



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de emprendimiento
previo a la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y
Gestión de Negocios**

**TEMA: “Producción y comercialización de muebles
elaborados con los desechos de la caña de azúcar para
la ciudad de Baños”**

AUTORA: Tamara Leonor González Díaz

TUTOR: Ing. Mg. Luis Edwin Chimborazo Azogue

AMBATO-ECUADOR

Junio 2017




APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mg. Luis Edwin Chimborazo Azogue

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del Trabajo de titulación “Producción y comercialización de muebles elaborados con los desechos de la caña de azúcar para la ciudad de Baños” presentado por Tamara Leonor González Díaz para optar por el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios modalidad Semi - presencial, CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examina que se designe.

Ambato, 20 de septiembre de 2016



Ing. Mg. Luis Edwin Chimborazo Azogue

CI.1802996221

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Tamara Leonor González Díaz, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

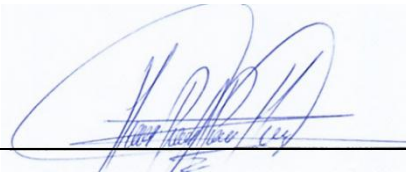


Tamara Leonor González Díaz

C. I. 1802168383

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Lcdo. Mg. Mario Patricio Padilla Martínez

C.I:0501298269



Ing. Mg. Silvia Melinda Oyaque Mora

C.I.1802993079.

Ambato, 16 de noviembre del 2016

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y proceso de investigación, según las normas de la institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro, de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Tamara Leonor González Díaz

C. I. 1802168383

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme dado esta bendición; a mi querida Universidad por abrirme las puertas y brindarme una educación de calidad, permitiéndome llegar a ser una profesional.

A todos los docentes que con sus conocimientos aportaron en mi formación.

A mis jefes de trabajo, amigos y familiares, los cuales con sus consejos y palabras de apoyo me motivaron a seguir adelante hasta alcanzar el objetivo.

TAMARA

DEDICATORIA

Esta meta profesional alcanzada lo dedico a mis hijos, Macarena y Ariel quienes fueron mi mayor fuerza y motivación, a mi hermana Silvana quien me llenó de optimismo y perseverancia para avanzar en el camino; y a mis padres que con su gran amor y respaldo me han permitido alcanzar con éxito mi objetivo.

TAMARA

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de emprendimiento propuesto denominado “Producción y comercialización de muebles elaborados con los desechos de la caña de azúcar para la ciudad de Baños”, se desarrolló debido a las necesidades observadas en Baños con respecto a el área turística. Ya que existe una gran afluencia turística sin embargo la venta de los productos artesanías es inferior debido a la diversidad existe y al elevado costo de los productos que llevan los comerciantes de otras áreas.

En la ciudad de Baños existe el desperdicio de los residuos de caña de azúcar que pueden ser transformados en artesanías y de esta manera abaratar costos ya que dicha materia prima es desechada al medio ambiente para su descomposición, por tal razón nace la idea del uso de los desechos de caña de azúcar para transformarla en artesanía adecuándole diferentes colores y diseños que atraigan de manera positiva al turista y posteriormente elevar las ventas de los mismos.

Para la realización del proyecto de factibilidad se estableció un estudio técnico, organizacional y financiero, donde el estudio técnico demostró ser factible debido a que para el año 2017 se producirán 5.855 unidades, mientras que en el estudio organizacional la distribución de los puestos es acorde al área desarrollada, finalmente en el estudio financiero va a existir un flujo de caja de \$46125.55.

Estableciéndose que el proyecto propuesto es factible ya que existirá una ganancia considerable para los últimos años, además de ser aprovechable el desecho de la caña de azúcar que evitará la contaminación del medio ambiente con su uso y además obtener un producto terminado.

PALABRAS CLAVES:

EMPRENDIMIENTO, PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN, DESECHOS DE CAÑA DE AZÚCAR, MUEBLES.

EXECUTIVE SUMMARY

The present project of entrepreneurship "Production and commercialization of furniture made with sugar cane waste for the city of Baños", was developed due to the needs observed in Baños with respect to the tourist area. Since there is a great economy is nevertheless the sale of handicrafts products is inferior because of the diversity there is and the high cost of products that carry traders from other areas.

In the city of Baños there is the waste of the sugar cane residues that can be transformed into the handicrafts and in this way to reduce the costs and that this raw material is discarded to the environment for its decomposition, for that reason the idea is born Of the use of waste sugar cane to transform into craftsmanship adapting different colors and designs that positively attract the tourist and subsequently raise sales of them.

For the realization of the feasibility project, a technical, organizational and financial study was established, where the technical study proved to be feasible due to the fact that for the year 2017 it produced 5,855 units, while in the organizational study the distribution of the works was in agreement with the Developed area, finally in the financial study of the existence of a cash flow of \$ 46125.55. Establishing that the proposed project is feasible and there is already a considerable gain for the last years, besides being usable the disposal of the sugar cane that avoids the contamination of the environment with its use and after obtaining a finished product.

KEYWORDS:

ENTERPRISE, PRODUCTION, MARKETING, SUGAR CANE WASTE, FURNITURE.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
EXECUTIVE SUMMARY.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xviii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xx
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
Árbol de problemas	5
1. Definición del problema de la investigación.....	6
Capítulo II	7
Descripción del emprendimiento	7
1. Nombre del emprendimiento.....	7
2. Localización geográfica	7
3. Justificación.....	7
4. Objetivos	9
4.1. Específicos	9
4.2. Beneficiarios	9
5. Resultados a alcanzar	10
Capítulo III.....	11
ESTUDIO DE MERCADO	11

3.1. Descripción del producto, características y usos	11
3.1.1. Descripción del producto	11
3.1.2. Características del producto	12
3.1.3. Usos	12
3.2. Estudio de la demanda.....	13
3.2.1. Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario para determinar la demanda	15
3.2.2. Análisis de la demanda	29
3.3. Estudio de la oferta.....	31
3.3.1. Resultados de la aplicación de las encuestas a los comerciantes de artesanías	32
3.3.2. Estudio de la Oferta	52
3.4. Mercado potencial para el proyecto	56
3.5. Precios	57
3.6. Canales de comercialización	59
3.7. Canales de distribución	60
3.8. Estrategias de comercialización	62
3.8.1. Matriz de estrategias de Comercialización	64
CAPÍTULO IV	66
ESTUDIO TÉCNICO	66
4.1. Tamaño del emprendimiento.....	66
4.1.1. Factores determinantes del tamaño.....	66
4.1.2. Tamaño óptimo	66
4.2. Localización	68
4.2.1. Macro-localización	68
4.2.2. Micro-localización.....	70
4.3. Ingeniería de proyecto	71
4.3.1. Producto-proceso	72
4.3.2. Balance de materiales	72
4.3.3. Diagrama de flujo del proceso de producción de la repisa de caña de azúcar	74
4.3.4. Periodo operacional estimado de la planta	74

4.3.5. Capacidad de producción.....	75
4.3.6. Distribución de maquinarias y equipos.....	76
CAPÍTULO V.....	77
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	77
5.1. Aspectos generales	77
5.1.1. Aspecto Legal	77
5.1.2. Nombre de la empresa	78
5.1.3. Logotipo.....	79
5.1.4. Misión.....	80
5.1.5. Visión.....	80
5.1.6. Valores.....	80
5.2 Diseño Organizacional	80
5.3 Estructura organizativa.....	81
5.3.1. Organigrama Estructural Arte Caña	81
5.4 Estructura funcional	82
5.4.1. Organigrama funcional	83
5.4.2. Organigrama de posición Arte Caña.....	84
5.5. Manual de Funciones.....	84
5.5.1. Descripción de funciones específicas	84
Capítulo VI.....	92
Estudio Financiero	92
6.1. Inversiones en activos fijos tangibles.....	92
6.2. Inversiones en activos fijos intangibles.....	95
6.3. Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo.....	95
6.4. Resumen de las inversiones.....	97
6.5. Financiamiento	98
6.6. Plan de inversiones.....	99
6.7. Presupuesto de Gastos e Ingresos.....	101
6.7.1. Situación financiera actual.....	102
6.7.2. Situación financiera proyectada.....	103

6.7.3. Presupuesto de ingresos	104
6.7.4. Estado de resultados proyectados	105
6.7.5. Flujo de caja.....	106
6.8. Punto de equilibrio	107
6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos.....	107
6.10. Valor presente neto.....	109
6.11. Indicadores financieros.....	110
6.12. Tasa beneficio –costo	110
6.13. Periodo de recuperación de la inversión.....	111
6.14. Tasa interna de retorno	111
6.15. Análisis de sensibilidad	113
Capítulo VII	114
Conclusiones y recomendaciones	114
7.1. Conclusiones	114
7.2. Recomendaciones.....	115
Capítulo VIII.....	116
Referencias bibliográficas.....	116
Capítulo IX	120
ANEXOS	120

