados en Cabuya, Algodón y Plástico se requerirán las siguientes Inversiones Fijas.

CUADRO N°41

| INVERSIÓN FIJA | |
|------------------------|----------------|
| DETALLE | VALOR |
| Maquinaria y Equipos | 2.272.21 |
| Equipos de Computación | 1.182.38 |
| Muebles de Oficina | 1.268.00 |
| TOTAL | 4722.59 |

REFERENCIAS EN LOS CUADROS N°: 14, 15, 16.
Elaborado por: Graciela Ruano

4.2.4.7 Requerimiento para inversiones Diferidas

Dentro de este parámetro se va a tener en cuenta las partidas de activos operativos dentro de los cuales encontraremos el pago a expertos para: promoción, publicidad, creación de marca- patente, entre otros factores.

CUADRO N°42

| INVERSIONES DIFERIDAS | | |
|--------------------------------|-------------------------|-------------|
| CONCEPTO | VALOR EN DÓLARES | % |
| Promoción y Publicidad | 1000.00 | 0.33 |
| Marca – Patente - Constitución | 2000.00 | 0.67 |
| TOTAL | 3000.00 | 1.00 |

4.2.4.8 Requerimientos de Personal Administrativo y de Ventas

Es indispensable considerar que la existencia de personal que colabore para mantener la empresa a flote, personal calificado que aporte a la buena toma de decisiones dentro de los cuales se encontraran: Administrador, Vendedor y Obreros.

En lo que respecta al cálculo del costo de mano de obra y sueldos y salarios, se lo realizara según lo que establece el Código de Trabajo.

4.2.5 Talento Humano

Dentro del Talento Humano será necesario considerar un personal calificado que cumpla con ciertos requisitos fundamentales para el correcto desempeño de las funciones que serán encomendadas.

- Contar con entusiasmo y ganas de trabajar.
- Mantener un buen ambiente de confianza y compañerismo.
- Difundir ideas innovadoras.
- Aportar en el mejor desempeño de funciones.
- Informar de expectativas que tenga para el crecimiento de la microempresa.
- Estar dispuesto a colaborar cuando lo requiera la empresa.
- Ser Ordenado y minucioso en el trabajo que realice.
- Mantener la predisposición y compromiso con los proyectos asignados
- Comprender la responsabilidad de realizar una labor en casa para que cumpla con el monto y tiempo destinado
- Desarrollo de confianza en el trabajo en grupo en especial cuando se traten de personas adultas que tengan su propio método de trabajo y consideren trabajar mejor de forma independiente.
- Cumplir con el proceso de fabricación en línea y el manejo de procesos.

4.2.6 Inversión Variable

4.2.6.1 Costos de Producción

Los Costos de producción son los egresos que la empresa tiene que incurrir para la fabricación de los productos terminados, los cuales corresponden a la materia prima, mano de obra y gastos de fabricación:

MATERIA PRIMA DIRECTA AÑO 2012

CUADRO N°43

| Producto | Costo Unitario | Unidades | Anual |
|-----------------------|----------------|----------|-----------------|
| Bolsos en cabuya | 3.18 | 581 | 1847.58 |
| Bolsos en algodón | 7.20 | 581 | 4183.2 |
| Bolsos en plástico | 2.93 | 581 | 1702.33 |
| Colgantes en cabuya | 3.93 | 525 | 2063.25 |
| Colgantes en algodón | 7.95 | 525 | 4173.75 |
| Colgantes en plástico | 3.68 | 525 | 1932 |
| Cortinas en cabuya | 2.93 | 1482 | 4342.26 |
| TOTAL MPD | | | 20244.37 |

Elaborado por: Graciela Ruano

MANO DE OBRA DIRECTA AÑO 2012

CUADRO N°44

| Producto | Costo Unitario | Unidades | Anual |
|-----------------------|----------------|----------|----------------|
| Bolsos en cabuya | 1.46 | 581 | 848.26 |
| Bolsos en algodón | 1.46 | 581 | 848.26 |
| Bolsos en plástico | 1.46 | 581 | 848.26 |
| Colgantes en cabuya | 1.46 | 525 | 766.5 |
| Colgantes en algodón | 1.46 | 525 | 766.5 |
| Colgantes en plástico | 1.46 | 525 | 766.5 |
| Cortinas en cabuya | 1.46 | 1482 | 2163.72 |
| TOTAL MOD | | | 7008.00 |

Elaborado por: Graciela Ruano

MATERIA PRIMA INDIRECTA AÑO 2012

CUADRO N°45

| Producto | Costo Unitario | Unidades | Anual |
|-----------------------|----------------|----------|----------------|
| Bolsos en cabuya | 0.18 | 581 | 104.58 |
| Bolsos en algodón | 0.18 | 581 | 104.58 |
| Bolsos en plástico | 0.18 | 581 | 104.58 |
| Colgantes en cabuya | 0.03 | 525 | 15.75 |
| Colgantes en algodón | 0.03 | 525 | 15.75 |
| Colgantes en plástico | 0.03 | 525 | 15.75 |
| Cortinas en cabuya | 1.03 | 1482 | 1526.46 |
| TOTAL MPI | | | 1887.45 |

Elaborado por: Graciela Ruano

COSTOS ADICIONALES

CUADRO N°46

| Producto | Costo Unitario | Unidades | Anual |
|---------------------------------|----------------|----------|-------------|
| Bolsos en cabuya | 0.5 | 581 | 290.5 |
| Bolsos en algodón | 0.5 | 581 | 290.5 |
| Bolsos en plástico | 0.5 | 581 | 290.5 |
| Colgantes en cabuya | 0.5 | 525 | 262.5 |
| Colgantes en algodón | 0.5 | 525 | 262.5 |
| Colgantes en plástico | 0.5 | 525 | 262.5 |
| Cortinas en cabuya | 0.5 | 1482 | 741 |
| TOTAL COSTOS ADICIONALES | | | 2400 |

Elaborado por: Graciela Ruano

COSTOS DE PRODUCCIÓN

CUADRO N°47

| COSTOS DE PRODUCCIÓN | |
|--|------------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 2012 |
| MPD | 20.244,37 |
| MOD | 7.008,00 |
| COSTOS DIRECTOS | 27.252,37 |
| GGF (Gastos Generales de Fabricación) | 6.687,45 |
| MPI | 1.887,45 |
| Arriendo Local de producción | 2.400,00 |
| Costos Adicionales | 2.400,00 |
| Total Costos De Producción Proyectado | 33.939,82 |

REFERENCIAS EN LOS CUADROS N°:13, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33.Y TABLA N°: 5

Elaborado por: Graciela Ruano

4.2.6.2 Gastos Administrativos

Los gastos que la microempresa incurrirá serán el pago de sueldos y salarios tanto para el personal administrativo como de ventas, en este caso se cuenta con la persona encargada del área administrativa el mismo que tendrá el cargo de gerente y administrador de la microempresa, en el área de ventas se encontrará de igual

manera una persona encargada, estas 2 personas tendrán el sueldo básico que se encuentra en 292,00 respectivamente.

CUADRO N°48

| SUELDO DE TRABAJADORES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA Y VENTAS | | | | | |
|--|-----------|----------------------|---------------------|---------------|--------------------|
| Nómina de Trabajadores | N° | Sueldo Básico | IESS x Pagar | TOTAL | TOTAL ANUAL |
| Administrador | 1 | 292.00 | 35.47 | 327.47 | 3929.64 |
| Vendedor | 1 | 292.00 | 35.47 | 327.47 | 3929.64 |
| TOTAL | | | | 654.94 | 7859.28 |

REFERENCIA EN LA TABLA N°: 6

Elaborado por: Graciela Ruano

4.2.6.3 Capital de Trabajo

Las partidas de capital de trabajo que necesita la unidad productiva para su etapa inicial contienen rubros como los materiales directos, mano de obra directa, gastos indirectos de fabricación, gastos de administración y ventas a continuación se presenta el total de este rubro:

CUADRO N°49
CAPITAL DE TRABAJO

| CAPITAL DE TRABAJO | VALOR ANUAL | VALOR MENSUAL |
|---------------------------|--------------------|----------------------|
| Costos de Producción | 29.144,62 | 2.428,71 |
| Gastos Administrativos | 7.859,28 | 654,94 |
| Arriendo Local Ventas | 2.640,0 | 220,00 |
| TOTAL | 39.643,90 | 3.303,65 |

REFERENCIA EN LAS TABLAS N°:8 Y 9 y CUADRO N°: 13

Elaborado por: Graciela Ruano

Luego de haber efectuado el presupuesto de las principales partidas empleadas para el funcionamiento de la microempresa se establece la inversión total necesaria para la ejecución del proyecto en su primer año, el cual estará compuesto de la siguiente manera:

CUADRO N°50

| INVERSIÓN DEL PROYECTO | |
|-------------------------------|-----------------|
| PARTIDAS | MONTO |
| ACTIVO FIJO | 4.722.59 |
| CAPITAL DE TRABAJO | 39643.9 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | 3.000.00 |
| TOTAL | 47366.49 |

REFERENCIA EN EL CUADRO N°: 34 y TABLA N°:7 y 10

Elaborado por: Graciela Ruano

FINANCIAMIENTO PARA EL PROYECTO

CUADRO N°51

| FINANCIAMIENTO PARA EL PROYECTO | | |
|--|------------------|-------------------|
| INVERSIÓN TOTAL | MONTO | PORCENTAJE |
| Inversión financiada | 28.419,89 | 60% |
| Inversión Propia | 18.946,60 | 40% |
| TOTAL | 47.366,49 | 100% |

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

El Estudio Financiero o también conocido como Estudio Económico permitirá una asignación óptima de los recursos, tomando como base el Estudio de Mercado y el Estudio Técnico, y así determinar.

5.1. Inversión y su Financiamiento

La inversión requerida para la ejecución del proyecto es de \$47.366,49; el 60% será financiado por la Corporación Financiera Nacional, a 5 años plazo, y una tasa efectiva del 11.5759%.

5.2. Determinación de Ingresos

5.2.1. Proyección de Ingresos por venta

Considerando que se han fijado los precios por cada uno de los servicios en el Capítulo 3, tomando en cuenta la capacidad de elaboración de los proyectos de cada artesano, se han proyectado una inflación de 5.50% según datos de INEC para el año 2012.

Los rubros ha sido distribuidos de forma que se sintetice y agrupe la información desarrollada de costos directos, las cantidades se ha realizado partiendo de los cuadros N° 43, 44, 45, 46 donde se especifican las cantidades a producir por cada año y su incremento respectivo según la inflación anual antes mencionada.

Además se ha tomado la información de los cuadros N° 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, con respecto a los precios de la materia prima directa.

CUADRO N°52
PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTA ANUAL

| RUBROS | AÑOS | | | | |
|------------------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| BOLSOS DE CABUYA | | | | | |
| Cantidad (Unidad) | 581 | 612.96 | 646.67 | 682.23 | 719.76 |
| Precio por unidad | 15.37 | 16.22 | 17.11 | 18.05 | 19.04 |
| TOTAL | 8929.97 | 9942.13 | 11064.48 | 12314.33 | 13704.18 |
| BOLSOS DE ALGODÓN | | | | | |
| Cantidad (Unidad) | 581 | 612.96 | 646.67 | 682.23 | 719.76 |
| Precio por unidad | 26.78 | 28.25 | 29.81 | 31.45 | 33.18 |
| TOTAL | 15559.18 | 17315.98 | 19277.16 | 21456.27 | 23881.54 |
| BOLSOS DE PLÁSTICO | | | | | |
| Cantidad (Unidad) | 581 | 612.96 | 646.67 | 682.23 | 719.76 |
| Precio por unidad | 15.25 | 16.09 | 16.97 | 17.91 | 18.89 |
| TOTAL | 8860.25 | 9862.45 | 10973.95 | 12218.82 | 13596.21 |
| COLGANTES EN CABUYA | | | | | |
| Cantidad (Unidad) | 525.00 | 553.88 | 584.34 | 616.48 | 650.38 |
| Precio por unidad | 23.08 | 24.35 | 25.69 | 27.1 | 28.59 |
| TOTAL | 12117.00 | 13486.86 | 15011.65 | 16706.52 | 18594.45 |
| COLGANTES EN ALGODÓN | | | | | |
| Cantidad (Unidad) | 525.00 | 553.88 | 584.34 | 616.48 | 650.38 |
| Precio por unidad | 23.96 | 25.28 | 26.67 | 28.13 | 29.68 |
| TOTAL | 12579.00 | 14001.96 | 15584.30 | 17341.49 | 19303.37 |
| COLGANTES EN PLÁSTICO | | | | | |
| Cantidad (Unidad) | 525.00 | 553.88 | 584.34 | 616.48 | 650.38 |
| Precio por unidad | 16.27 | 17.16 | 18.11 | 19.1 | 20.16 |
| TOTAL | 8541.75 | 9504.50 | 10582.36 | 11774.71 | 13111.72 |
| CORTINAS EN CABUYA | | | | | |
| Cantidad (Unidad) | 1482.00 | 1563.51 | 1649.50 | 1740.23 | 1835.94 |
| Precio por unidad | 16.78 | 17.7 | 18.68 | 19.7 | 20.79 |
| TOTAL | 24867.96 | 27674.13 | 30812.72 | 34282.45 | 38169.15 |
| TOTAL INGRESOS | 91455.11 | 101787.99 | 113306.61 | 126094.57 | 140360.62 |

Elaborado por: Graciela Ruano

5.3. Determinación de Egresos

5.3.1. Costos de Producción

Se consideran costos de producción todos los insumos requeridos durante proceso productivo, siendo estos: materia Prima, Mano de Obras y Costos generales de Fabricación.

5.3.1.1. Materia Prima

El siguiente cuadro representa los gastos en materia prima directa que incurren en la elaboración de los productos tales como bolsos, colgantes y cortinas. Para el cálculo se utilizó el monto de inflación del 2011, la cual fue del 5.505 según datos obtenidos en el INEC.

CUADRO N°53
PROYECCIÓN DE EGRESOS POR VENTA ANUAL

| RUBROS \ AÑOS | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|-----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| BOLSOS DE CABUYA | | | | | |
| Cabuya (gramos) | 38927.00 | 41067.99 | 43326.72 | 45709.69 | 48223.73 |
| costo (\$) | 0.04 | 0.04 | 0.05 | 0.05 | 0.05 |
| Total | 1557.08 | 1642.72 | 2166.34 | 2285.48 | 2411.19 |
| manijas (unidad) | 581.00 | 612.96 | 646.67 | 682.23 | 719.76 |
| costo (\$) | 0.25 | 0.26 | 0.28 | 0.29 | 0.31 |
| Total | 145.25 | 159.37 | 181.07 | 197.85 | 223.12 |
| Etiquetas(unid) | 581.00 | 612.96 | 646.67 | 682.23 | 719.76 |
| costo(\$) | 0.03 | 0.03 | 0.03 | 0.04 | 0.04 |
| Total | 17.43 | 18.39 | 19.40 | 27.29 | 28.79 |
| Costos Adicionales | 581.00 | 612.96 | 646.67 | 682.23 | 719.76 |
| costo(\$) | 0.5 | 0.53 | 0.56 | 0.59 | 0.62 |
| Total | 290.50 | 324.87 | 362.13 | 402.52 | 446.25 |
| TOTAL | 2010.26 | 2145.34 | 2728.94 | 2913.14 | 3109.35 |

| <i>BOLSOS DE ALGODÓN</i> | | | | | |
|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Algodón (gramos) | 38927.00 | 41067.99 | 43326.72 | 45709.69 | 48223.73 |
| costo (\$) | 0.1 | 0.11 | 0.11 | 0.12 | 0.12 |
| Total | 3892.70 | 4517.48 | 4765.94 | 5485.16 | 5786.85 |
| manijas (unidad) | 581.00 | 612.96 | 646.67 | 682.23 | 719.76 |
| costo (\$) | 0.25 | 0.26 | 0.28 | 0.29 | 0.31 |
| Total | 145.25 | 159.37 | 181.07 | 197.85 | 223.12 |
| Pintura(ml) | 2905.00 | 3064.78 | 3233.34 | 3411.17 | 3598.79 |
| costo (\$) | 0.05 | 0.05 | 0.06 | 0.06 | 0.06 |
| Total | 145.25 | 153.24 | 194.00 | 204.67 | 215.93 |
| Tela(ml) | 581.00 | 612.96 | 646.67 | 682.23 | 719.76 |
| costo (\$) | 0.15 | 0.16 | 0.17 | 0.18 | 0.19 |
| Total | 87.15 | 98.07 | 109.93 | 122.80 | 136.75 |
| Etiquetas(unid) | 436 | 459.98 | 485.28 | 511.97 | 540.13 |
| costo(\$) | 0.03 | 0.03 | 0.03 | 0.04 | 0.04 |
| total | 13.08 | 13.80 | 14.56 | 20.48 | 21.61 |
| Costos Adicionales | 436 | 459.98 | 485.28 | 511.97 | 540.13 |
| costo(\$) | 0.5 | 0.53 | 0.56 | 0.59 | 0.62 |
| Total | 218.00 | 243.79 | 271.76 | 302.06 | 334.88 |
| TOTAL | 4501.43 | 5185.75 | 5537.26 | 6333.02 | 6719.14 |
| <i>BOLSOS DE PLÁSTICO</i> | | | | | |
| Plástico (gramos) | 38927.00 | 41067.99 | 43326.72 | 45709.69 | 48223.73 |
| costo (\$) | 0.04 | 0.04 | 0.05 | 0.05 | 0.05 |
| Total | 1557.08 | 1642.72 | 2166.34 | 2285.48 | 2411.19 |
| manijas (unidad) | 581.00 | 612.96 | 646.67 | 682.23 | 719.76 |
| costo (\$) | 0.25 | 0.26 | 0.28 | 0.29 | 0.31 |
| Total | 145.25 | 159.37 | 181.07 | 197.85 | 223.12 |
| Tela(ml) | 581.00 | 612.96 | 646.67 | 682.23 | 719.76 |
| costo (\$) | 0.15 | 0.16 | 0.17 | 0.18 | 0.19 |
| Total | 87.15 | 98.07 | 109.93 | 122.80 | 136.75 |
| Etiquetas(unid) | 436 | 459.98 | 485.28 | 511.97 | 540.13 |
| costo(\$) | 0.03 | 0.03 | 0.03 | 0.04 | 0.04 |

| | | | | | |
|-----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Total | 13.08 | 13.7994 | 14.5584 | 20.4788 | 21.6052 |
| Costos Adicionales | 581.00 | 612.96 | 646.67 | 682.23 | 719.76 |
| costo(\$) | 0.5 | 0.53 | 0.56 | 0.59 | 0.62 |
| Total | 290.50 | 324.87 | 362.13 | 402.52 | 446.25 |
| TOTAL | 2093.06 | 2238.83 | 2834.03 | 3029.13 | 3238.92 |
| COLGANTES EN CABUYA | | | | | |
| Cabuya (gramos) | 35175.00 | 37109.63 | 39150.65 | 41303.94 | 43575.66 |
| costo (\$) | 0.04 | 0.04 | 0.05 | 0.05 | 0.05 |
| Total | 1407 | 1484.39 | 1957.53 | 2065.20 | 2178.78 |
| varillas (unidad) | 525.00 | 553.88 | 584.34 | 616.48 | 650.38 |
| costo (\$) | 1 | 1.06 | 1.11 | 1.17 | 1.24 |
| Total | 525.00 | 587.11 | 648.62 | 721.28 | 806.47 |
| Pintura(ml) | 2625.00 | 2769.38 | 2921.69 | 3082.38 | 3251.91 |
| costo (\$) | 0.05 | 0.05 | 0.06 | 0.06 | 0.06 |
| Total | 131.25 | 138.47 | 175.30 | 184.94 | 195.11 |
| Etiquetas(unid) | 525.00 | 553.88 | 584.34 | 616.48 | 650.38 |
| costo(\$) | 0.03 | 0.03 | 0.03 | 0.04 | 0.04 |
| Total | 15.75 | 16.62 | 17.53 | 24.66 | 26.02 |
| Costos Adicionales | 525.00 | 553.88 | 584.34 | 616.48 | 650.38 |
| costo(\$) | 0.5 | 0.53 | 0.56 | 0.59 | 0.62 |
| Total | 262.50 | 293.55 | 327.23 | 363.72 | 403.24 |
| TOTAL | 2341.50 | 2520.13 | 3126.21 | 3359.80 | 3609.63 |
| COLGANTES EN ALGODÓN | | | | | |
| Algodón (gramos) | 35175.00 | 37109.63 | 39150.65 | 41303.94 | 43575.66 |
| costo (\$) | 0.1 | 0.11 | 0.11 | 0.12 | 0.12 |
| Total | 3517.50 | 4082.06 | 4306.57 | 4956.47 | 5229.08 |
| varillas (unidad) | 525.00 | 553.88 | 584.34 | 616.48 | 650.38 |
| costo (\$) | 1 | 1.06 | 1.11 | 1.17 | 1.24 |
| Total | 525.00 | 587.11 | 648.62 | 721.28 | 806.47 |
| Etiquetas(unid) | 525.00 | 553.88 | 584.34 | 616.48 | 650.38 |
| costo(\$) | 0.03 | 0.03 | 0.03 | 0.04 | 0.04 |

| | | | | | |
|-------------------------------------|----------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| total | 15.75 | 16.62 | 17.53 | 24.66 | 26.02 |
| Costos Adicionales | 525.00 | 553.88 | 584.34 | 616.48 | 650.38 |
| costo(\$) | 0.5 | 0.53 | 0.56 | 0.59 | 0.62 |
| Total | 262.50 | 293.55 | 327.23 | 363.72 | 403.24 |
| TOTAL | 4320.75 | 4979.34 | 5299.95 | 6066.13 | 6464.81 |
| <i>COLGANTES EN PLÁSTICO</i> | | | | | |
| Plástico (gramos) | 35175.00 | 37109.63 | 39150.65 | 41303.94 | 43575.66 |
| costo (\$) | 0.04 | 0.04 | 0.05 | 0.05 | 0.05 |
| Total | 1407.00 | 1484.39 | 1957.53 | 2065.20 | 2178.78 |
| varillas (unidad) | 525.00 | 553.88 | 584.34 | 616.48 | 650.38 |
| costo (\$) | 1 | 1.06 | 1.11 | 1.17 | 1.24 |
| Total | 525.00 | 587.11 | 648.62 | 721.28 | 806.47 |
| Etiquetas(unid) | 525.00 | 553.88 | 584.34 | 616.48 | 650.38 |
| costo(\$) | 0.03 | 0.03 | 0.03 | 0.04 | 0.04 |
| total | 15.75 | 16.62 | 17.53 | 24.66 | 26.02 |
| Costos Adicionales | 525.00 | 553.88 | 584.34 | 616.48 | 650.38 |
| costo(\$) | 0.5 | 0.53 | 0.56 | 0.59 | 0.62 |
| Total | 262.5 | 293.55375 | 327.22935 | 363.721266 | 403.237424 |
| TOTAL | 2210.25 | 2381.66 | 2950.91 | 3174.86 | 3414.51 |
| <i>CORTINAS EN CABUYA</i> | | | | | |
| Cabuya (gramos) | 99294.00 | 99294.00 | 99294.00 | 99294.00 | 99294.00 |
| costo (\$) | 0.04 | 0.04 | 0.05 | 0.05 | 0.05 |
| Total | 3971.76 | 3971.76 | 4964.70 | 4964.70 | 4964.70 |
| pintura (ml) | 1482.00 | 1563.51 | 1649.50 | 1740.23 | 1835.94 |
| costo (\$) | 0.05 | 0.05 | 0.06 | 0.06 | 0.06 |
| Total | 74.10 | 78.18 | 98.97 | 104.41 | 110.16 |
| Etiquetas(unid) | 1482.00 | 1563.51 | 1649.50 | 1740.23 | 1835.94 |
| costo(\$) | 0.03 | 0.03 | 0.03 | 0.04 | 0.04 |
| Total | 44.46 | 46.9053 | 49.4850915 | 69.6090287 | 73.4375253 |
| Costos Adicionales | 1482.00 | 1563.51 | 1649.50 | 1740.23 | 1835.94 |
| costo(\$) | 0.5 | 0.53 | 0.56 | 0.59 | 0.62 |

| | | | | | |
|---------------|----------|----------|------------|------------|------------|
| Total | 741 | 828.6603 | 923.721708 | 1026.73317 | 1138.28164 |
| TOTAL | 4831.32 | 4925.50 | 6036.88 | 6165.46 | 6286.58 |
| TOTAL EGRESOS | 22308.57 | 24376.55 | 28514.16 | 31041.54 | 32842.93 |

Elaborado por: Graciela Ruano

5.3.1.2. Mano de Obra Directa

Para la proyección de los sueldos básicos se utilizó la tasa de crecimiento cuyo cálculo está basado en el incremento desde el año 2006 hasta el 2011.