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Conocimiento sobre productos de caña de azúcar	15
Cuadro N° 2. Aceptación del producto	16
Cuadro N° 3. Repisa fabricada con los desechos de la caña de azúcar, predisposición de compra	17
Cuadro N° 4. Percepción de que los turistas apreciarán el producto	18
Cuadro N° 5. Razones de los turistas sobre el producto	19
Cuadro N° 6. Disposición para adquirir el producto.....	20
Cuadro N° 7. Disponibilidad de pago por el producto.....	21
Cuadro N° 8. Cantidad de unidades que compraría al gustarle el producto	22
Cuadro N° 9. Forma de pago por la compra del producto	23
Cuadro N° 10. Aspectos que son importantes en el producto.....	24
Cuadro N° 11. Aspectos que son importantes del producto	25
Cuadro N° 12. Porque son importantes los aspectos del producto	26
Cuadro N° 13. Capacidad del establecimiento.....	27
Cuadro N° 14. Capacidad del establecimiento con número de habitaciones.....	28
Cuadro N° 15. Análisis de la demanda	29
Cuadro N° 16. Demanda potencial	30
Cuadro N° 17. Proyección de la demanda	30
Cuadros N° 18. Estudio de la oferta.....	32
Cuadro N° 19. Calculo de la oferta.....	32
Cuadro N° 20. Funcionamiento de la actividad	32
Cuadro N° 21. Principales productos vendidos en el negocio	34
Cuadro N° 22. Descripción del material ecológico de los productos	35
Cuadro N° 23. Precio que paga por el producto	36
Cuadro N° 24. Frecuencia que adquiere el producto	37
Cuadro N° 25. Lugar de adquisición de los productos, principal proveedor	38
Cuadro N° 26. Frecuencia de las ventas	39

Cuadro N° 27. Porcentaje de Porcentaje del total de compras realizadas antes de abastecerse nuevamente	40
Cuadro N° 28. Margen de utilidad del producto	41
Cuadro N° 29. Porcentaje de aumento y disminución de en relación a años anteriores .	42
Cuadro N° 30. Conocimiento de productos existentes elaborados con residuos de caña de azúcar	43
Cuadro N° 31. Aceptación del producto realizado con residuos de caña de azúcar para los turistas	44
Cuadro N° 32. Disponibilidad de aceptación del producto.....	45
Cuadro N° 33. Precio de compra que estaría dispuesto a pagar	46
Cuadro N° 34. Número de unidades que probablemente adquiriría	47
Cuadro N° 35. Forma de pago del producto	48
Cuadro N° 36. Frecuencia de compra	49
Cuadro N° 37. Características que los compradores observan en el producto que adquieren	50
Cuadro N° 38. Razones por las que el cliente acepta el producto.....	51
Cuadro N° 39. Análisis de la Oferta	53
Cuadro N° 40. Ofertantes y volumen de venta en unidades mensuales.....	54
Cuadro N° 41. Oferta histórica	55
Cuadro N° 42. Proyección de la oferta	55
Cuadro N°. 43. Mercado potencial para el proyecto.....	56
Cuadro N° 44. Precios del producto.....	58
Cuadro N° 45. Matriz FODA	62
Cuadro N° 46. Matriz Fortalezas – Oportunidades (FO)	63
Cuadro N° 47. Matriz Fortalezas-Amenazas (FA).....	63
Cuadro N° 48. Matriz Debilidades – Oportunidades (DO).....	64
Cuadro N° 49. Matriz Debilidades – Amenazas (DA).....	64
Cuadro N° 50. Matriz de estrategias de Comercialización	65
Cuadro N° 51. Factores de ponderación	71
Cuadro N° 52. Balance de materiales	73
Cuadro N° 53. Cargo Gerente general	84

Cuadro N° 54. Cargo Obrero 1	86
Cuadro N° 55. Cargo Obrero 2	87
Cuadro N° 56. Cargo vendedor	88
Cuadro N° 57. Cargo Contador	90
Cuadro N° 58. Inversión en activos fijos tangibles	93
Cuadro N° 59. Depreciación de activos fijos tangibles	94
Cuadro N° 60. Activos fijos intangibles	95
Cuadro N° 61. Capital de trabajo	96
Cuadro N° 62. Capital de operación mensual en la producción de repisas de cañas (en dólares)	97
Cuadro N° 63. Capital de Operaciones para 5 meses y anual	97
Cuadro N° 64. Resumen de inversiones	97
Cuadro N° 65. Financiamiento	98
Cuadro N° 66. Capital propio	98
Cuadro N° 67. Valor del préstamo	98
Cuadro N° 68. Amortización del préstamo	99
Cuadro N° 69. Plan de inversiones	99
Cuadro N° 70. Presupuestos de gastos de sueldos	101
Cuadro N° 71. Situación financiera actual	102
Cuadro N° 72. Presupuesto de gastos publicitarios	102
Cuadro N° 73. Presupuestos de gastos administrativos	103
Cuadro N° 74. Balance general proyectado	103
Cuadro N° 75. Costos totales proyectados	104
Cuadro N° 76. Presupuesto de ingresos	105
Cuadro N° 77. Estado de resultados proyectados	105
Cuadro N° 78. Flujo de caja con toda la capacidad instalada	106
Cuadro N° 79. Punto de equilibrio	107
Cuadro N° 80. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos	108
Cuadro N° 81. Indicadores financieros	110
Cuadro N° 82. Tasa beneficio –costo	110

Cuadro N° 83. Periodo de recuperación de la inversión	111
Cuadro N° 84. Tasa interna de retorno	113
Cuadro N° 85. Análisis de sensibilidad	113

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Árbol de problemas	5
Gráfico N° 2. Mapa de la Provincia del Tungurahua.....	8
Gráfico N° 3. Conocimiento sobre productos de caña de azúcar.....	15
Gráfico N° 4. Aceptación del producto.....	16
Gráfico N° 5. Repisa fabricada con los desechos de la caña de azúcar, predisposición de compra	17
Gráfico N° 6. Percepción de que los turistas apreciarán el producto.....	18
Gráfico N° 7. Por que los turistas apreciarán el producto.....	19
Gráfico N° 8. Disposición para adquirir el producto	20
Gráfico N° 9. Disponibilidad de pago por el producto	21
Gráfico N° 10. Cantidad de unidades que compraría al gustarle el producto	22
Gráfico N° 11. Forma de pago por la compra del producto.....	23
Gráfico N° 12. Aspectos que son importantes en el producto	24
Gráfico N° 13. Aspectos que son importantes del producto	25
Gráfico N° 14. Por que que son importantes los aspectos del producto	26
Gráfico N° 15. Capacidad del establecimiento	27
Gráfico N° 16. Capacidad del establecimiento con número de habitaciones	28
Gráfico N° 17. Funcionamiento de la actividad.....	33
Gráfico N° 18. Principales productos vendidos en el negocio.....	34
Gráfico N° 19. Descripción del material ecológico de los productos	35
Gráfico N° 20. Precio que paga por el producto	36
Gráfico N° 21. Frecuencia que adquiere el producto.....	37
Gráfico N° 22. Lugar de adquisición de los productos, principal proveedor.....	38
Gráfico N° 23. Frecuencia de las ventas	39
Gráfico N° 24. Porcentaje de Porcentaje del total de compras realizadas antes de abastecerse nuevamente.....	40
Gráfico N° 25. Margen de utilidad del producto	41
Gráfico N° 26. Porcentaje de aumento y disminución de en relación a años anteriores.....	42

Gráfico N° 27. Conocimiento de productos existentes elaborados con residuos de caña de azúcar	43
Gráfico N° 28. Aceptación del producto realizado con residuos de caña de azúcar para los turistas	44
Gráfico N° 29. Disponibilidad de aceptación del producto	45
Gráfico N° 30. Precio de compra que estaría dispuesto a pagar	46
Gráfico N° 31. Número de unidades que probablemente adquiriría	47
Cuadro N° 32. Forma de pago del producto	48
Gráfico N° 33. Frecuencia de compra	49
Gráfico N° 34. Características que los compradores observan en el producto que adquieren.....	50
Gráfico N° 35. Razones por las que el cliente acepta el producto	51
Gráfico N° 36. Sistemas de comercialización para las repisas de caña de azúcar	59
Gráfico N° 37. Canales de distribución	60
Gráfico N° 38. Canal de distribución para las repisas de caña de azúcar	61
Gráfico N° 39. Macro localización	70
Gráfico N° 40. Micro localización	71
Gráfico N° 41. Diagrama de flujo del proceso de producción de la repisa de caña de azúcar	74
Gráfico N° 42. Distribución de maquinarias y equipos	76
Gráfico N° 43. Nombre de la empresa	79
Elaborado por: Tamara González.....	79
Gráfico N° 44. Logotipo	79
Gráfico N° 45. Organigrama Estructural Arte Caña	81
Gráfico N° 46. Organigrama funcional.....	83
Gráfico N° 47. Organigrama de posición Arte Caña	84
Gráfico N° 48. Valor presente neto.....	109

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario dirigido a los comerciantes que se dedican a la venta de jugo de caña en la ciudad de baños	120
Anexo 2. Cuestionario dirigido a los gerentes o propietarios de los hoteles y hosterías en la ciudad de baños (demanda)	123
Anexo 3. Cuestionario dirigido a los propietarios de las tiendas de artesanías de la ciudad de baños (oferta)	126
Anexos N°4. Rol de pagos mensual	130
Anexo 5. Fórmula para calcular la demanda y la oferta en el estudio de mercado.....	142
Anexo 6. Proforma de la impresora	143

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel de la producción de muebles de madera en el mundo, es conocido que la tala indiscriminada de árboles es un problema recurrente, las grandes empresas productoras de madera, solamente observan el beneficio económico, de estas muy pocas se dedican a realizar estudios para disminuir el impacto al medio ambiente que causa la tala de árboles. Por otro lado, también cuando comienza el proceso de manufactura y tratamiento de la madera, ocurre la contaminación química, física y la eliminación de esos desechos derivados de esa actividad es lo que ocasiona también una contaminación biológica.

El crecimiento poblacional produce una gran cantidad de desechos orgánicos que no son controlados en su totalidad, la recolección de basura en las áreas urbanas y rurales está manejada por los Gobiernos Autónomos Descentralizados, pero su labor está limitada. El tratamiento de estos desechos implica tener recursos económicos provenientes del Estado, lo cual debe relacionarse con una política pública orientada al cuidado del medio ambiente. Aunque las Ordenanzas Municipales establecen los parámetros en las áreas geográficas para la recolección de residuos, falta preparación por parte de la población y de las autoridades frente al problema de la basura.

Enfocándose en un contexto cultural al problema de la basura, es necesario indicar que las labores comerciales de negocios establecidos en el cantón Baños, no se aleja de esta realidad, pues los restos no son reutilizados y se convierten en un problema para el medio ambiente.

De acuerdo al criterio de Rosado (2005), “en los países pobres la contaminación biológica es la primera, tiene un índice elevado de efectos por las muertes ocasionadas por organismos patógenos en el ambiente, presentes en el agua y alimentos, causando enfermedades intestinales e infecciones transmitidas por el aire como la tuberculosis” (Rosado, 2005), es importante este criterio porque los desechos en el medio ambiente causan enfermedades.

“La producción de residuos sólidos per cápita se ha incrementado notablemente en las últimas décadas, llegando en la actualidad, en los países más ricos, a los 1.000 kg por habitante y año de forma directa, cifra que pasa a ser de 20 toneladas, si consideramos además los residuos producidos de forma indirecta” (Contreras & Molero, 2011).

El impacto que causa la generación de algún tipo de basura es notable. En este análisis, es de recalcar que los ecuatorianos producen en el sector urbano un promedio de 0,57 kg., de forma diaria, el 60,6% de los hogares no realiza la clasificación de los residuos, siendo el 22,81% residuos orgánicos (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015). Esta cifra es relevante porque es un indicador que aún en el país no existe una cultura de reciclaje, la disposición de los desechos se realiza de forma conjunta, lo que causa un serio problema de contaminación, ya que no se pueden reutilizar esos desechos. En el Plan Nacional del Buen Vivir, se establece en el Objetivo 7: “Garantizar los Derechos de la Naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global”, con respecto al tema de la contaminación ambiental se describe:

“Prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental, como aporte para el mejoramiento de la calidad de vida, continúa siendo sumamente importante para garantizar el derecho humano a vivir en un ambiente sano, pilar fundamental en la sociedad del Buen Vivir. En un país caracterizado históricamente por un crecimiento desorganizado y por la persistencia de problemas como la contaminación del aire, la contaminación hídrica, la inadecuada disposición y tratamiento de residuos domiciliarios e industriales, entre otros, la reducción, el control y la prevención de la contaminación resultan imprescindibles”.

Es importante señalar que la cultura, es un factor predominante en el cambio de comportamiento de la población y en la preservación del ambiente. Se registra que el analfabetismo en el cantón Baños, tiene un indicador de 3,74 puntos, comparado con las otras ciudades de la provincia de Tungurahua es una de las más bajas (Sistema Nacional de Información, 2016), el tener conocimiento al seguir la educación regular, permite que la población reciba ciertas pautas con respecto al comportamiento en

relación a cómo contribuir con el medio ambiente, sin embargo de que este indicador es bajo, existen otros aspectos de la población que también contribuyen a un descuido en el manejo de los desechos, es el mal hábito de la población que por costumbre se vierte estos restos orgánicos en las quebradas, o en los contenedores de basura sin ninguna protección, lo que nos indica la apatía que tiene la población por la disposición final de los desechos y el cuidado al medio ambiente.

En el cantón Baños, se genera un promedio de 14,9 toneladas diarias de basura, incluido los días de feriado, se toma en cuenta que en los días festivos el incremento es de 4 toneladas diarias, según el Departamento Municipal de Ambiente e Higiene. (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Baños de Agua Santa, 2014), el Organismo de control sobre esta temática es el GAD Municipalidad de Baños, a través de las Disposiciones Generales, en el Art. 2 se establece: “El manejo de los residuos sólidos debe orientarse a minimizar la generación de residuos en cantidad, toxicidad como también su clasificación y reciclaje” (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Baños de Agua Santa, 2013)

Se registra que en el cantón Baños, se produce la siguiente cantidad de desechos.

Comerciantes de venta de jugo de caña	82
Desecho de caña por día	180 lb
Desecho caña al mes	2,45 toneladas

Fuente: Comerciantes del cantón Baños

Elaborado por: Tamara González

Con estos apuntes, es importante señalar que este proyecto de emprendimiento tiene como fin, tener una perspectiva no solo de un negocio rentable sino de contribuir a este cuidado ambiental, utilizando un desecho que hasta el momento no se encuentra valorado y se encuentra en la línea de investigación Emprendimiento y Economía Popular y Solidaria, Programa de investigación Emprendimiento.

En Universidades ecuatorianas se encuentra la siguiente información de trabajos relacionados:

Tema: “Propuesta de factibilidad para la creación de una empresa de diseño, producción y comercialización de muebles denominada Muebles ecológicos convertibles innovadores”

Autores: Aucapiña Sinchi Edwin René; Rivera Paidá Christian René

Realizada en: Universidad Politécnica Salesiana

Año: 2014

Tema: “Estudio de factibilidad de la empresa Eco-Furniture dedicada a la creación y comercialización de muebles y enseres ecológicos, en la ciudad de Guayaquil”

Autor: Ezeta Torrico Marco Andrés

Realizada en: Universidad Eco Tec

Año: 2012

Tema: “Implementación de una fábrica, comercializadora y distribuidora de una línea contemporánea de muebles”

Autores: Miranda Miranda Andrea Nataly; Zambrano Verduga María Eugenia; Yaguana Hidalgo José Jhonny

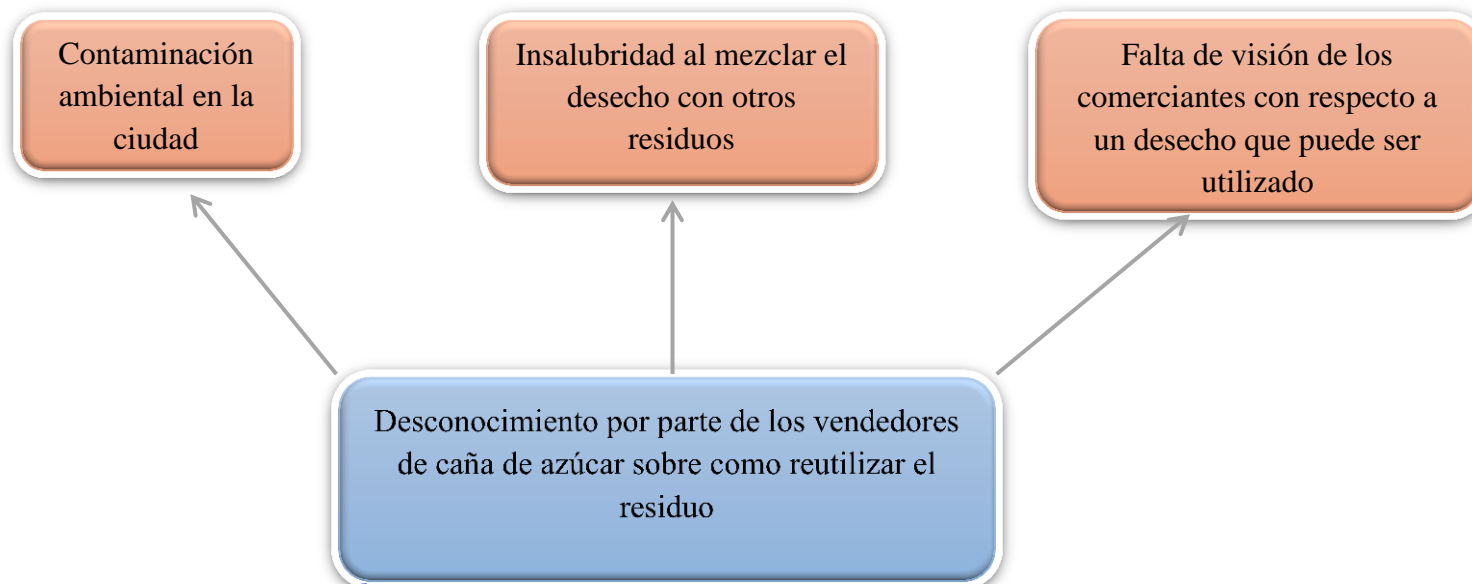
Realizada en: Escuela Superior Politécnica del Litoral

Año: 2009

En todas estas investigaciones se tiene como referente las ideas de crear una empresa de producción de muebles, que relacionando con este proyecto de emprendimiento sobre la “Producción y comercialización de muebles elaborados con los desechos de la caña de azúcar para la ciudad de Baños” es una idea original y no se encuentra investigaciones similares.