CUADRO N°54
COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DEL SUELDO BÁSICO UNIFICADO

| AÑOS | SUELDO BÁSICO GENERAL |
|------|-----------------------|
| 2006 | 160,00 |
| 2007 | 170,00 |
| 2008 | 200,00 |
| 2009 | 218,00 |
| 2010 | 240,00 |
| 2011 | 264,00 |
| 2012 | 292,00 |

Fuente: BCE 2012

Elaborado por: Graciela Ruano

Calculo de la tasa de crecimiento del Sueldo

$$M = C(1 + i)^{n-1}$$

$$264 = 160(1 + i)^{6-1}$$

$$\frac{264}{160} = (1 + i)^5$$

$$\sqrt[5]{\frac{264}{160}} = 1 + i$$

$$\sqrt[5]{1.65} = 1 + i$$

$$1.1053422 - 1 = i$$

$$0.1053422 = i$$

$$i = 10.53\%$$

CUADRO N° 55
SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL

| Años Personal | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------|----------------------|----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Obrero 1 | 291,80 | 291,80 | 322,53 | 356,49 | 394,03 |
| Obrero 2 | 291,80 | 291,80 | 322,53 | 356,49 | 394,03 |
| Obrero 3 | | 291,80 | 322,53 | 356,49 | 394,03 |
| Obrero 4 | | | 322,53 | 356,49 | 394,03 |
| Obrero 5 | | | | 356,49 | 394,03 |
| Obrero 6 | | | | | 394,03 |
| <i>SUBTOTAL</i> | <i>583,60</i> | <i>875,40</i> | <i>1.290,10</i> | <i>1.782,44</i> | <i>2.364,15</i> |

Elaborado por: Graciela Ruano

CUADRO N° 56

PROYECCIÓN SUELDO PERSONAL MANO DE OBRA DIRECTA

| Rubro | Años | | | | |
|--------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Salario Básico Unificado | 6336.00 | 10504.77 | 15481.23 | 21389.26 | 28369.85 |
| Fondos de Reserva | 0.00 | 875.05 | 1289.59 | 1781.73 | 2363.21 |
| Aporte Patronal | 1953.48 | 2591.02 | 3341.16 | 4220.55 | 5248.10 |
| Décimo Tercer Sueldo | 583.60 | 2626.2 | 5160.4 | 8912.2 | 14184.9 |
| Décimo Cuarto Sueldo | 583.60 | 2626.2 | 5160.4 | 8912.2 | 14184.9 |
| Vacaciones | 0.00 | 968.24 | 1248.57 | 1577.19 | 1961.17 |
| TOTAL | 11209.48 | 18812.05 | 26354.80 | 35277.47 | 45787.03 |

Elaborado por: Graciela Ruano

5.3.1.3. Gastos Generales de Fabricación

Compuesto por los servicios básicos, los cuales cumplen un rol importante. Un incremento anual de 5.50% misma que aplica a los precios, para el consumo de energía eléctrica y agua potable.

Además se considera que cada obrero consuma 1m^3 de agua por cada mes, además considerando que la base se encuentra en 4m^3 de agua potable.

La Cantidad de Kwh por hora está basada en el consumo de la maquinaria que incluye el presente proyecto así como el costo de iluminación

CUADRO N° 57
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

| AÑOS | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|--------------------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| GASTOS | | | | | |
| GASTOS | | | | | |
| AGUA POTABLE | | | | | |
| CANTIDAD (m3) | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| PRECIO | 0.51 | 0.54 | 0.57 | 0.6 | 0.63 |
| BASE | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| VALOR | 6.55 | 7.24 | 7.99 | 8.8 | 9.67 |
| ENERGÍA ELÉCTRICA | | | | | |
| CANTIDAD (Kwh) | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 |
| Precio | 0.08 | 0.08 | 0.09 | 0.09 | 0.1 |
| Valor | 96 | 96 | 108 | 108 | 120 |
| TOTAL | 102.55 | 103.24 | 115.99 | 116.8 | 129.67 |

Fuente: Emelnorte y Emapa

Elaborado por: Graciela Ruano

5.3.1.4 Presupuesto de Costos de Producción

Permite visualizar de una forma dinámica como están conformados los costos de producción.

CUADRO N° 58
COSTOS DE PRODUCCIÓN ANUAL

| Años | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|-----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Rubro | | | | | |
| Materia Prima Directa | 20244.37 | 21357.81 | 22532.49 | 23771.78 | 25079.22 |
| Mano de Obra Directa | 7008 | 7393.44 | 7800.08 | 8229.08 | 8681.68 |
| Costos Directos | 27252.37 | 28751.25 | 30332.56 | 32000.86 | 33760.90 |
| Gastos Indir Fabricaci. | 1892.25 | 1996.32 | 2106.12 | 2221.96 | 2344.17 |
| Costos Indirectos | 1892.25 | 1996.32 | 2106.12 | 2221.96 | 2344.17 |
| Costos de Producción | 29144.62 | 30747.57 | 32438.69 | 34222.81 | 36105.07 |

Elaborado por: Graciela Ruano

5.3.2 Gastos Administrativos

Son gastos incurridos en el área administrativa, para el normal funcionamiento de las operaciones.

CUADRO N° 59
SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL

| Rubro \ Años | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Administrador | 292.00 | 322.75 | 356.73 | 394.30 | 435.82 |
| Subtotal | 292.00 | 322.75 | 356.73 | 394.30 | 435.82 |
| Total | 3504.00 | 3872.97 | 4280.80 | 4731.56 | 5229.80 |

Elaborado por: Graciela Ruano

CUADRO N° 60
PROYECCIÓN SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO

| Rubro \ Años | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------------------------|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
| Salario Básico Unificado | 3504 | 3872.97 | 4280.8 | 4731.56 | 5229.8 |
| Fondos de Reserva | 0 | 322.62 | 356.59 | 394.14 | 435.64 |
| Aporte Patronal | 26.72 | 28.19 | 29.74 | 31.37 | 33.1 |
| Décimo Tercer Sueldo | 292 | 308.06 | 325 | 342.88 | 361.74 |
| Décimo Cuarto Sueldo | 292 | 308.06 | 325 | 342.88 | 361.74 |
| Vacaciones | | 161.37 | 178.37 | 197.15 | 217.91 |
| TOTAL | 4114.72 | 5001.27 | 5495.5 | 6039.98 | 6639.93 |

Elaborado por: Graciela Ruano

El incremento del salario básico está calculado según proyecciones del banco central del Ecuador

CUADRO N° 61
PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

| Años Rubro | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Sueldo Personal | 4114.72 | 5001.27 | 5495.5 | 6039.98 | 6639.93 |
| Suministros de oficina | 94.78 | 99.99 | 105.49 | 111.29 | 117.42 |
| TOTAL | 4209.50 | 5101.26 | 5600.99 | 6151.27 | 6757.35 |

Elaborado por: Graciela Ruano

5.3.3 Gastos de Venta

Se optara por difundir la publicidad e los medios de comunicación que tienen mayor acogida en la ciudad y provincia. Se toma como referencia un crecimiento del 5.50%(inflación) anual.

CUADRO N° 62
GASTOS DE VENTA

| DESCRIPCIÓN | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Publicidad por televisión | 500.00 | 527.50 | 556.51 | 587.12 | 619.41 |
| Publicidad por radio | 250.00 | 263.75 | 278.26 | 293.56 | 309.71 |
| Publicidad por prensa | 200.00 | 211.00 | 222.61 | 234.85 | 247.76 |
| Hojas volantes | 50.00 | 52.75 | 55.65 | 58.71 | 61.94 |
| TOTAL | 1000.00 | 1055.00 | 1113.03 | 1174.24 | 1238.82 |

Elaborado por: Graciela Ruano

CUADRO N° 63
PROYECCIÓN SUELDO PERSONAL PARA VENTAS

| Años Rubro | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Salario Básico Unificado | 3504 | 3872.97 | 4280.8 | 4731.56 | 5229.8 |
| Fondos de Reserva | | 322.62 | 356.59 | 394.14 | 435.64 |
| Aporte Patronal | 26.72 | 28.19 | 29.74 | 31.37 | 33.10 |
| Decimo Tercer Sueldo | 292 | 308.06 | 325 | 342.88 | 361.74 |
| Decimo Cuarto Sueldo | 292 | 308.06 | 325 | 342.88 | 361.74 |
| Vacaciones | | 161.37 | 178.37 | 197.15 | 217.91 |
| TOTAL | 4114.72 | 5001.27 | 5495.50 | 6039.98 | 6639.93 |

Elaborado por: Graciela Ruano

CUADRO N° 64
PRESUPUESTO GASTOS DE VENTA

| Años Rubro | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Publicidad | 1000 | 1055 | 1113.03 | 1174.24 | 1238.82 |
| Sueldo Personal de Ventas | 4114.72 | 5001.27 | 5495.5 | 6039.98 | 6639.93 |
| Total Gastos de Venta | 5114.72 | 6056.27 | 6608.53 | 7214.22 | 7878.75 |

Elaborado por: Graciela Ruano

5.4. Depreciación de Activos Fijos

CUADRO N° 65

| AMORTIZACIÓN | | | | | | |
|--------------------------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CONCEPTO | COSTO | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Amortización Activos Diferidos | 3.000,00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 |
| TOTAL | 3.000,00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 |

Elaborado por: Graciela Ruano

CUADRO N° 66

| DEPRECIACIÓN | | | | | | | | | | | |
|------------------------|-----------------|----------------------|-----------------|----------|----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|
| CONCEPTO | COSTO | VALOR DESECHO | TOTAL | % | DEPREC. ANUAL | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | VALOR EN LIBROS |
| Maquinaria y Equipos | 2.272,21 | 227,22 | 2.044,99 | 10% | 204,50 | 204,50 | 204,50 | 204,50 | 204,50 | 204,50 | 1.022,49 |
| Equipos de Computación | 1.182,38 | 59,12 | 1.123,26 | 33% | 374,38 | 374,38 | 374,38 | 374,38 | - | - | 0,12 |
| Muebles de Oficina | 1268 | 126,80 | 1.141,20 | 10% | 114,12 | 114,12 | 114,12 | 114,12 | 114,12 | 114,12 | 570,60 |
| TOTAL | 4.722,59 | 413,14 | 4.309.45 | | 693,00 | 693,00 | 693,00 | 693,00 | 318,62 | 318,62 | 1.593,21 |

Elaborado por: Graciela Ruano

5.5. Gastos Financieros

Para el funcionamiento del proyecto se tiene la necesidad de contar con una inversión total de \$40152.048, el 60% de la inversión se obtendrá mediante un crédito en la Corporación Financiera nacional, a una tasa efectiva de 11.5957% anual a 5 años, los pagos del crédito se realizarán de forma mensual.

5.5.1. Calculo del Valor presente de la Deuda

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

Donde:

VP=Valor presente

VF= Valor Futuro (28419.89)

I=Tasa de interés (11.5759%)

N=Tiempo del Préstamo (5 años)

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

$$VP = \frac{28419.89 * \frac{0.115759}{12} (1 + \frac{0.115759}{12})^{60}}{\left((1 + \frac{0.115759}{12})^{60} - 1 \right)}$$

VP = 626.11

CUADRO N° 67

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE INTERÉS DE INVERSIÓN FINANCIADA

| N° | VENCIMIENTO | SALDO INSOLUTO | INTERÉS | SALDO SOLUTO | VALOR PRESENTE |
|----|-------------|-------------------|---------|-----------------|-------------------|
| 0 | | 28419.89 | | | |
| 1 | 12-oct-12 | 28067.93 | 274.15 | 351.96 | 626.11 |
| 2 | 11-nov-12 | 27712.58 | 270.76 | 355.35 | 626.11 |
| 3 | 11-dic-12 | 27353.81 | 267.33 | 358.78 | 626.11 |
| 4 | 10-ene-13 | 26991.57 | 263.87 | 362.24 | 626.11 |
| 5 | 09-feb-13 | 26625.83 | 260.38 | 365.73 | 626.11 |
| 6 | 11-mar-13 | 26256.57 | 256.85 | 369.26 | 626.11 |
| 7 | 10-abr-13 | 25883.75 | 253.29 | 372.82 | 626.11 |
| 8 | 10-may-13 | 25507.33 | 249.69 | 376.42 | 626.11 |
| 9 | 09-jun-13 | 25127.28 | 246.06 | 380.05 | 626.11 |

| | | | | | |
|----|-----------|----------|--------|--------|--------|
| 10 | 09-jul-13 | 24743.56 | 242.39 | 383.72 | 626.11 |
| 11 | 08-ago-13 | 24356.14 | 238.69 | 387.42 | 626.11 |
| 12 | 07-sep-13 | 23964.98 | 234.95 | 391.16 | 626.11 |
| 13 | 07-oct-13 | 23570.05 | 231.18 | 394.93 | 626.11 |
| 14 | 06-nov-13 | 23171.31 | 227.37 | 398.74 | 626.11 |
| 15 | 06-dic-13 | 22768.73 | 223.52 | 402.59 | 626.11 |
| 16 | 05-ene-14 | 22362.26 | 219.64 | 406.47 | 626.11 |
| 17 | 04-feb-14 | 21951.87 | 215.72 | 410.39 | 626.11 |
| 18 | 06-mar-14 | 21537.52 | 211.76 | 414.35 | 626.11 |
| 19 | 05-abr-14 | 21119.17 | 207.76 | 418.35 | 626.11 |
| 20 | 05-may-14 | 20696.79 | 203.73 | 422.38 | 626.11 |
| 21 | 04-jun-14 | 20270.33 | 199.65 | 426.46 | 626.11 |
| 22 | 04-jul-14 | 19839.76 | 195.54 | 430.57 | 626.11 |
| 23 | 03-ago-14 | 19405.04 | 191.39 | 434.72 | 626.11 |
| 24 | 02-sep-14 | 18966.12 | 187.19 | 438.92 | 626.11 |
| 25 | 02-oct-14 | 18522.97 | 182.96 | 443.15 | 626.11 |
| 26 | 01-nov-14 | 18075.54 | 178.68 | 447.43 | 626.11 |
| 27 | 01-dic-14 | 17623.80 | 174.37 | 451.74 | 626.11 |
| 28 | 31-dic-14 | 17167.70 | 170.01 | 456.10 | 626.11 |
| 29 | 30-ene-15 | 16707.20 | 165.61 | 460.50 | 626.11 |
| 30 | 01-mar-15 | 16242.26 | 161.17 | 464.94 | 626.11 |
| 31 | 31-mar-15 | 15772.83 | 156.68 | 469.43 | 626.11 |
| 32 | 30-abr-15 | 15298.87 | 152.15 | 473.96 | 626.11 |
| 33 | 30-may-15 | 14820.34 | 147.58 | 478.53 | 626.11 |
| 34 | 29-jun-15 | 14337.20 | 142.97 | 483.14 | 626.11 |
| 35 | 29-jul-15 | 13849.39 | 138.30 | 487.81 | 626.11 |
| 36 | 28-ago-15 | 13356.88 | 133.60 | 492.51 | 626.11 |
| 37 | 27-sep-15 | 12859.62 | 128.85 | 497.26 | 626.11 |
| 38 | 27-oct-15 | 12357.56 | 124.05 | 502.06 | 626.11 |
| 39 | 26-nov-15 | 11850.66 | 119.21 | 506.90 | 626.11 |
| 40 | 26-dic-15 | 11338.87 | 114.32 | 511.79 | 626.11 |
| 41 | 25-ene-16 | 10822.14 | 109.38 | 516.73 | 626.11 |
| 42 | 24-feb-16 | 10300.43 | 104.40 | 521.71 | 626.11 |
| 43 | 25-mar-16 | 9773.68 | 99.36 | 526.75 | 626.11 |
| 44 | 24-abr-16 | 9241.85 | 94.28 | 531.83 | 626.11 |
| 45 | 24-may-16 | 8704.90 | 89.15 | 536.96 | 626.11 |
| 46 | 23-jun-16 | 8162.76 | 83.97 | 542.14 | 626.11 |
| 47 | 23-jul-16 | 7615.39 | 78.74 | 547.37 | 626.11 |
| 48 | 22-ago-16 | 7062.74 | 73.46 | 552.65 | 626.11 |
| 49 | 21-sep-16 | 6504.77 | 68.13 | 557.98 | 626.11 |