Árbol de problemas

EFFECTOS



CAUSAS

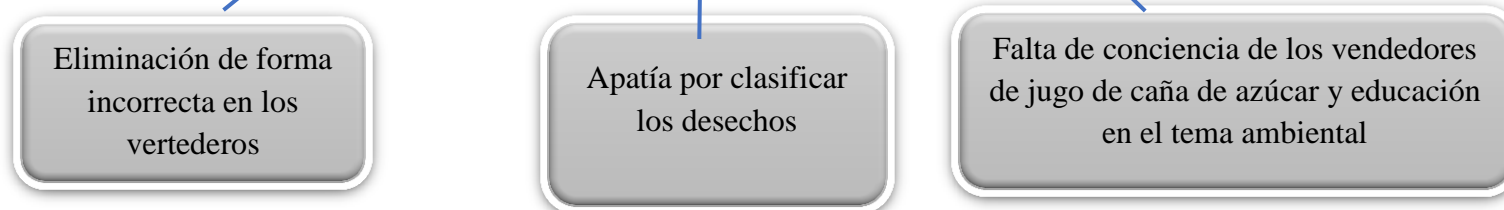


Gráfico N° 1. Árbol de problemas

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Tamara González

1. Definición del problema de la investigación

Para el análisis del problema es necesario indicar que en el cantón Baños, se encuentra 82 comerciantes que son vendedores de jugo de caña de azúcar y cuya actividad la realizan de forma diaria, especialmente en los fines de semana y feriado su actividad de venta se incrementa, por lo que los desperdicios se acumulan en sus puestos de trabajo.

Esta rutina de trabajo de forma diaria se va acumulando en una serie de inconvenientes, porque los desechos son colocados de forma inapropiada en los puestos de venta, causando insalubridad, pues no son recogidos de forma rápida por los comerciantes.

El problema de investigación aparece con la observación relativa al desconocimiento por parte de los vendedores de caña de azúcar, sobre cómo reutilizar el residuo este problema tiene causas, la que se refiere en primer lugar a la eliminación de forma incorrecta en los vertederos de basura, esto ocasiona una contaminación ambiental en la ciudad; la causa siguiente es que se presenta una apatía por clasificar los desechos por parte de los comerciantes y eso repercute en insalubridad al mezclar el desecho de la caña de azúcar con otros residuos; la siguiente causa es la falta de conciencia de los vendedores de jugo de caña de azúcar y educación en el tema ambiental, esto conlleva a una falta de visión de los comerciantes con respecto a un desecho que puede ser utilizado, es decir esta falta de conciencia ambiental no les permite observar que se puede reutilizar este desecho para mejorar el medio ambiente y también su economía.

En este contexto, la investigación sobre este problema se enfoca en buscar alternativas para lograr el aprovechamiento de la cáscara y el bagazo de la caña de azúcar, al mismo tiempo la actividad propuesta es una contribución al cuidado del medio ambiente, porque la causa de insalubridad disminuirá con el reciclaje del producto.

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

1. Nombre del emprendimiento

Producción y comercialización de muebles decorativos elaborados con los desechos de la caña de azúcar para la ciudad de Baños.

2. Localización geográfica

Macro localización: Provincia de Tungurahua, cantón Baños

Micro localización: En las calles Eloy Alfaro y Luis Martínez

El cantón Baños es una zona turística, con lo cual la ubicación de esta empresa es positiva para iniciar y lograr un crecimiento a futuro con los muebles decorativos.

3. Justificación

En la Agenda Territorial de Tungurahua, se describe que la provincia de Tungurahua tiene 500.755 habitantes, de acuerdo al censo de población y vivienda del año 2010, el 48% de las personas viven en las zonas rurales, y el 52% en zonas urbanas.

Cuadro 1. Población económicamente activa

Población económicamente activa/Sector	Porcentaje
Agrícola	34%
Manufactura	18%
Comercio	18%
Servicios	13%
Transporte	5%
Construcción	5%
Servicios Financieros	2%

Fuente: (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad., 2011)
Elaborado por: Tamara González

Gráfico N° 2. Mapa de la Provincia del Tungurahua



Fuente: (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad., 2011),

El 34% de la población económicamente activa de la provincia se concentra en las zonas rurales, especialmente en la actividad agropecuaria. (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad., 2011), por lo que este porcentaje representa la primera posición en la estructura sectorial de la población económicamente activa (PEA), en relación a la manufactura 18%, comercio 18%, servicios 13%, transporte 5%, construcción 5%, servicios financieros 2% y otras actividades 5%. Es importante recalcar que el cultivo de la caña de azúcar a nivel nacional, según estadísticas realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del 2014, se ubica en “Guayas que tiene la de mayor participación a nivel nacional con el 73,31%, Loja 10,34%; Cañar 9,49%, otras provincias 6,85%” Estas cifras son importantes porque se analiza que el cultivo de caña tiene relevancia en el país, ya que los comerciantes del cantón Baños, compran esta gramínea en estas ciudades.

Importancia: Su práctica genera efectos de diversa naturaleza, ya sea de manera directa, indirecta externa e intangible, esta idea de emprendimiento está apegada a la línea de investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, con relación al Emprendimiento, el comenzar a estudiar este sector con una idea de negocio aporta al descubrimiento de nuevas ideas de negocio y a la oportunidad de explorar en un nuevo mercado, la generación de esta idea se une a la realidad del entorno porque en los

actuales momentos se está potenciando el uso de productos ecológicos, elaborados para disminuir el impacto al medio ambiente. Este proyecto de emprendimiento se justifica porque servirá para establecer una empresa productiva a largo plazo constituyéndose en una fuente de ingresos de los inversionistas y de las personas que colaborarán en este negocio.

4. Objetivos

Crear una empresa de producción y comercialización de muebles decorativos elaborados con los desechos de la caña de azúcar para la ciudad de Baños.

4.1.Específicos

- Analizar la demanda para la comercialización del producto realizado con caña de azúcar
- Realizar un estudio para la preparación del proyecto de inversión
- Investigar la factibilidad del proyecto de inversión

4.2.Beneficiarios

Directos: Comerciantes de jugos de caña de azúcar, porque recibirán un ingreso adicional por el desperdicio; los propietarios de hoteles y hosterías del cantón porque reciben a los turistas nacionales y extranjeros quienes se llevarán una buena impresión del producto elaborado.

Indirectos: Los turistas que llegan al cantón Baños.

5. Resultados a alcanzar

Los resultados que se pretende alcanzar con este proyecto se refieren al cumplimiento de los objetivos que se establecen, es decir se pretende:

- Desarrollar productos innovadores como los muebles decorativos propuestos.
- Satisfacer las necesidades del mercado turístico de muebles decorativos ecológicos, con la presencia de un local comercial en el cantón.
- Crear fuentes de trabajo, al contratar a las personas que forman parte del emprendimiento.
- Promocionar el turismo con el producto ecológico de la caña de azúcar, utilizando el logo y la presencia de la marca en el local comercial que se apertura en el cantón Baños.
- Contribuir al cuidado del medio ambiente, con la compra de los desechos en los puestos de los comerciantes de venta de jugo de caña

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Determinar la producción de los muebles decorativos de caña de azúcar

Objetivos específicos

- Estudiar las características del producto
- Investigar la demanda actual y potencial
- Analizar la demanda insatisfecha para conocer la capacidad del proyecto

3.1. Descripción del producto, características y usos

3.1.1. Descripción del producto

La materia prima que el producto utilizará son los desechos de la caña de azúcar, con las tiras de aproximadamente 90 cm., que se obtienen en los puestos de venta de jugo de caña de azúcar, las mismas que son ubicadas en los contenedores de basura. Una vez recicladas de los puestos de venta, se procede a llevar la materia prima a la planta de producción y proceder con la elaboración del producto.

El producto realizado con la cáscara y el bagazo de la caña de azúcar tiene su utilidad en las hosterías y hoteles del cantón Baños.