| | | | | | |
|----|-----------|---------|-------|--------|--------|
| 50 | 21-oct-16 | 5941.40 | 62.75 | 563.36 | 626.11 |
| 51 | 20-nov-16 | 5372.61 | 57.31 | 568.80 | 626.11 |
| 52 | 20-dic-16 | 4798.33 | 51.83 | 574.28 | 626.11 |
| 53 | 19-ene-17 | 4218.50 | 46.29 | 579.82 | 626.11 |
| 54 | 18-feb-17 | 3633.09 | 40.69 | 585.42 | 626.11 |
| 55 | 20-mar-17 | 3042.02 | 35.05 | 591.06 | 626.11 |
| 56 | 19-abr-17 | 2445.26 | 29.35 | 596.76 | 626.11 |
| 57 | 19-may-17 | 1842.74 | 23.59 | 602.52 | 626.11 |
| 58 | 18-jun-17 | 1234.40 | 17.78 | 608.33 | 626.11 |
| 59 | 18-jul-17 | 620.20 | 11.91 | 614.20 | 626.11 |
| 60 | 17-ago-17 | 0.08 | 5.98 | 620.13 | 626.11 |

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaboración: Graciela Ruano.

5.6 Estados Financieros Proforma

Los estados financieros permiten evaluar la situación económica y financiera del negocio, y así poder tomar decisiones acertadas para la implementación y desarrollo del proyecto.

5.61. Estado de Situación Financiera

También denominado como Balance de Arranque, presenta la situación financiera y económica del proyecto, de manera estimada, registrando fuentes del capital, activos fijos y el patrimonio con que cuenta para iniciar la actividad, se detalla a continuación:

CUADRO N° 68

MACRAME ARTS

**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
AL 01 DE ENERO DEL AÑO 2012**

| | | |
|---------------------------------------|------------------------|------------------------|
| ACTIVOS | | |
| ACTIVOS CORRIENTES | | 39643.9 |
| CAPITAL DE TRABAJO | 39643.9 | |
| ACTIVOS FIJOS | | 4722.59 |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | 2.272.21 | |
| MUEBLES DE OFICINA | 1.182.38 | |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN | 1.268.00 | |
| ACTIVOS DIFERIDOS | 3000.00 | 3000 |
| TOTAL ACTIVOS | | <u>47366.49</u> |
| PASIVOS | | 28419.89 |
| PASIVOS CORRIENTES | | |
| PRÉSTAMO | 28419.89 | |
| PATRIMONIO | | 18946.60 |
| CAPITAL PROPIO | 18946.60 | |
| TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO | <u>47366.49</u> | <u>47366.49</u> |

CONTADOR

GERENTE

Elaboración: Graciela Ruano

5.6.2 Estado de Resultados Proyectado

El estado de pérdidas y ganancias proyectado muestra la gestión que se realizara en el complejo turístico, para determinar utilidades o pérdidas al término de un año económico.

CUADRO N° 69

MACRAME ARTS ESTADO DE RESULTADOS AL 01 DE ENERO DEL AÑO 2012

| Rubros | Años | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---------------------------------------|-------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Ingresos | | 91455.11 | 101787.99 | 113306.61 | 126094.57 | 140360.62 |
| -Costos de Producción | | 29144.62 | 30747.57 | 32438.69 | 34222.81 | 36105.07 |
| =UTILIDAD BRUTA | | 62310.49 | 71040.42 | 80867.92 | 91871.76 | 104255.55 |
| -Gastos Administrativos | | 4209.5 | 5101.26 | 5600.99 | 6151.27 | 6757.35 |
| -Gastos de Venta | | 5114.72 | 6056.27 | 6608.53 | 7214.22 | 7878.75 |
| -Depreciaciones | | 693 | 693 | 693 | 318.62 | 318.62 |
| =UTILIDAD OPERACIONAL | | 52293.27 | 59189.89 | 67965.4 | 78187.65 | 89300.83 |
| -15% PARTICIPACION UTIL. TRABAJADORES | | 7843.99 | 8878.48 | 10194.81 | 11728.15 | 13395.12 |
| =UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | | 44449.28 | 50311.41 | 57770.59 | 66459.50 | 75905.71 |
| IMPUESTO A LA RENTA | | 0 | 47.78 | 404.98 | 1114.37 | 1994.29 |
| | | 0 | 0.09 | 0.70 | 1.68 | 2.63 |
| =UTILIDAD NETA PROYECTADA | | 44449.28 | 50263.63 | 57365.61 | 65345.13 | 73911.42 |

Elaboración: Graciela Ruano

5.6.3 Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja refleja las entradas y salidas de efectivo, derivadas de ingresos (Ingresos Proyectados) y egresos de efectivo (Proyección de gastos), constituye el circulante que tiene la empresa para seguir operando.

CUADRO N°70**MACRAME ARTS****FLUJO DE CAJA****AL 01 DE ENERO DEL AÑO 2012**

| Rubros | PERIODOS | | | | | |
|------------------------------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 0 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| (INVERSIÓN INICIAL) | 47366.49 | | | | | |
| UTILIDAD OPERACIONAL | | 52293.27 | 59189.89 | 67965.4 | 78187.65 | 89300.83 |
| +DEPRECIACIÓN | | 693 | 693 | 693 | 318.62 | 318.62 |
| -15% PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES | | 7843.99 | 8878.48 | 10194.81 | 11728.15 | 13395.12 |
| -IMPUESTOS | | 0 | 47.78 | 404.98 | 1114.37 | 1994.29 |
| FLUJO NETO PROYECTADO | | 45142.28 | 50956.63 | 58058.61 | 65663.75 | 74230.04 |

Elaboración: Graciela Ruano

5.7. Evaluación Financiera**5.7.1 Costo de Capital**

Para un proyecto la tasa de descuento es lo mínimo que debe generar un proyecto, los porcentajes de las tasas de ponderaciones obtuvieron de la Corporación Financiera Nacional.

**CUADRO N°71
COSTO DE CAPITAL**

| COSTO DE CAPITAL | | | | |
|-------------------------|--------------|-------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| RUBROS | VALOR | % ESTRUCTURA | TASA PONDERADA | VALOR PONDERADO |
| Inversión Financiativa | 28419.89 | 60 | 11.5759 | 694.554 |
| Inversión Propia | 18946.60 | 40 | 4.10 | 164.000 |
| INVERSIÓN TOTAL | | | TASA PONDERADA | 858.55 |
| | | | COSTO CAPITAL CK | 8.59% |
| | | | INFLACIÓN ANUAL | 5.50% |

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaboración: Graciela Ruano

5.7.2 Tasa de Redescuento o Rendimiento Medio

Esta calculada por la inflación anual del país al 2011, siendo 5.50%.

$$TRM=(1+CK)(1+INF)-1$$

$$TRM=(1+0.0859)(1+0.0550)-1$$

$$TRM=0.1456$$

$$TRM=14.56\%$$

5.7.3 Calculo del Valor Actual Neto (VAN)

Es la suma de todos los flujos en efectivo mencionados en los años proyectados y restar la inversión inicial, si el resultado de esta operación es igual o superior a cero debe aceptarse el proyecto.

➤ Cálculos de Flujo Netos Actualizados, se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{FE1}{(1+r)^1} + \frac{FE2}{(1+r)^2} + \frac{FE3}{(1+r)^3} + \frac{FE4}{(1+r)^4} + \frac{FE5}{(1+r)^5}$$

$$VAN = \frac{45142.28}{(1+0.1456)^1} + \frac{50956.63}{(1+0.1456)^2} + \frac{58058.61}{(1+0.1456)^3} + \frac{65663.72}{(1+0.1456)^4} + \frac{74230.04}{(1+0.1456)^5}$$

CUADRO N° 72
FLUJOS NETOS AC

| AÑOS DE FLUJOS | FLUJOS NETOS | TASA DE REDESCUENTO 14.56 | FLUJOS ACTUALIZADOS |
|-----------------------|---------------------|--------------------------------------|----------------------------|
| 1 | 45142.28 | 1.1456 | 39404.92 |
| 2 | 50956.63 | 1.3124 | 38827.05 |
| 3 | 58058.61 | 1.5035 | 38615.63 |
| 4 | 65663.75 | 1.7224 | 38123.40 |
| 5 | 74230.04 | 1.9732 | 37619.11 |
| TOTAL | | | 192590.11 |

Elaboración: Graciela Ruano

VAN= FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS – INVERSIÓN

$$\text{VAN} = 192590.11 - 47366.49 = 145223.62$$

El VAN = \$145223.62, en consecuencia el proyecto es factible

Con este cálculo se ha obtenido que el VAN es menor que cero por lo tanto el proyecto no es factible de realizar.

5.7.4 Cálculo del TIR

Utilizando la fórmula de la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto de una inversión sea igual a cero.

$$0 = FF + FF_1 / (1+TIR) + FF_2 / (1+TIR)^2 + FF_3 / (1+TIR)^3 + \dots + FF_{n-1} / (1+TIR)^{n-1}$$

Obtenemos:

CUADRO N° 73
TABLA DE CÁLCULO DE TIR

| TASA DE 103% | PERIODOS | | | | | VAN 0 |
|-----------------|----------|------------|------------|------------|------------|----------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| | 45142.28 | 50956.63 | 58058.61 | 65663.75 | 74230.04 | |
| -47366.49 | 2.03399 | 4.13711532 | 8.41485119 | 17.1157232 | 34.8132098 | 0 |

Elaboración: Graciela Ruano

TIR= 103%

La tasa interna de retorno que se calculó muestra que la rentabilidad en el proyecto con una tasa del 103% positiva, en los años de validez del proyecto, dicho indicador supera la tasa pasiva vigente en el sistema financiero, la inversión muestra que tiene un mínimo riesgo el proyecto es viable

5.7.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

CUADRO N° 74
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

| AÑOS | CAPITAL | FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS | FLUJOS ACUMULADOS |
|--------------|-----------------|--------------------------------------|------------------------------|
| 1 | 47366.49 | 39404.92 | 39404.92 |
| 2 | | 38827.05 | 78231.97 |
| 3 | | 38615.63 | 116847.6 |
| 4 | | 38123.40 | 154971 |
| 5 | | 37619.11 | 192590.11 |
| TOTAL | | 192590.11 | |

Elaboración: Graciela Ruano

$$RI = 47366.49 - 39404.92 = 7961.57$$

$$RI = 7961.57/12 = 663.46 = 1 \text{ año y 1 mes}$$

El periodo de recuperación de la inversión es de 1 año y 1 mes, es decir que la inversión se puede recuperar dentro de los cinco años.

5.7.6 COSTO BENEFICIO

El Costo beneficio refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y gastos.

CUADRO N°75
CALCULO DEL COSTO BENEFICIO

| AÑOS | INGRESOS | TASA DE REDESCUENTO 14.56% | INGRESOS ACTUALIZADOS | EGRESOS | EGRESOS ACTUALIZADOS |
|--------------|-----------------|---------------------------------------|------------------------------|------------------|-----------------------------|
| 1 | 91455.11 | 1.1456 | 79831.63 | 22308.57 | 19473.26 |
| 2 | 101787.99 | 1.3124 | 77558.66 | 24376.55 | 18574.02 |
| 3 | 113306.61 | 1.5035 | 75361.90 | 28514.16 | 18965.19 |
| 4 | 126094.57 | 1.7224 | 73208.64 | 31041.54 | 18022.26 |
| 5 | 140360.62 | 1.9732 | 71133.50 | 32842.93 | 16644.50 |
| TOTAL | 573004.9 | | 377094.33 | 139083.75 | 91679.24 |

Elaboración: Graciela Ruano

$$1. \text{ COSTO – BENEFICIO} = \frac{\sum \text{Flujos Netos Acumulados}}{\text{Inversion}}$$

$$C/B = \frac{192590.11}{47366.49}$$

$$\text{COSTO – BENEFICIO} = 4.9$$

El valor calculado de costo beneficio, significa que por cada dólar de inversión se recupera 4.9dólares.

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

$$\text{COSTO – BENEFICIO} = \frac{377094.33}{91679.24}$$

COSTO – BENEFICIO = 4.9

El valor calculado del costo-beneficio, significa que por cada dólar de egreso, se obtiene de ingreso 4.9 dólares.

5.7.7 Punto de Equilibrio

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

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

De donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

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

CUADRO N° 76
COSTOS VARIABLES

| DETALLE | AÑO 1 |
|------------------|--------------|
| COSTO PRODUCCIÓN | 29.144,62 |
| TOTAL | 29.144,62 |

Elaborado por: Graciela Ruano

Los costos fijos son valores que permanecen constantes sin importar el volumen de ventas que se tenga en un periodo determinado, estos son los siguientes:

CUADRO N° 77
MANO DE OBRA INDIRECTA

| DETALLE | AÑO 1 |
|------------------------|------------------|
| Gastos Administrativos | 4.209,50 |
| Gastos de Venta | 5.114,72 |
| Depreciación | 693,00 |
| TOTAL | 10.017,22 |

Elaborado por: Graciela Ruano

CUADRO N° 78
COSTOS

| DETALLE | AÑO 1 |
|------------------|------------------|
| Costos Fijos | 10.017,22 |
| Costos Variables | 29.144,62 |
| TOTAL | 39.161,84 |

Elaborado por: Graciela Ruano

Una vez detallado los costos fijo, variables y los costos totales, seguidamente calculamos el punto de equilibrio con la formula antes descrita.

$$PE = \frac{10017.22}{1 - \frac{29144.62}{91455.11}}$$

$$PE = 14702.59$$

CUADRO N°79
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA CADA AÑO

| RUBROS | AÑOS | | | | |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| COSTOS FIJOS | 10017.22 | 11850.53 | 12902.52 | 13684.11 | 14954.72 |
| COSTOS VARIABLES | 29144.62 | 30747.57 | 32438.69 | 34222.81 | 36105.07 |
| VENTAS | 91455.11 | 101787.99 | 113306.61 | 126094.57 | 140360.62 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO | 14702.60 | 16979.65 | 18078.13 | 18781.53 | 20133.74 |

Elaborado por: Graciela Ruano

Para poder cumplir todos los costos y gastos que generara el proyecto, es necesario vender 14702.60 dólares, con este valor no se tendrá ninguna ganancia ni pérdida.

5.8 Resumen Evaluadores Financieros

CUADRO N°80
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA CADA AÑO

| EVALUACIÓN FINANCIERA | VALOR | RESULTADO |
|------------------------------|--------------|------------------|
| VAN > 0 | 145223.62 | OK |
| TIR | 103% | OK |
| C/B | 4.9 | OK |
| Punto de Equilibrio | 14702.59 | OK |
| Periodo de recuperación | 1 año, 1 mes | OK |

Elaborado por: Graciela Ruano

CAPÍTULO VI

6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Dentro de la Estructura Organizacional se encuentra la propuesta de la creación de la microempresa en la cual se especificara lo más importante y esencial a tener en cuenta como son la misión, visión, base legal, políticas, estrategias, entre otros aspectos.

6.1 Base Legal

El Proyecto se constituirá como una microempresa de Hecho, donde no se requerirá un mínimo de capital para la constitución, comenzando desde su etapa inicial con la incorporación este tendrá un socio mayoritario que en este caso es la autora del proyecto quien contara con un número mayor de acciones para la puesta en marcha de este proyecto, además se contará con un número de socios los cuales aportan sus acciones ya sea en bienes o económicamente.

Dentro de la microempresa se considera la necesidad de contratar 2 trabajadores directos que serán encargados de la elaboración del producto, y 2 personas indirectas encargadas de la parte administrativa, ventas y control de producción.

6.1.1 Aspectos Legales

La microempresa se someterá a las leyes y Ordenanzas municipales y tributarias, y se registrara en la Dirección Nacional de Artesanías y Microempresa, cumpliendo requisitos correspondientes, cedula de identidad, papeleta de votación, adquirir formulario, además de las respectivas obligaciones con el Servicio de Rentas Internas y el Ministerio de Relaciones Laborales:

- Registro Único de Contribuyentes
- Patente Municipal

- Pago de Bomberos
- Registro como artesano o empresario de una microempresa
- Marcas
- Tributación
 - Impuesto a la Renta
 - IVA
 - Impuesto predial Urbano
 - Además se deberá emitir comprobantes de venta autorizados por el S.R.I.
 - Emisión de Facturas
 - Notas de Venta
 - Tiques de maquinas registradoras

Para realizar la constitución de una empresa se debe tener en cuenta ciertos requisitos fundamentales que exige la ley dentro de los cuales se encuentran:

6.1.1.1 El Registro Único de Contribuyentes

Conocido comúnmente como RUC es un documento obligatorio para ejercer esta actividad económica, cuyo objetivo es registrar e identificar con fines impositivos para la administración tributaria; los requisitos para la obtención del RUC, la microempresa deberá presentar los siguientes requisitos:

- Cédula de ciudadanía
- Papeleta de Votación
- Copia de servicios básicos
- Llenar el formulario
- Contrato de arrendamiento
- Y la autorización legalizada en caso de ser un representante legal

6.1.1.2 Patente Municipal

Es el permiso municipal obligatorio con el cual debe contar la microempresa para el ejercicio de esta actividad económica habitual. Según la categoría se pagara la patente anual para la inscripción, el plazo para obtener la patente es de 30 días contados a partir de la iniciación del negocio. Los requisitos son:

- RUC
- Cédula ciudadanía
- Papeleta de Votación
- Formulario de declaración del impuesto de patentes
- Formulario para categorización
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

6.1.1.3 Seguro

La afiliación al Seguro Social se refiere a incorporar de manera obligatoria a todos los empleados, para lo cual deberá sacar el número patronal, y cumplir con las obligaciones patronales respectivas.

6.1.1.4 Licencia sanitaria de venta

Debido a que esta microempresa se dedicará a la elaboración de productos de manera artesanal es necesario contar con este requisito para poder distribuir los requisitos son:

- RUC
- Cédula de ciudadanía
- Papeleta de votación
- Pago de patente y permiso
- Certificación de salud
- Calificación artesanal

6.1.2 Constitución Jurídica

PRIMERA: COMPARECIENTES.- En la ciudad de Ibarra a los ____ días del mes de _____ del año _____, Comparecen los señores Graciela Elizabeth Ruano Andrade, y _____, socios de la Asociación de la Microempresa de Confección y Venta de Productos al estilo macramé elaboradas en Cabuya, Algodón y Plástico, todos mayores de edad, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la ciudad de Ibarra, legalmente capaces para contratar y obligarse. Los comparecientes manifiestan su voluntad de constituir como en efecto constituyen a través de este acto, una Microempresa de RESPONSABILIDAD LIMITADA, que se registrará de conformidad a los presentes estatutos.

SEGUNDA: DENOMINACIÓN Y OBJETO.- La microempresa que constituimos se denominará NATABUELA ARTS, y tendrá como objeto principal producir artesanalmente productos al estilo macramé.

TERCERA: DOMICILIO: La microempresa NATABUELA ARTS, tendrá el domicilio principal en la ciudad de Ibarra, Parroquia de Imbabura, sin perjuicio de que pueda abrir sucursales en otras ciudades del país o del exterior.

CUARTA: PLAZO.- El plazo por el cual se constituye la microempresa es de cinco años, tiempo que puede ser ampliado o restringido, de conformidad a estas cláusulas.

QUINTA: CAPITAL.- El capital de la microempresa es de \$18.946,60 y que el o los socios han aportado de la siguiente manera:

CUADRO N° 81

| NOMBRE DEL SOCIO | CAPITAL O BIEN QUE APORTA | % DEL CAPITAL TOTAL |
|-------------------------|----------------------------------|----------------------------|
| Graciela Ruano | 12.946,60 | 68.32% |
| Socio 1 | 3.000,00 | 15.84% |
| Socio 2 | 3.000,00 | 15.84% |
| Total | 18.946,60 | 100% |

Elaborado Por: Graciela Ruano

SEXTA: SEGURIDAD DEL APORTE.- Si alguno de los socios decidiere separarse de la microempresa antes de los dos años de actividades y retirar el dinero o bienes, será sancionado con la reducción del 20% del aporte, y tendrá derecho a recibir exclusivamente el 80% de lo que entregó como capital.

SÉPTIMA: RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS.- Los socios serán responsables ante terceros hasta el monto de sus aportes.

OCTAVO: ADMINISTRACIÓN.- Todos los socios tendrán derecho a participar en el gobierno de la microempresa y la administración corresponde al Gerente y/o Responsable, nombrado por los socios. En calidad de Responsable y representante de la microempresa y encargada de la Contabilidad de la empresa, nombramos al Sta. Graciela Ruano

En calidad de Vendedor Sr (a) _____

Y Encargado del área de Producción el Sr(a): _____

NOVENO: DERECHO A VOTO.- Los socios tendrán derecho a un solo voto, independiente del capital que haya aportado, y las decisiones serán aprobadas por mayoría de votos, (mitad más uno).

DÉCIMA: REMUNERACIONES.- Los socios que participen en las diferentes funciones de la microempresa se fijarán la remuneración básica que por ley les pertenece que es de \$292.00 durante los seis primeros meses, luego de lo cual podrán elevarse las remuneraciones, teniendo en cuenta la capitalización y rentabilidad de la microempresa, y considerando los incrementos laborales que cada año son establecidos por el Gobierno Nacional.

DÉCIMA PRIMERA: GANANCIAS Y/O PÉRDIDAS.- Las utilidades de la microempresa se repartirán de acuerdo a los porcentajes de los capitales aportados, después de dos años de funcionamiento y solamente en el 20%, luego de realizar las deducciones para el fondo de reserva, obligaciones fiscales y derechos sociales, además tomando en cuenta que el 80% restante será para

capitalización y reinversión, sin embargo en la evaluación financiera se podrá determinar si existe un nivel de rentabilidad suficiente.

DÉCIMA SEGUNDA: RESERVA LEGAL.- La microempresa formará un Fondo de Reserva de por lo menos el 20% del capital social, que provendrá de las utilidades líquidas, en un 5% cada año.

DÉCIMA TERCERA: FISCALIZACIÓN.- Ordinariamente se realizará una fiscalización cada año, y extraordinariamente la mayoría de socios podrán solicitar la designación de un fiscalizador, que podrá ser socio o no, para inspeccionar todas las operaciones de la Pequeña empresa.

DÉCIMA CUARTA: TERMINACIÓN DE ACTIVIDADES.- Por decisión unánime de los socios podrán concluir las actividades de la microempresa. En este caso se devolverán los bienes y recursos tal como estén a esa fecha, para constancia y fe de la aceptación a todas y cada una de las cláusulas, las partes suscriben en un original y tres copias, en la ciudad y fecha señalados.

Sr (a) _____ Sr. (a) _____

Sr (a) _____

NOTA: Se hará reconocimiento de firmas y rúbricas ante uno de los Jueces de lo Civil, para que este documento privado se convierta en documento público y tenga fuerza legal para demandar, en caso necesario.

6.1.3 Disposiciones Generales

La Constitución Jurídica de la Pequeña empresa de Productos elaborados en Cabuya, Algodón y Plástico al estilo macramé, se registrará a los artículos estipulados en la Ley de Compañías, la cual define como contrato de compañía aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las de Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Según el Art. 2 de la Ley de Compañías.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber: La compañía en nombre colectivo; La compañía en comandita simple y dividida por acciones; La compañía de responsabilidad limitada; La compañía anónima, y, La compañía de economía mixta. Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Luego de revisar la clasificación de Compañías del Ecuador, se estipuló cual es la forma apropiada de constitución de NATABUELA ARTS, como una Compañía de Responsabilidad Limitada, decisión basada al observar las disposiciones generales para este tipo de compañías.

6.1.3.1 Requerimientos para la Formación de la Compañía de Responsabilidad Limitada

Según el Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

6.1.3.2 Las Compañías de Responsabilidad Limitada se regirán a los siguientes artículos:

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes. La compañía se constituirá de conformidad a las disposiciones de la presente Sección.

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Art. 96.- El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

Art. 97.- Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

Art. 98.- Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

Art. 99.- No obstante las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.

6.1.3.3 En lo referente al Capital que va ser invertido expresa:

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha -de constitución de la compañía.

Art. 109.- La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social.

Art. 110.- Si se acordare el aumento del capital social, los socios tendrán derecho de preferencia para suscribirlo en proporción a sus aportes sociales, a no ser que conste lo contrario del contrato social o de las resoluciones adoptadas para aumentar el capital.