La repisa elaborada con residuos de caña de azúcar es de 45 cm x 18 cm, con una base del bagazo molido y compactado de 2cm de espesor, el mismo que es prensado, se utiliza las tiras de la cáscara de caña de 10 cm para la parte superior de la repisa que luego es barnizada.

Galaviz et al (2012) menciona que:

La deshidratación puede llevarse a cabo por diferentes métodos, mecánicos y físico-químicos, uno de ellos es el prensado también llamado compresión, es una operación que tiene por finalidad separar un líquido de un sistema de dos fases sólido-líquido, comprimiendo el sistema en condiciones que permitan al líquido fluir y salir mientras el sólido queda retenido entre las superficies. (Galaviz et al, 2012).

Las repisas de caña, son accesorios con características ecológicas que puede utilizarse para colocar ciertos artículos de uso personal y se utiliza para su producción goma blanca industrial y para el acabado se aplica laca.

3.1.2. Características del producto

Las repisas decorativas de caña de azúcar, tendrán una presentación agradable a la vista del cliente, una textura fuerte por las características de la gramínea, al tiempo que su tamaño es el adecuado de fácil manipulación, tanto para los turistas como para los dueños de los hoteles y hosterías.

La característica de este producto es su durabilidad, pues se utiliza goma industrial que se compacta con el bagazo molido y con la cáscara, siendo una mezcla resistente al uso diario, este mueble decorativo es atractivo en el ambiente natural del cantón Baños.

3.1.3. Usos

Los usos que se pueden dar a la repisa fabricada con caña de azúcar son de varios tipos. El aspecto estético se refiere a su uso con objetos decorativos para que el ambiente sea más agradable, en el caso de hoteles y hosterías del cantón Baños, servirá para impactar a los turistas extranjeros, es un producto que está en concordancia con el diseño natural y espacios vegetales que poseen la mayoría de hoteles y hosterías del cantón Baños. Este mueble decorativo tiene un uso estético y personal.

La utilización de la repisa servirá también para ordenar objetos de uso cotidiano y se verá atractivo dentro de las habitaciones de los hoteles y hosterías.

Este producto artesanal causará una imagen positiva en los turistas nacionales y extranjeros, y que es una repisa decorativa original, por lo que en el mercado hay predisposición de la aceptación de este novedoso producto.

3.2. Estudio de la demanda

Para el estudio de la demanda se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 PqN}{e^2(N - 1) + z^2 Pq}$$

Dónde:

n=muestra

N=universo 348

Z=nivel de confianza 1.96

p=probabilidad de aceptación 50%

q=probabilidad de rechazo 50%

Se toma en cuenta la siguiente segmentación para ubicar a los potenciales clientes.

.

Segmentación realizada:

Se procede a acudir a los hoteles y hosterías para ubicar a los turistas nacionales y extranjeros, de igual forma a la población económicamente activa del cantón Baños, para lo cual se determina el siguiente número de encuestas:

Segmentación	Número de encuestas aplicadas
Propietarios dueños de hoteles y hosterías (348 establecimientos según Censo económico 2010)	103
Población económicamente activa (Grupo de ocupación, actividades profesionales, científicas y técnicas)	30
Turistas nacionales y extranjeros (230.279 turistas provincia de Tungurahua)*	50
Total	183

Fuente:* Ministerio de Turismo (MINTUR) 2014

(Instituto Nacional de Estadística y Censos, , 2010)

La demanda se construye por la composición de los potenciales clientes, que son los turistas nacionales y extranjeros que acuden a los alojamientos del cantón y los propietarios o administradores de los hoteles y hosterías del cantón, así como parte de la población económicamente activa.

La estructura del cuestionario de 12 preguntas, sirvió para recolectar la información sobre la demanda.

Los siguientes son los resultados obtenidos

3.2.1. Resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario para determinar la demanda

1. ¿Usted conoce si en la ciudad de Baños existen productos elaborados con el desechos de la caña de azúcar?

Cuadro N° 1. Conocimiento sobre productos de caña de azúcar

Conocimiento sobre productos de caña de azúcar	Si	No	N° encuestados
Total	27	156	183

Fuente: Encuestas aplicadas a los Gerentes, Propietarios de Hoteles, Hosterías y Turistas del cantón Baños
Elaborado por: Tamara González

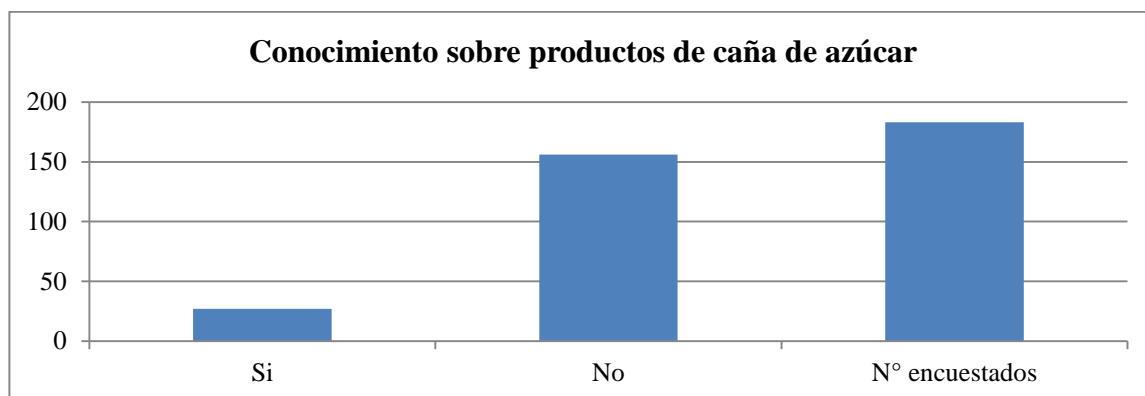


Gráfico N° 3. Conocimiento sobre productos de caña de azúcar

Interpretación:

La actividad hotelera de la ciudad de Baños es un indicador de economía por ende, los dueños deben estar completamente empapados de las actividades existentes al alrededor ya que de esta manera pueden atraer a más turistas.

Análisis:

Tal como se muestra en el cuadro 1, en base a las encuestas que se les aplicó a los dueños de los diversos hoteles que se encuentran establecidos en la ciudad de Baños 156 encuestados, es decir el 85%, supieron manifestar que no tienen conocimientos acerca de los productos elaborados con residuos de caña de azúcar, mientras que la minoría definieron que si tienen conocimientos acerca de estos productos.

2. ¿Cree que la elaboración de muebles decorativos especialmente repisas, elaboradas con los desechos de la caña de azúcar tendrá aceptación?

Cuadro N° 2. Aceptación del producto

Aceptación del producto	Si	No
	174	9

Fuente: Encuestas aplicadas a los Gerentes, Propietarios de Hoteles, Hosterías y Turistas del cantón Baños
Elaborado por: Tamara González



Gráfico N° 4. Aceptación del producto

Interpretación:

Es interesante observar la aceptación del producto por parte de los encuestados, con ello, se determina que este producto es innovador y atractivo en este mercado.

Análisis:

Tal como se muestra en el cuadro 2, la gran mayoría que son 174 personas, es decir el 95%, designaron que la elaboración de productos elaborados con desechos de caña de azúcar si tendrán aceptación en el mercado (hoteles y hosterías), mientras que una cantidad imperceptible de encuestados designaron que los productos no tendrán aceptación en el mercado turístico.

3. ¿Cree que será atractivo contar con una repisa fabricada con los desechos de caña de azúcar, en este establecimiento?

Cuadro N° 3. Repisa fabricada con los desechos de la caña de azúcar, predisposición de compra

Predisposición de compra	Si	No
	178	5

Fuente: Encuestas aplicadas a los Gerentes, Propietarios de Hoteles, Hosterías y Turistas del cantón Baños
Elaborado por: Tamara González

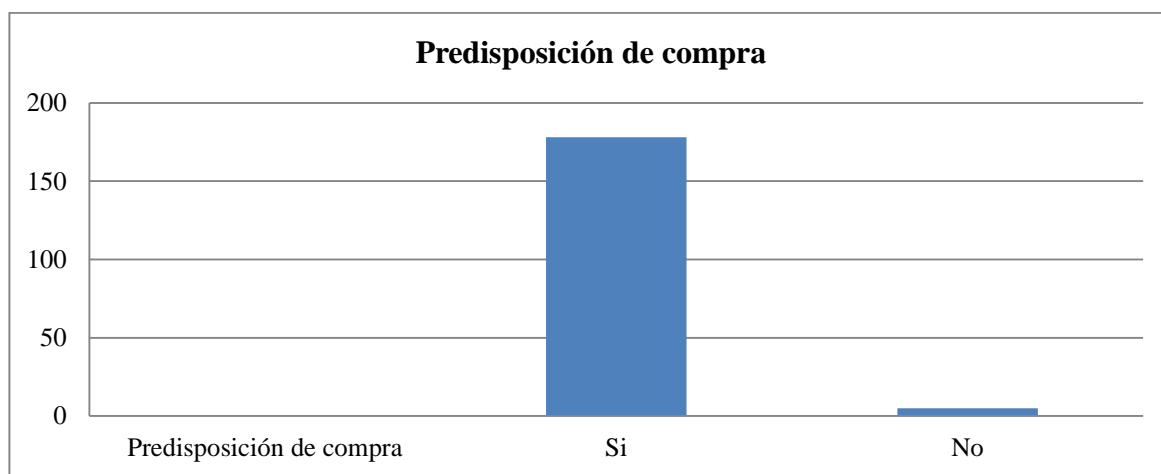


Gráfico N° 5. Repisa fabricada con los desechos de la caña de azúcar, predisposición de compra

Interpretación:

Se determina que los gerentes y propietarios de los hoteles y hosterías, deben establecer estrategias de atracción para los turistas, una de las maneras más efectivas es la aplicación de instrumentos llamativos como utilizar este tipo de productos en los negocios. De igual manera resulta atrayente para los turistas.