Art. 111 En esta compañía no se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicara la devolución a los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas, excepto en el caso de exclusión del socio previa la liquidación de su aporte.

6.1.3.4 De los Derechos, Obligaciones Y Responsabilidades De Los Socios manifiesta en sus artículos:

Art. 114.- El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones legales los socios tendrán los siguientes derechos:

- a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto, en caso de ser socio activo se le considera a los obreros permanentes;
- b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;
- c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;

- d) 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.

Art. 115.- Son obligaciones de los socios:

- e) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas.
- f) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social, así como las obligaciones que adquiriesen de forma voluntaria;
- g) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración debidamente estipulada y elegida, donde sus miembros hayan aceptado.
- h) 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.

6.1.4 Nombre o razón social de la microempresa

Después de analizar algunas alternativas se ha determinado que el nombre de la Microempresa será NATABUELA ARTS, tomando en cuenta que el producto busca introducirse en un mercado extranjero en el futuro, se ha optado por un nombre en inglés, pero conservando la naturaleza de la mano de obra al colocar el nombre de la parroquia, el color Naranja se ha tomando debido a ser un tono cálido y vibrante que denota vida, implícita en las manos de los obreros,

además se ha incorporado un cordón con el típico símbolo icónico del macramé para relacionarlo con el tipo de confección.

Dicho Logotipo deberá ser incluido tanto en la publicidad como en los empaques que se realicen para efecto de presentación del producto final, así mismo deberá conservarse como colores corporativos de la institución.

6.1.5 Logotipo de la microempresa

GRÁFICO NRO. 22



Elaborado por: Graciela Ruano

6.1.6 Visión

La microempresa de confección y venta de productos al estilo macramé espera en los próximos 5 años ser una empresa exportadora de un producto novedoso que se expendan en el exterior.

6.1.7 Misión

Confeccionar los mejores productos personalizados los cuales serán atractivos hacia los clientes y que permitan brindar una mejor calidad de vida a los participantes de la microempresa.

6.1.8 Objetivos Organizacionales

6.1.8.1 General

Generar fuentes de trabajo para la comunidad de la parroquia de Natabuela a través de la confección de productos hechos a base de cabuya, algodón y plástico al estilo macramé, las cuales serán difundidas y vendidas a la sociedad.

6.1.8.2 Específicos

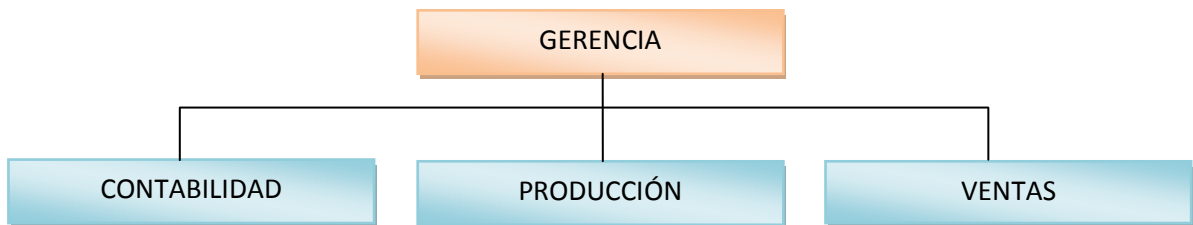
- Lograr un elevado nivel de satisfacción a nuestros clientes para que nos permitan establecer relaciones duraderas.
- Poseer procesos eficientes y de alta calidad que permitan optimizar los recursos y alcanzar las metas propuestas.
- Contar con un personal capacitado que posea motivación y dedicación al trabajo.
- Elaborar cada tiempo necesario nuevas líneas de productos que requiera la microempresa.

6.1.9 Políticas Organizacionales

- Diseño, creatividad e innovación.
- Propiciar la creatividad entre el personal de la microempresa.
- Difundir propuestas para crear valores agregados a los productos, mediante la innovación y el diseño de nuevas líneas de producto.
- Generar y validar diseños de producción, procesos y gestión.
- Gestión Social y Empresarial y liderazgo.
- Énfasis dentro de la confección de los productos que se expandirán en la microempresa para brindar un producto de calidad.
- Motivar la capacidad del artesano de Natabuela y su tradición implícita en cada producto.

6.1.10 Estructura Orgánica

GRÁFICO NRO. 23



Elaborado por: Graciela Ruano

6.1.11 Descripción de puestos y sus funciones

6.1.11.1 Funciones de cada puesto

Es importante elaborar un documento en donde se especifiquen las funciones que tiene cada uno de los departamentos de la Microempresa con el fin de lograr un mayor control de cada uno de los términos administrativos.

a) Gerencia

- Ejecutar las disposiciones por el directorio.
- Contratar el personal necesario y competente, para la Microempresa
- Es el responsable de cumplir y hacer cumplir las normas y procedimientos de la empresa.
- Evaluar y controlar el funcionamiento general de la empresa.
- Presentar al directorio informes mensuales de las actividades de la empresa.
- Durante el primer año será el encargado del mercadeo del producto.
- Establecer y ejecutar el plan y las estrategias de mercadeo.
- Dentro del mercadeo o área de comercialización el gerente realizara lo siguiente:
 - ✓ Proponer políticas de comercialización al directorio.
 - ✓ Elaboración, administración y cumplimiento del presupuesto general de ventas.

- ✓ Responsable del diseño, aplicación y control de planes y estrategias promocionales y de ventas.
- ✓ Realizar la calificación a los clientes para otorgar créditos.
- ✓ Planificar inventarios físicos en bodega y el punto de venta.

b) Contabilidad

Este departamento deberá realizar sus funciones de una manera correcta, de acuerdo a los requerimientos organizacionales de la Microempresa además estará encargada del buen manejo de la información de cada uno de los procesos que se efectúan dentro de la unidad productiva esto permitirá que se tomen las mejores decisiones que permitan el desarrollo y mejoramiento continuo de la Microempresa. Dentro de las funciones de esta encontraremos:

- Llevar la contabilidad de la Microempresa.
- Preparar, analizar y emitir informes, presupuesto, balances y estados financieros de la Microempresa.
- Coordinar con todas las áreas la emisión de información para la formulación del presupuesto anual.
- Proponer a la Junta Directiva estrategias y políticas en el ámbito contable.
- Revisar y aprobar las declaraciones y balances de impuestos.
- Controlar y supervisar el registro adecuado de las operaciones y la constante actualización de los libros contables.
- Planificar y coordinar la realización de inventarios físicos, su depreciación.
- Proponer los procedimientos y políticas de control interno.
- Controlar, evaluar y analizar el sistema de costos.
- Negociar las condiciones y plazos de las compra de materias primas, bienes y servicios que debe adquirir la empresa.

- Aprobar conjuntamente con la gerencia los montos de los créditos de los clientes.
- Elaborar contratos laborales y presentar para su suscripción a la Inspección del Trabajo para su legalización.
- Precautelar el cumplimiento de las leyes laborales sobre el talento humano.
- Cumplir los requerimientos del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
- Elaborar roles de pagos.
- Mantener al día los archivos de la empresa
- Manejar fondos de caja chica.
- Realizar el libro diario.

c) Producción

En el proceso de producción se establecerá los métodos adecuados para asegurar que los productos finales elaborados por la Microempresa sean de alta calidad y que los requerimientos de desempeño y satisfacción de los clientes se cumplan. A continuación se presentan algunas de las funciones del departamento de Producción.

- Planificar, programar y organizar el trabajo del departamento de producción y comunicar a las unidades interesadas.
- Formar equipos de trabajo y proporcionar un asesoramiento técnico con la finalidad de dotar a los operarios de las pautas y mecanismos necesarios para la elaboración y ejecución de los programas propuestos.
- Cumplir los compromisos de producción en coordinación con ventas (fechas límites de entrega de pedidos).

- Administrar adecuadamente los accesorios de producción a su cargo.
- Llevar el registro de tiempos reales de producción.
- Coordinar el adiestramiento del personal nuevo y/o su reubicación.
- Solicitar y atender a proveedores de materia prima e insumos que requiera esta área.
- Sacar copias de las facturas de compra de materia prima para su archivo, entregando el original a contabilidad.
- Realizar las devoluciones de la materia prima e insumos defectuosos e ingresar la respectiva nota de crédito solicitada a contabilidad.

d) Bodega

- Recibir, almacenar y registrar el ingreso de la materia prima e insumos en el sistema, conciliando los datos físicos con el documento.
- Realizar devolución física al proveedor, por falla en la materia prima o insumos.
- Entregar materia prima e insumos a quien corresponda.
- Recibir, almacenar y registrar los productos terminados.
- Realizar un control permanente del inventario a su cargo.
- Entregar reportes de stocks de materia prima, insumos y productos terminados.
- Elaborar con la debida anterioridad la solicitud de reposición de materia prima e insumos.
- Abastecer oportunamente al lugar de ventas y realizar las transferencias para el registro en el sistema.

e) Ventas

- Planificar, organizar y controlar la distribución –venta de los productos.
- Establecer conjuntamente o poner a consideración de la gerencia las políticas de venta.
- Determinar los canales más adecuados para la comercialización de los productos.
- Coordinar que se mantenga un stock suficiente de los productos para la venta.
- Realizar la venta de los productos
- Facturar la venta del producto.
- Proponer planes de promoción y publicidad, el cual incluirá campañas publicitarias y la selección de los mejores medios publicitarios para atraer los clientes.
- Hacer cierre y apertura de caja de manera diaria.
- Revisar las órdenes de los pedidos de los productos.
- Receptar pedidos de los clientes.
- Buscar nuevos mercados para la venta del producto.

6.1.12 Estrategias de Comercialización

6.1.13 Diseño de un sistema Contable

La Contabilidad que se debe llevar en una empresa depende de la actividad económica a la que se dedica, en este caso como se trata de una empresa de confección se deben manejar costos, gastos, entre otros insumos, para lo cual la contabilidad más apropiada para aplicar en este tipo de empresa es la Contabilidad de Costos. A continuación pasaremos a explicar de lo que se trata la contabilidad de Costos y porque es la más adecuada para este tipo de empresa.

6.1.13.1 Contabilidad de Costos

La Contabilidad de Costos se encuentra basada en todos los principios fundamentales contables, además se la utiliza para establecer los costos de producción y el precio de venta, está especializada para las empresas industriales que transforman la materia prima en un producto terminado para satisfacer una necesidad de los hombres.

La contabilidad de costos no puede ser llevada sola o como una contabilidad aparte, esto quiere decir que es necesario también llevar una contabilidad general de la empresa y la contabilidad de costos es la necesaria para el área de producción, para conocer los precios y costos de los productos que se elaboraran en la microempresa.

La Contabilidad de Costos nos ayuda a establecer los costos de producción, esta es la rama en que se desenvuelven y es una excelente herramienta para la toma de decisiones de los directivos y que el gerente de la empresa, además con esta podemos saber en cualquier momento el inventario de la materia prima, productos en proceso, y productos terminados, además de los productos vendidos.

6.1.13.2 Principios Contables

Para llevar la contabilidad de la Microempresa se tomará en cuenta los principios de contabilidad, que a continuación detallamos los más sobresalientes: Entidad, periodo contable, valor histórico, realización, negocio en marcha, información suficiente y relativa, juicio profesional, partida doble y consistencia.

6.1.13.3 Plan de Cuentas

Las cuentas contables se clasifican por su naturaleza, al grupo al que pertenece, por el estado financiero y por el saldo; en esta ocasión el plan de cuentas será el siguiente en el cual se mostraran los grupos de cuentas:

a) Activo

b) Pasivo

- c) Capital
- d) Gastos
- e) Ingresos

Para la codificación de las cuentas se tendrá una codificación con el estilo decimal el cual permite identificar claramente el grupo de cuenta y subcuenta al cual pertenece. Las principales cuentas que contendrá la microempresa son:

1. ACTIVO

- 1.01. Activo Corriente
 - 1.01.01. Caja
 - 1.01.02. Caja Chica
 - 1.01.03. Bancos
 - 1.01.03.01. Banco del Pichincha
 - 1.01.04. Inventario de Materia Prima
 - 1.01.05. Inventario Productos en Proceso
 - 1.01.06. Inventario Productos terminados
 - 1.01.07. Cuentas por Cobrar
 - 1.01.08. Materiales de Oficina

1.02. ACTIVO FIJO

- 1.02.01. Edificio
 - 1.02.01.01. Depreciación Acumulada Edificio
- 1.02.02. Equipo de Oficina
 - 1.02.02.01. Depreciación Acumulada Equipos de Oficina
- 1.02.03. Equipo de Computo
 - 1.02.03.01. Depreciación Acumulada Equipo de Computo
- 1.02.04. Muebles y enseres
 - 1.02.04.01. Depreciación Acumulada Muebles y enseres

1.03. OTROS ACTIVOS

- 1.03.01. Gastos de Constitución

- 1.03.02. Amortización Acumulada
- 2. PASIVOS**
- 2.01. PASIVOS CORRIENTES**
- 2.01.01. Cuentas por Pagar
- 2.01.02. Sueldos por Pagar
- 2.01.03. Intereses por Pagar
- 2.01.04. IVA en Ventas
- 2.01.05. 15% Participación Trabajadores

- 2.02. PASIVOS FIJOS**
- 2.02.01. Préstamo Bancario a Largo Plazo

- 3. PATRIMONIO**
- 3.01. CAPITAL**
- 3.01.01. Capital
- 3.02. Reservas
- 3.02.01. Reserva Legal
- 3.02.02. Reserva Estatutaria

- 3.03. RESULTADO DEL EJERCICIO**
- 3.04. Utilidad del Ejercicio

- 4. INGRESOS**
- 4.01. VENTAS**
- 4.02. OTROS INGRESOS**

- 5. GASTOS**
- 5.01. GASTOS ADMINISTRATIVOS**
- 5.01.01. Sueldos y Salarios
- 5.01.02. Beneficios Sociales
- 5.01.03. Servicios Básicos
- 5.01.04. Intereses Bancarios

- 5.02. GASTOS DE VENTA**

- 5.02.01. Sueldos y Salarios
- 5.02.02. Beneficios Sociales
- 5.02.03. Servicios Básicos
- 5.02.04. Publicidad
- 5.02.05. Transporte
- 5.02.06. Impuestos y Aranceles

- 5.03. GASTOS GENERALES**
- 5.04. Multas

- 6. COSTOS DE VENTAS**
- 6.01. COSTO DE VENTA DE PRODUCTOS**
- 6.01.01. Costo de Venta de Productos Vendidos

- 6.02. COMPRAS**
- 6.02.01. Materias Primas
- 6.02.02. Materiales Indirectos
- 6.02.03. Devoluciones en Compras

- 7. COSTOS DE PRODUCCIÓN**
- 7.01. MATERIA PRIMA**
- 7.01.01. Material 1
- 7.01.02. Material 2

- 7.02. MANO DE OBRA**
- 7.03. Nomina de Trabajadores Directos

- 7.04. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**
- 7.04.01. Costos Indirectos

6.1.13.4 Proceso Contable

6.1.13.5 Sistema de Costos por Ordenes de Producción

Existen dos clases de Sistemas de Costos por Órdenes de Producción y por Procesos; pero para este caso la microempresa llevará un sistema de costos por órdenes de producción.

Este sistema se lo utiliza para la elaboración de productos iguales, que tengan las mismas características, se lo realiza solo bajo pedido o para una empresa que produzca por medio de órdenes de producción. Este sistema nos conviene como microempresa ya que realizaremos varios productos que tendrán varias especificaciones, las cuales dependerán de los clientes.

En cada orden de producción se acumulan los costos de materiales directos de fabricación, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, sumando estos tres elementos del costo y dividiendo este total para el número de unidades realizadas obtendremos el costo unitario de cada unidad de cada orden de producción.

a) Materia Prima

Para la adquisición de la materia prima se debe realizar una orden de compra, el técnico de producción dará las especificaciones detalladas de la misma para la elaboración de un tipo de producto, con este documento se realiza la compra y se debe obtener una factura legal de acuerdo a las normas del Servicio de Rentas Internas, cuando los materiales lleguen a la microempresa se realizara un sistema de entrega recepción, mismo que estará avalado por un administrador y un vendedor, en caso de no haberlo deberá estar debidamente justificado por los documentos de respaldo y un responsable de bodega, así mismo quien lo reciba tiene la responsabilidad de verificar la calidad del mismo, cantidad solicitada y entregada.

b) Mano de Obra

La mano de Obra se pagara respetando la legislación laboral actual. Las personas encargadas de la confección de estos productos al estilo macramé serán artesanos de Parroquia de Natabuela ya que la finalidad de este proyecto es proporcionar trabajo a estas personas que no cuentan en su mayoría con trabajos estables.

c) Costos Indirectos de Fabricación

Para determinar los costos indirectos de fabricación exactos se debe esperar que se termine el periodo contable y luego asignar a cada orden de producción el valor correspondiente aproximado, para esto será necesario calcular la tasa predeterminada para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Costos Generales de Fabricación Presupuestados}}{\text{Nivel de Producción Presupuestado}} = \text{Tasa Predeterminada}$$

Con esta tasa se asignará los costos indirectos de fabricación a cada orden de producción. Al final del periodo contable se revisa estas cuentas y se realiza el respectivo ajuste ya sea en más o en menos.

6.1.13.6 Estados Financieros

Se realizará los correspondientes asientos de ajuste y cierre, teniendo en cuenta especialmente las variaciones de la cuenta costos Indirectos de Fabricación. En la microempresa siempre se debe registrar los productos en proceso y hacerlos pasar por registrar los productos en proceso y hacerlos pasar

por el inventario de productos terminados para mayor control interno, a pesar de que el pedido se lo entregue directamente al cliente se deberá hacer los respectivos asientos. Después de terminado el periodo contable se debe realizar los estados financieros: Estado de Resultados, Balance General, Estado de Flujo de Efectivo, y de acuerdo a la contabilidad de costos el Estado de Costos de Productos Vendidos.

CAPÍTULO VII

7 IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. Operatividad de Análisis de Impactos

Los diferentes impactos que se suscitarán en el Parroquia de Natabuela con la implantación de la microempresa, la realización de este análisis es importante, porque a través de esta se determinó tanto los aspectos positivos como negativos que ocasionará la ejecución del proyecto en los diferentes ámbitos social, educativo, económico y comercial. La evaluación de dichos impactos permite determinar si se cumple o no con los objetivos del proyecto, y servirá para que los organismos pertinentes certifiquen y valoren y aprueben el mismo.

Para efectuar el análisis de cada uno de los impactos, se procedió a definir los indicadores respectivos, y se utilizó un instrumento de valoración de los distintos niveles de impactos y se detalla continuación:

CUADRO N°82
NIVELES DE IMPACTOS

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

Elaborado por: Graciela Ruano

7.1.1 Impacto Social

Al poner en marcha esta actividad económica se incrementará la ayuda social a los pobladores de la parroquia de Natabuela, de esta manera se contribuirá a mejorar la calidad de vida, logrando una mejor estabilidad familiar frenando la migración y permitiendo a la población de la región norte del país crear sus propias fuentes de trabajo, fortaleciendo un sistema de producción y comercialización, es decir que esta generará beneficios no solo para las personas que estén laborando en la misma.

CUADRO N° 83

MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

| INDICADOR | VALORACIÓN | | | | | | | |
|---|------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | TOTAL |
| Empleo | | | | | | | X | 3 |
| Mejoramiento de la calidad de vida | | | | | | X | | 2 |
| Participación de los artesanos del sector | | | | | | X | | 2 |
| TOTAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 3 | 7 |

Elaborado por: Graciela Ruano

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N} = \frac{3+2+2}{3} = 2.33$$

Este impacto es 2 equivalente medio positivo, lo cual implica que el proyecto tiene un buen impacto social, porque generaran fuentes de empleo los cuales contribuirán a la disminución de al menos una parte de los niveles de desempleo de la parroquia de Natabuela, y por ende esto permitirá que las familias del sector mejoren sus condiciones y calidad de vida.

7.1.2 Impacto Educativo

El incentivar a los estudiantes universitarios es uno de los fundamentales impactos que tiene la creación de este tipo de empresas, porque a través de la visualización de estos, sienten la capacidad suficiente y competente de crear su propio negocio debido a que se cuenta con los recursos intelectuales necesarios.

CUADRO N° 84

MATRIZ DE IMPACTO EDUCATIVO

| INDICADOR | VALORACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|-------------------------------------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Interés por la manufactura | | | | | | X | | 2 |
| Generación de conocimientos | | | | | | X | | 2 |
| Capacitación Continua | | | | | | | X | 3 |
| Confianza en el recurso intelectual | | | | | | | X | 3 |
| TOTAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 6 | 10 |

Elaborado por: Graciela Ruano

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N} = \frac{2+2+3+3}{4} = 2.50$$

Como se analiza el nivel de impacto educativo tiene un total de 2 puntos, lo que quiere decir que será un impacto medio positivo, porque los estudiantes a través de la difusión de este proyecto se incrementara el interés por la manufactura, generando conocimientos nuevo y sintiendo la necesidad de mantener una capacitación continua, lo que conlleva a tener confianza en sí mismo para la generación de nuevas ideas productivas.

7.1.3 Impacto Económico

A través de la creación de una microempresa de confección de productos al estilo macramé, los artesanos tendrán un pequeño ingreso económico y a la vez estas podrían crear su propio negocio; es decir, el establecimiento de un proyecto productivo también permite que la población incremente su calidad de vida, ya que contribuye al aumento de la inversión en la ciudad volviéndola cada vez más productiva y competitiva.

CUADRO N° 85
MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

| INDICADOR | VALORACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|-------------------------------------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Fuente de ingresos económicos | | | | | | | X | 3 |
| Capacidad económica de las familias | | | | | | X | | 2 |
| Incremento de la inversión | | | | X | | | | 0 |
| Creación de actividad empresarial | | | | | | X | | 2 |
| TOTAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 3 | 7 |

Elaborado por: Graciela Ruano

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{3+2+2}{4} = 1.75$$

Luego del análisis respectivo se determinó que las actividades empresariales son de gran importancia, porque son consideradas como una herramienta eficaz para combatir a la pobreza porque permite la generación de empleo e ingresos para las personas de escasos recursos contribuyendo de esta manera a la satisfacción de sus necesidades básicas, este impacto es de 1 equivalente a un nivel bajo positivo, por lo tanto se considera la importancia del proyecto baja por la inversión que representa inicialmente.

7.1.4 Impacto Comercial

Este proyecto también generará un impacto comercial, ya que en el mercado van a existir otros productos que se van a ofertar lo cual permitirá al cliente mayores alternativas para su compra en cuanto al diseño, precio, calidad de los productos; lo que aumentara la competitividad entre los almacenes que venden artículos similares o sustitutos.

CUADRO N° 86
MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL

| INDICADOR | VALORACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|--------------------------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Oferta | | | | | | | X | 3 |
| Demanda Local | | | | | X | | | 1 |
| Competidores | | | | | | X | | 2 |
| Satisfacción del cliente | | | | | | | X | 3 |
| TOTAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 6 | 9 |

Elaborado por: Graciela Ruano

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{N} = \frac{3+1+2+3}{4} = 2.25$$

El impacto a nivel comercial muestra un nivel medio positivo correspondiente a 2, debido a que en la localidad no existe un nivel de demanda muy alto, sino que la demanda existe fuera de la parroquia de Natabuela.

En el futuro se mejorarán los productos en cuanto a diseño, con la finalidad de satisfacer totalmente las exigencias de los clientes, logrando de esta manera que exista en el mercado mayor competitividad a través de la presentación de productos innovadores.

7.1.5 Impacto Ambiental

El presente proyecto tendrá un impacto ambiental referente a la contaminación, el cual se refiere a si las condiciones trabajo y los procedimientos implican un nivel considerable de contaminación de forma directa o indirecta.

**CUADRO N° 87
MATRIZ DEL IMPACTO AMBIENTAL**

| INDICADOR | VALORACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|----------------------------------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Contaminación del medio ambiente | | | | X | | | | 0 |
| Empleo racional de los recursos | | | | | | X | | 2 |
| Desarrollo de ecoturismo | | | | | X | | | 1 |
| TOTAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 3 |

Elaborado por: Graciela Ruano

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{2+1}{3} = 1$$

El impacto ambiental se considera un nivel bajo en lo referente a la contaminación debido a que no se utilizan mayormente recursos naturales, con excepción del agua para el lavado, y esto en niveles muy pequeños, además no existe un impacto en favor de ambiente debido a que tampoco involucra la producción el uso de materiales reciclables, sin embargo tampoco el nivel es negativo o nulo.

CUADRO N° 88

MATRIZ DEL IMPACTOS GENERALES

| INDICADOR | VALORACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|-------------------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Impacto social | | | | | | X | | 2 |
| Impacto Educativo | | | | | | | X | 3 |
| Impacto Económico | | | | | | X | | 2 |
| Impacto Comercial | | | | | | X | | 2 |
| Impacto Ambiental | | | | | X | | | 1 |
| TOTAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 6 | 3 | 10 |

Elaborado por: Graciela Ruano

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{2+3+2+2+1}{5} = 2$$

En términos generales el proyecto genera un nivel medio positivo, de acuerdo a la matriz de valoración, lo cual es muy bueno ya que puede determinar que la creación de la microempresa es viable en todos los aspectos.