Análisis:

En el cuadro 3, y en base a las encuestas que se aplicaron en la ciudad de Baños, 178 personas es decir un porcentaje mayoritario, 97% de ellos designaron que si creen atractivo contar con una repisa fabricada con los desechos de caña de azúcar en el establecimiento, mientras que el resto un grupo pequeño (5), es decir el 3%, establecieron que no es beneficioso colocar la repisa en el establecimiento.

4. ¿Considera que los turistas apreciarán este tipo de producto en su establecimiento?

Cuadro N° 4. Percepción de que los turistas apreciarán el producto

Los turistas apreciarán este producto	Si	No
	176	7

Fuente: Encuestas aplicadas a los Gerentes, Propietarios de Hoteles, Hosterías y Turistas del cantón Baños
Elaborado por: Tamara González

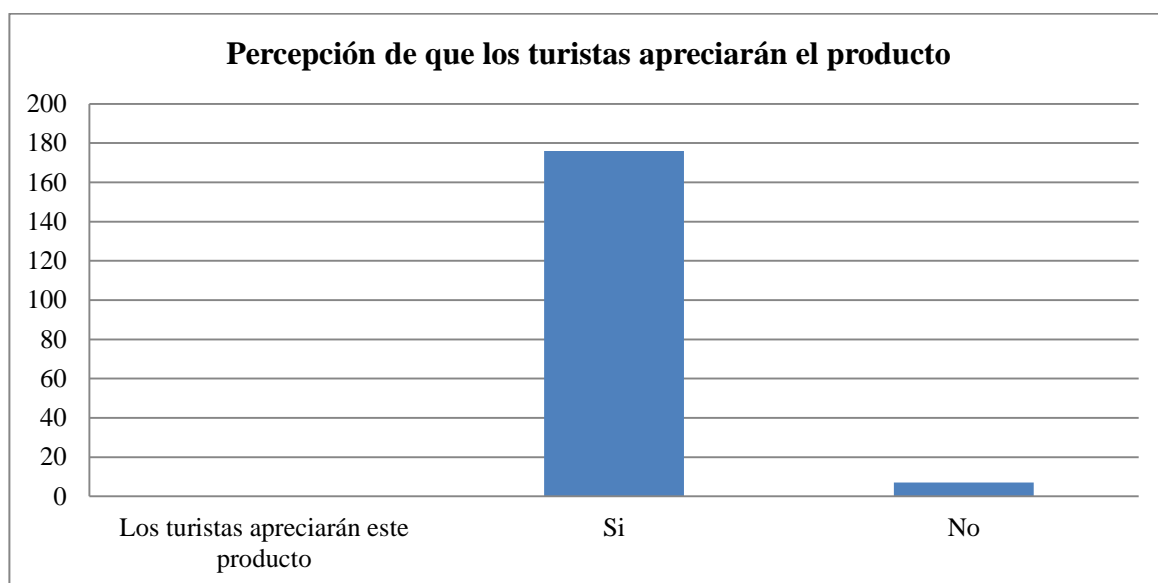


Gráfico N° 6. Percepción de que los turistas apreciarán el producto

Interpretación:

Los turistas siempre están observando objetos llamativos, los cuales pueden comprar, el hotelero debe impulsar la compra, por medio del buen trato. Este producto es amigable con el ambiente, este es también un factor clave para su apreciación.

Análisis:

Tal como se muestra en el cuadro 4, en base a las encuestas aplicadas a los dueños de los diferentes hoteles de la Ciudad de Baños, se verificó que un grupo significativo (176), correspondiente al 96%, si consideró que aprecian el producto en el negocio, debido a que es nuevo y atractivo.

4.1. ¿Por qué los turistas apreciarán el producto?

Cuadro N° 5. Razones de los turistas sobre el producto

Razones					
Por ser ecológico	Cuida medio ambiente	Ecológico/original/novedoso	No les gusta	El extranjero o aprecia	Si está bien elaborado
27	18	110	9	9	10

Fuente: Encuestas aplicadas a los Gerentes, Propietarios de Hoteles, Hosterías y Turistas del cantón Baños
Elaborado por: Tamara González

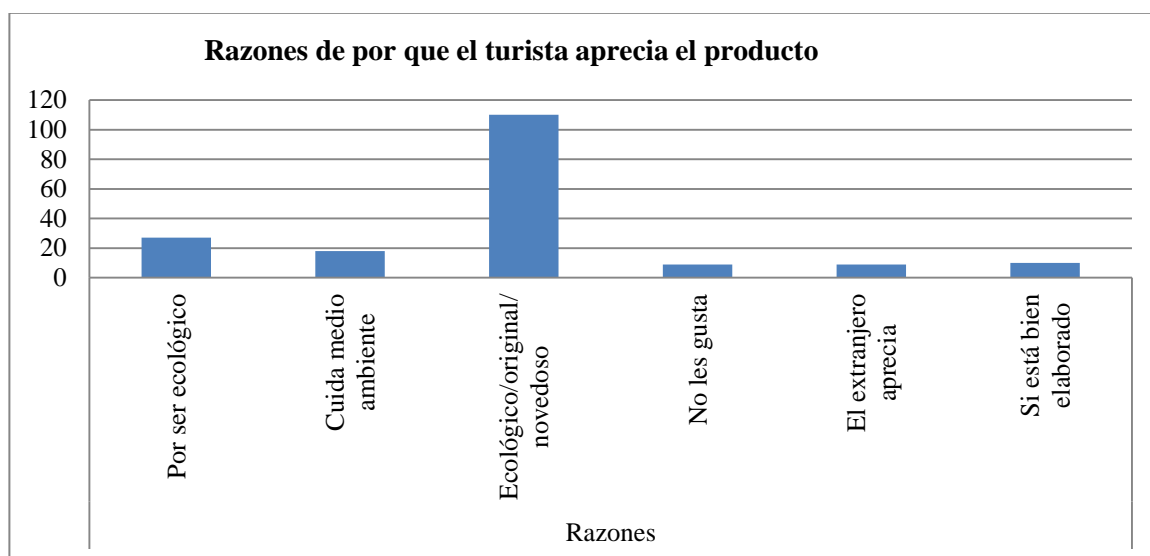


Gráfico N° 7. Por que los turistas apreciarán el producto

Interpretación:

El producto es mucho más llamativo para los turistas de otros países ya que es ecológico y en su país no existe la materia prima con la que se elaboran dichos productos.

Análisis:

Se obtuvo que 110 personas es decir el 60% piensan que el producto es ecológico/original/novedoso, mientras que el 40% se distribuye de la siguiente manera: 15% que es ecológico, 10% que cuida el medio ambiente, 5% el extranjero lo aprecia más, 5% que el producto si está bien elaborado lo aprecian y el 5% indicó que no les gusta.

5. ¿Estaría dispuesto a adquirir productos elaborados con los desechos de la caña de azúcar?

Cuadro N° 6. Disposición para adquirir el producto

Estaría dispuesto adquirir este producto para su negocio	Si	No
	176	7

Fuente: Encuestas aplicadas a los Gerentes, Propietarios de Hoteles, Hosterías y Turistas del cantón Baños
Elaborado por: Tamara González

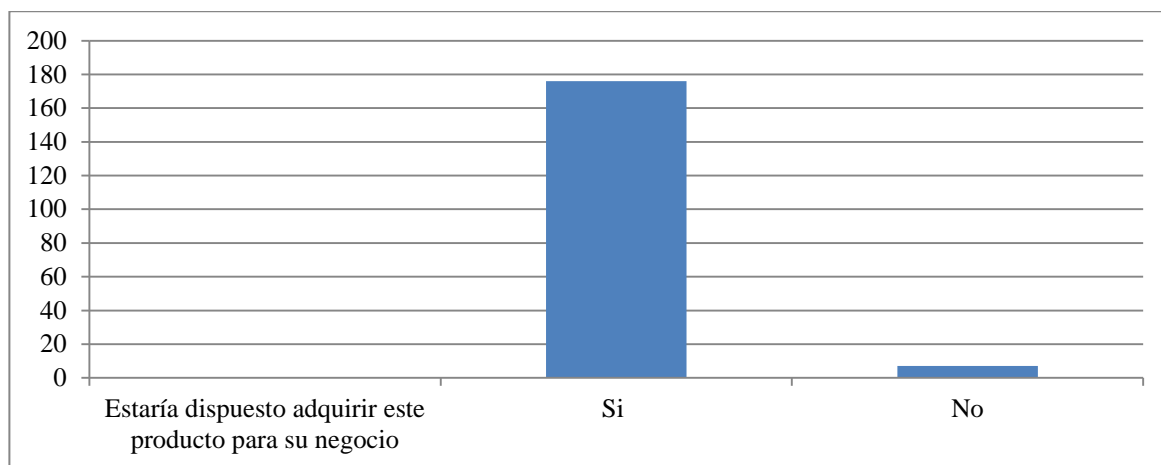


Gráfico N° 8. Disposición para adquirir el producto

Interpretación:

Los turistas están de acuerdo a adquirir los productos elaborados con caña de azúcar.

Análisis:

Como se muestra en el cuadro 6, con relación a las encuestas que se les aplicó en la ciudad de Baños, un gran número (176), es decir 96% de ellos estarían dispuestos a adquirir productos elaborados con los desechos de la caña de azúcar, mientras que el resto de encuestados, es decir el 4% dijeron que no adquirirían los productos.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una repisa de 40 cm x 25 de alto?

Cuadro N° 7. Disponibilidad de pago por el producto

Disponibilidad de pago por el producto	N° encuestados
15	9
20	27
25	82
45	37
60	9
30	14
0	5
Total	183

Fuente: Encuestas aplicadas a los Gerentes, Propietarios de Hoteles, Hosterías y Turistas del cantón Baños
Elaborado por: Tamara González

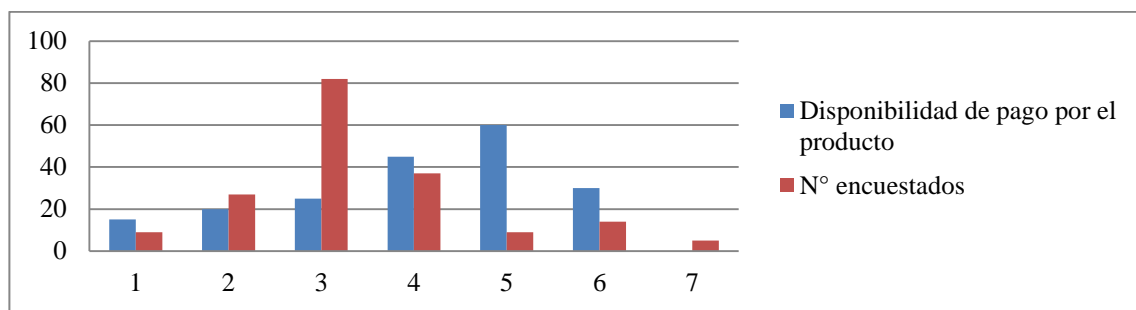


Gráfico N° 9. Disponibilidad de pago por el producto

Interpretación:

Los turistas que visitan la ciudad de Baños al ofertarles un producto ellos verifican los costos, pero como los productos son ecológicos, esto llama la atención y están dispuestos a pagar el precio estipulado.

Análisis:

Como se encuentra en el cuadro 7, con relación a la pregunta respecto al precio, gran parte de los encuestados, 45% manifestaron que el precio estipulado de la repisa de 40 cm x 25 de alto de \$ 25 es lo adecuado, mientras que otro grupo supo manifestar que pagarían entre \$ 15 y \$ 60.

7. ¿Si le gusta el producto, cuántas unidades cree que compraría para su establecimiento?

Cuadro N° 8. Cantidad de unidades que compraría al gustarle el producto

Unidades que podría comprar	N° encuestados
0	5
1	6
2	31
3	9
4	17
5	12
6	5
12	69
24	13
24	11
12	5
Total	183

Fuente: Encuestas aplicadas a los Gerentes, Propietarios de Hoteles, Hosterías y Turistas del cantón Baños
Elaborado por: Tamara González

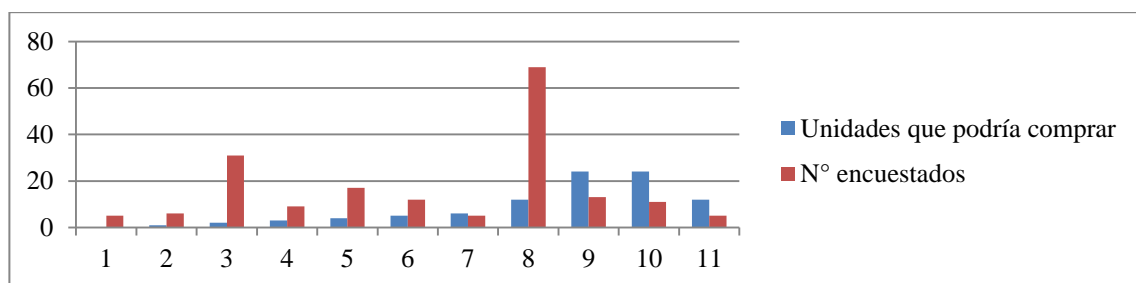


Gráfico N° 10. Cantidad de unidades que compraría al gustarle el producto

Interpretación

Los turistas que les gustan los productos que se elaboran a base de la caña de azúcar están dispuestos a adquirir varias unidades ya que los productos son llamativos por el hecho de ser transformados ecológicamente.

Análisis:

Tal como se verifica en el cuadros 8, en relación a la encuesta, se verifica que la mayoría de los encuestados es decir el 38% están dispuestos a adquirir 12 productos, mientras que el 17% optan por la compra de dos productos, además del 9% que están dispuestos a adquirir 4 productos.

8. ¿Cómo le gustaría que fuera la forma de pago por la compra de estas repisas?

Cuadro N° 9. Forma de pago por la compra del producto

Forma de pago	N° encuestados
Contado	132
Crédito	46
Ninguno	5
Total	183

Fuente: Encuestas aplicadas a los Gerentes, Propietarios de Hoteles, Hosterías y Turistas del cantón Baños
Elaborado por: Tamara González

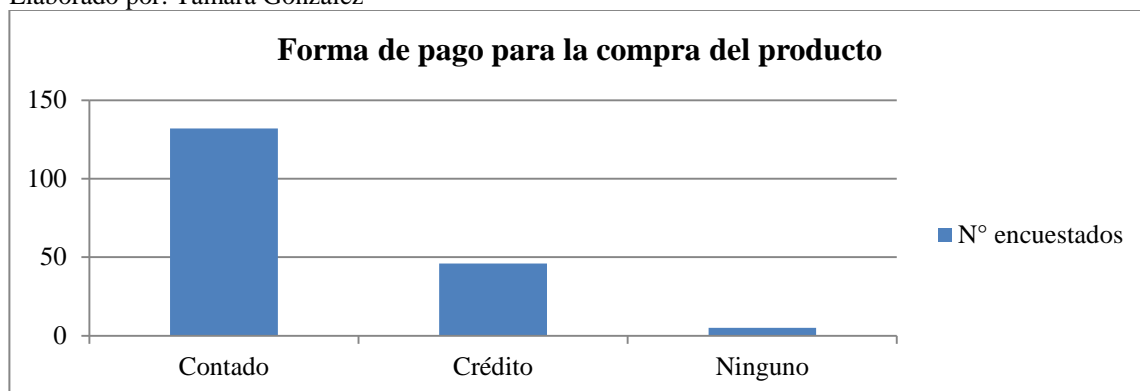


Gráfico N° 11. Forma de pago por la compra del producto

Interpretación

Los encuestados analizados establecen que la principal forma de pago por los productos que adquieren será al contado, ya que es un apoyo inmediato para la economía del sector que los oferta.

Análisis:

Tal como se muestra en el cuadro 9, con relación a la encuesta que se aplicó a los diferentes hoteleros que se encuentran en la ciudad de Baños, gran parte de ellos (72%), supieron manifestar que les gustaría comprar el producto y cancelarlo al contado, otro grupo (25%) de hoteleros establecieron desean pagar a crédito.