CONCLUSIONES

- Del estudio técnico y del diagnóstico se determinó que la Parroquia de Natabuela es el lugar apropiado para impulsar la creación de la microempresa y como punto de venta la ciudad de Ibarra.
- Del estudio de mercado realizado se determina que existe una demanda insatisfecha de los productos personalizados elaborados en Cabuya, Algodón y Plástico, además los indicadores VAN – TIR y B/C demuestran que el proyecto es conveniente.
- La inversión en este proyecto generará trabajo especialmente a los artesanos de la Parroquia de Natabuela que contribuirá a un mejor desarrollo de la comunidad.
- Es indispensable contar con un sistema contable y administrativo que permita hacer el seguimiento y evaluación de la gestión de la microempresa de Productos elaborados a base de Cabuya, Algodón y Plástico, al estilo macramé.
- En este tipo de proyectos de carácter social es necesario la participación ciudadana y el involucramiento de las autoridades el Municipio de Ibarra, municipio de Antonio Ante y la Directiva de la parroquia serán nuestros socios estratégicos para impulsar el desarrollo económico de la localidad.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable que se constituya la microempresa en la parroquia de Natabuela, con la participación de los artesanos del sector, el cual permitirá impulsar el desarrollo productivo y económico del mismo.
- De acuerdo a los resultados obtenidos del estudio, se recomienda la creación de la microempresa de productos elaborados a base de Cabuya, Algodón y Plástico con una confección al estilo macramé con el fin de cubrir las nuevas exigencias del mercado de la provincia de Imbabura y el país.
- Conformar la microempresa con los artesanos de la parroquia de Natabuela, preparándolas a través de capacitaciones al momento de la puesta en marcha de la empresa y en los años siguientes, con el fin de aprovechar las capacidades de las mismas y a la vez satisfacer los gustos y preferencias de nuestros futuros clientes.
- Diseñar un sistema Administrativo y Financiero, que permita tener un registro real de cada una de las cuentas que se manejen en la microempresa las cuales contribuirán para la toma de decisiones de la administración.
- Solicitar mayor interés y colaboración a las autoridades competentes, para impulsar este proyecto que tiene como finalidad mejorar las condiciones de vida de los artesanos que forman parte de esta idea innovadora.

BIBLIOGRAFÍA

ANDRADE, Simón, “Diccionario de la Economía”, Editorial Andrade, Tercera Edición, 2001

ANZOLA, Servulo; “Administración de pequeñas empresas”. Editorial MC GRAWHILL Interamericana, Segunda Edición, México, 2002.

ARBOLEDA, Germán; “Estudio y Evaluación de Proyectos”, Editorial Cargrafics S.A, Cuarta Edición, Bogotá-Colombia, 2001

BACA, Gabriel; “Evaluación de Proyectos”; MC – GRAWHILL Interamericana, Quinta Edición, México, 2006

BRAVO, Mercedes; “Contabilidad General”, Editorial Nuevo Día, Cuarta edición, Ecuador, 2001

BUNGE, Mario; La Ciencia su Método y su Filosofía. Siglo XXI Editores, México, 2000

CANTOS, Enriqueta. “Diseño y Gestión de Microempresas”: Editorial CODEU Tecnología educativa, Ecuador. 2005

CERSO, Samuel; Administración Moderna, México, 2000, Segunda edición.

CHILQUINGA, Manuel; “Costos”, Ibarra -Ecuador, 2007

GALINDO, Julio; “Manual para creación de microempresa”, Editorial Ecoe, 2004

GUTIERREZ Abraham; Elaboración de Tesis y Actividades Académicas; Editorial Colegio Técnico Don Bosco; Quito – Ecuador 2000

- HUFFMAN, Douglas;** “Principios de marketing y sus mejores prácticas”;
Editorial Thompson Leammg, Tercera Edición, México,
2007
- HOLLEN, NORMA; S.** “Introducción a los textiles”, Edición 1ra, 2003
- KOONTZ, HEINZ, W;** Administración de una Perspectiva Global, Editorial
CAP. SI, México, 2003, Tercera edición
- KOTHER, Philip;** “Dirección de Marketing”; Editorial Pearson Prentice Hill,
Duodécima Edición, México, 2006
- MONTEROS, Edgar;** “Manual de Gestión Empresarial”; Editorial Universitaria,
Ibarra-Ecuador, 2005
- OROPESA ORTUÑO, L.** “Análisis de fibras textiles naturales”, Editorial
Saragoza, 2001, Edición 3era.
- PINEDA, Bernardo;** Metodología de la Investigación, Segunda Edición,
Editorial Copyringht Organización Panamericana de la
Salud, Washington, 1994.
- POLIMENI, Ralph;** “Contabilidad de Costos”; Editorial MC – GRAWHILL
Interamericana, Tercera Edición, Bogotá- Colombia; 2003
- REINOSO, Víctor;** El proceso Administrativo y su aplicación en la empresa,
Editorial Norma, México, 1983
- SARAVIA, Marcelo Andrés, Ph. D.** Metodología de Investigación; Enero, 2006
- STANTON, William;** “Fundamentos del Marketing”; Editorial MC-GRAWHILL
Interamericana, Decimotercera Edición, México, 2004.
- ZAPATA, Pedro;** “Contabilidad de Costos”; Editorial MC – GRAWHILL
Interamericana, Colombia, 2007

ZORRILLA, Santiago; Metodología de la Investigación, Editorial McGraw Hill, México, 1997.

LINCOGRAFÍA

AMERICAN, Marketing; “El producto”, 2010

INTERNET, mypimes.gov.ec; Identidad, importancia y potencialidad de la Microempresa, Ecuador, 2010

INTERNET, www.wikipedia.org; La Microempresa, Ecuador 2010

INTERNET, www.monografias.com; El precio, Ecuador, 2010

INTERNET. <http://mision%20vision%20politicas.htm>

INTERNET, [http://fundamentos contables de una empresa.org](http://fundamentoscontablesdeunaempresa.org)

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ARTESANOS QUE CONFECCIONAN ARTÍCULOS AL ESTILO MACRAMÉ EN LA PARROQUIA DE NATABUELA.

¿Cuáles son los productos de mayor aceptación de sus clientes?

Bolsos

Alfombras

Colgantes

Rodapies

Hamacas

Sogas

Cortinas

¿De estos artículos cuales son los que más produce mensualmente?

Bolsos

alfombras

Colgantes

Rodapies

Hamacas

Sogas

Cortinas

¿Cuál es el precio de venta al público que usted como artesano tiene en sus productos?

Bolsos

Alfombras

Colgantes

Rodapies

Hamacas

Sogas

Cortinas

¿Cuánto considera usted que se gana en cada artículo?

Bolsos
Alfombras
Colgantes
Rodapiés
Hamacas
Sogas
Cortinas

¿Le gustaría que exista una microempresa que produzca y comercialice las artesanías?

Si
No

¿Le gustaría laborar para un micro empresa con su producción?

Si
No

ANEXO 2

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS COMERCIALIZADORAS DE ARTÍCULOS AL ESTILO MACRAMÉ

¿Qué tipo de artículos tiene mayor demanda?

| | |
|-----------|--------------------------|
| Bolsos | <input type="checkbox"/> |
| Alfombras | <input type="checkbox"/> |
| Colgantes | <input type="checkbox"/> |
| Rodapiés | <input type="checkbox"/> |
| Hamacas | <input type="checkbox"/> |
| Sogas | <input type="checkbox"/> |
| Cortinas | <input type="checkbox"/> |

¿Cuál es el precio de venta al público de las artesanías?

| | 5-10 | 10-15 | 15-20 | 20-25 | 25-30 | más de 30 |
|-----------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Bolsos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Alfombras | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Colgantes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Rodapiés | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hamacas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sogas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cortinas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

¿En qué meses del año se incrementa la demanda de las artesanías?

| | |
|---------|--------------------------|
| Enero | <input type="checkbox"/> |
| Febrero | <input type="checkbox"/> |
| Marzo | <input type="checkbox"/> |
| Abril | <input type="checkbox"/> |
| Mayo | <input type="checkbox"/> |
| Junio | <input type="checkbox"/> |
| Julio | <input type="checkbox"/> |

| | |
|---------------------------------------|--|
| Agosto | |
| Septiembre | |
| Octubre | |
| Noviembre | |
| Diciembre | |
| El precio es constante todo el año | |

¿Cree usted que exista suficiente producción para cubrir la demanda existente?

Si

No

¿Cuáles de estos productos son los más vendidos?

| | | |
|------------------|----------|--|
| Bolsos | Cabuya | |
| | Plástico | |
| | Algodón | |
| Alfombras | Cabuya | |
| | Plástico | |
| | Algodón | |
| Colgantes | Cabuya | |
| | Plástico | |
| | Algodón | |
| Rodapiés | Cabuya | |
| | Plástico | |
| | Algodón | |
| Hamacas | Cabuya | |
| | Plástico | |
| | Algodón | |
| Sogas | Cabuya | |
| | Plástico | |
| | Algodón | |
| Cortinas | Cabuya | |
| | Plástico | |
| | Algodón | |

¿Cuáles son los productos con mejor precio según su materia prima?

Cabuya

Plástico

Algodón

¿Cuáles son los productos con mejor calidad según su materia prima?

| | |
|----------|--------------------------|
| Cabuya | <input type="checkbox"/> |
| Plástico | <input type="checkbox"/> |
| Algodón | <input type="checkbox"/> |

¿Los productos que usted oferta al estilo macramé en la ciudad de Ibarra son consumidos por?:

| | |
|----------|--------------------------|
| Familias | <input type="checkbox"/> |
| Hombres | <input type="checkbox"/> |
| Mujeres | <input type="checkbox"/> |

ANEXO 3

PRODUCTOS DE CABUYA, PLÁSTICO Y ALGODON

CORTINA DE CABUYA



Elaborado por: Graciela Ruano



Elaborado por: Graciela Ruano

COLGANTE DE CABUYA



Elaborado por: Graciela Ruano

COLGANTE DE CABUYA



Elaborado por: Graciela Ruano

COLGANTE DE ALGODÓN



Elaborado por: Graciela Ruano

COLGANTE DE PLÁSTICO



Elaborado por: Graciela Ruano

BOLSOS DE PLÁSTICO



Elaborado por: Graciela Ruano

BOLSOS DE PLÁSTICO



Elaborado por: Graciela Ruano

ANEXO 4
PROFORMAS

MUEBLES CONFORT

Dir. Av. Pérez Guerrero 738 y Sánchez y Cifuentes
Telf 2951 680 RUC. 1001336542001
Ibarra Ecuador

PROFORMA

Cliente: Graciela Ruano
Cl. 100301624-1

Ibarra, 14 de Enero de 2012

| CANT | DETALLE | V UNIT | V TOTAL |
|------|--|--------------|----------------|
| 2 | Escritorio de madera y silla | 85.00 | 170.00 |
| 1 | Archivero metálico multiusos | 118.00 | 118.00 |
| 1 | Mostrador metálico para la exhibición de los productos al estilo macramé | 220.00 | 220.00 |
| 4 | Perchas en la cual se exhibirán las diferentes, productos, etc... | 95.00 | 380.00 |
| 1 | El juego de estar será necesario para el área de recepción en donde nuestros clientes podrán esperar | 380.00 | 380.00 |
| | | Total 0% IVA | 1268.00 |

Atte

MUEBLES CONFORT
Patricia Villarreal
PROPIETARIA
Direcc: Av Pérez Guerrero 738 y Sánchez y Cifuentes
Telf. 2951 680 - RUC 1001336542001
IBARRA - ECUADOR

Patricia Villarreal
PROPIETARIA



Provesum & Cia.

Distribuidor de suministros de oficina, papelería, computación y otras líneas.



Nuestra trayectoria marca la diferencia por nuestros precios, variedad y calidad.

PROFOKMA

| | | | |
|--------------------|--------------------------------------|-------------|---------|
| | | 480751 | 6036 |
| GRACIELA RUANO | | | |
| HUERTOS FAMILIARES | | | 2603790 |
| 01-FEBRERO -2011 | | 100272687-3 | |
| 1.00 | UN ESFERO BIC P/F NEGRO (CAJA DE 24) | 5.1339 | 5.13 |
| 3.00 | UN RESMA REPORT | 4.0000 | 12.00 |
| 1.00 | UN LAPIZ MONGOL CAJAX 12 | 2.4553 | 2.46 |
| 3.00 | UN ARCHIVADOR LANCE OFC NEGRO | 2.5892 | 7.77 |
| 15.00 | UN FOLDER MANILA COLORES IDEAL | 0.2232 | 3.35 |
| 1.00 | UN CALCULADORA KENKO KK 82MS | 6.2500 | 6.25 |
| 2.00 | UN CORRECTOR T/BOLIGRAFO BIC | 1.2500 | 2.50 |
| 1.00 | UN PERFORADORA WEY MEDIANA | 2.6786 | 2.68 |
| 1.00 | UN GRAPADORA EAGLE 203 | 2.6786 | 2.68 |
| 3.00 | UN RESALTADOR BIC AMARILLO | 0.6250 | 1.88 |
| 4.00 | UN BASURERO ULA | 2.4554 | 9.82 |
| 2.00 | UN PEGA EN BARRA UHU 45G | 2.3214 | 4.64 |

94.98

● LA Electrónica ● HP ● SONY ● TOSHIBA ● LEXMARK ● SHARP ● Panasonic

CHICA NAVÁEZ 7-30 Y OVEJERO (REDONDEL CABEZAS BONJA) TELEFONO: 2 959 727 / 2 646 904 IBARRA - ECUADOR

DISTRIBUIDOR DE CABUYA

Atuntaqui, 12 de Marzo de 2012

Yo, Alfonso Muñoz Andrade con Número de cédula 1002516555, tengo a bien proformar los valores de nuestros mejores precios en cabuya :

Cabuya por Libras: \$0.65

Cabuya blanca por Libras: \$0.68

Atte

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alfonso Muñoz Andrade', with a large, stylized flourish at the end.

Alfonso Muñoz Andrade