9. Piensa que para sus clientes es importante:

Cuadro N° 10. Aspectos que son importantes en el producto

En el producto es importante	
La calidad y el acabado	55
El precio y el acabado	3
El valor añadido para el medio ambiente	128
Total	183

Fuente: Encuestas aplicadas a los Gerentes, Propietarios de Hoteles, Hosterías y Turistas del cantón Baños
Elaborado por: Tamara González

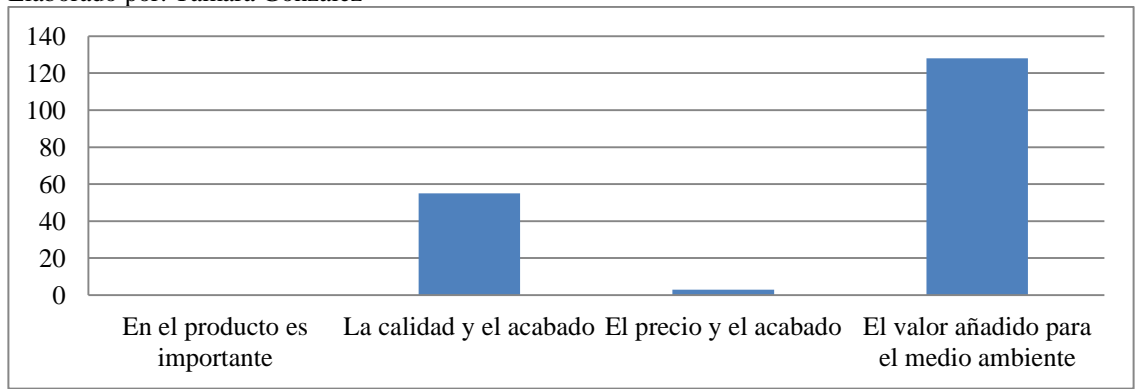


Gráfico N° 12. Aspectos que son importantes en el producto

Interpretación

Tanto los dueños de los hoteles como los turistas al momento de adquirir cualquier producto lo hacen en base a los gustos propios, por tal razón debe existir variabilidad de los mismos.

Análisis:

En el cuadro 10, se establece que los dueños de los diferentes hoteles que se encuentran ubicados en la ciudad de Baños, consideran que el producto es importante (70%), debido al valor añadido para el medio ambiente, mientras que otro grupo (28%) lo considera importante debido a la calidad y el acabado, además del precio (2%).

10. ¿Para usted es más importante considerar el: ?

Cuadro N° 11. Aspectos que son importantes del producto

En el producto es importante	N° encuestados
Modelo	2
Color	6
Costo	12
Producto ecológico	163
Total	183

Fuente: Encuestas aplicadas a los Gerentes, Propietarios de Hoteles, Hosterías y Turistas del cantón Baños
Elaborado por: Tamara González

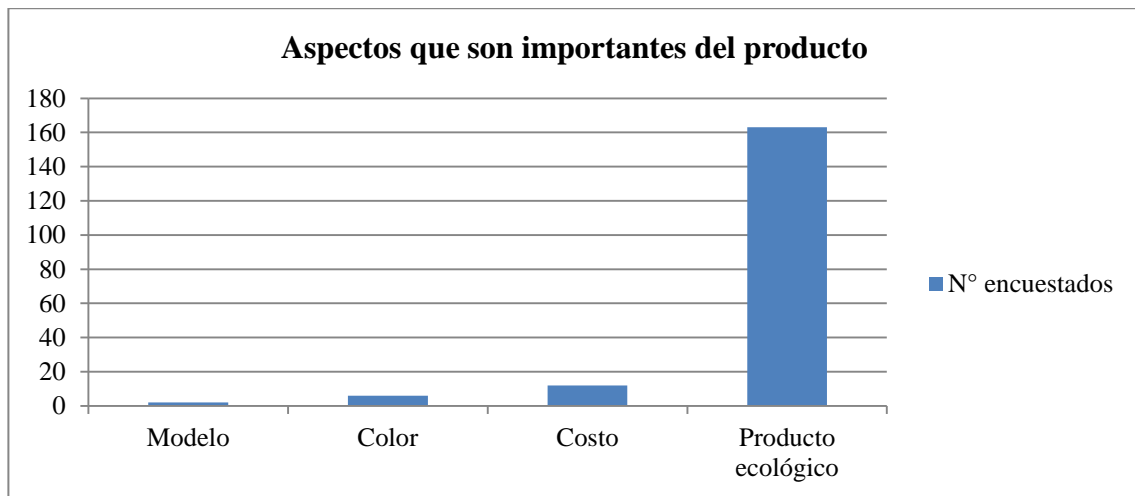


Gráfico N° 13. Aspectos que son importantes del producto

Interpretación

Los hoteleros encuestados estipularon que los aspectos de mayor relevancia al momento de adquirir el producto es la ecología del mismo ya que esta realizado con productos amigables con el medio ambiente.

Análisis:

Tal como se muestra en el cuadro 11, con relación a las encuestas que se aplicaron a los dueños de los diferentes hoteles que se encuentran ubicados en la ciudad de baños, gran cantidad de ellos (89%) supieron manifestaron que los aspecto de mayor importancia que se consideran son que el producto es ecológico, y otro pequeño grupo designaron que al adquirir el producto lo hacen considerando costo (7%), color (3%) y modelo (1%).

10.1. Razones

Cuadro N° 12. Porque son importantes los aspectos del producto

Razón			
Al extranjero le gusta	Beneficio medio ambiente/No hay basura	Producto innovador	Se crea conciencia del ecosistema
18	110	37	18
Total = 183			

Fuente: Encuestas aplicadas a los Gerentes, Propietarios de Hoteles, Hosterías y Turistas del cantón Baños
Elaborado por: Tamara González

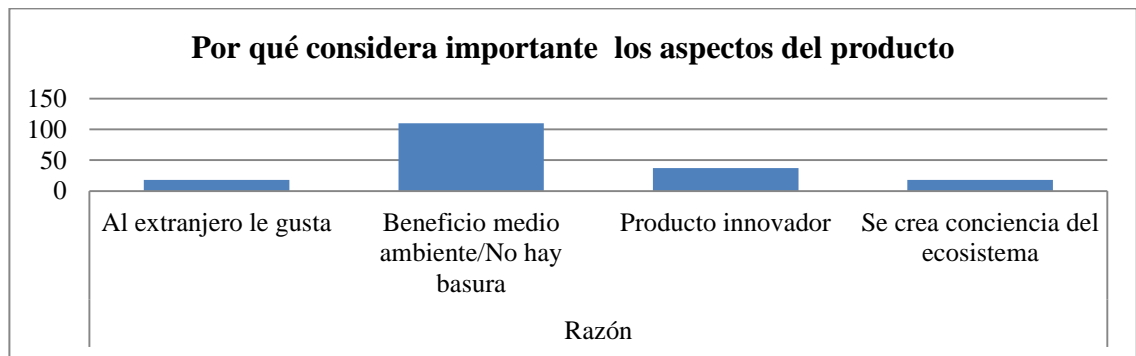


Gráfico N° 14. Por que que son importantes los aspectos del producto

Interpretación:

La importancia al momento de la adquisición de los productos generalmente es el beneficio que se establece en el medio ambiente ya que se evita la contaminación del mismo además de aprovechar los residuos en la elaboración de productos de innovación.

Análisis:

De acuerdo al cuadro 12, se establece los dueños de los diferentes hoteles de la ciudad de Baños consideran de vital importancia los aspectos del producto debido a que al momento de venderlos obtiene un beneficio de medio ambiente/y no existe basura (60%), otro grupo manifestaron que el producto es innovador (20%), además de crear conciencia sobre el ecosistema (10%) y le gusta el producto al extranjero (10%).

11. ¿Cuál es la capacidad que tiene actualmente su establecimiento? Plazas o huéspedes

Cuadro N° 13. Capacidad del establecimiento

N° personas que puede alojar	N° encuestados
12	10
20	9
22	8
25	11
30	11
35	9
40	39
50	9
53	7
57	9
60	27
62	9
70	7
81	12
128	6
Total	183

Fuente: Encuestas aplicadas a los Gerentes, Propietarios de Hoteles, Hosterías y Turistas del cantón Baños
Elaborado por: Tamara González

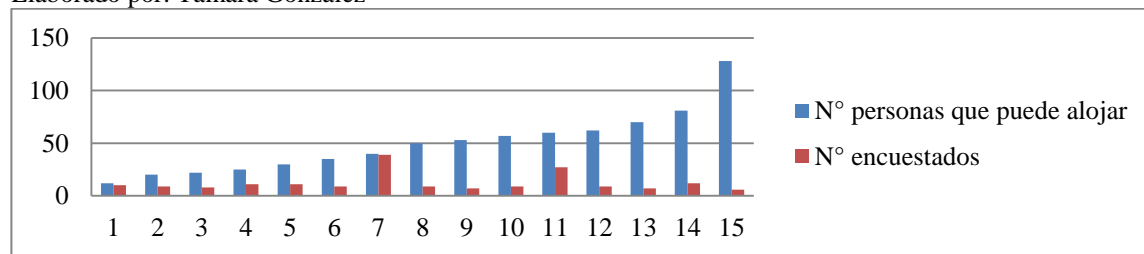


Gráfico N° 15. Capacidad del establecimiento

Interpretación

Los establecimientos que se encuentran en Baños deben tener habitaciones suficientes para los turistas que llegan de visita y de esta manera potenciar la economía.

Análisis:

Como se muestra en el cuadro 13, en base a las encuestas aplicadas, supieron manifestar que el máximo número de personas que pueden alojar en su negocio es de 40 (21%), mientras que el mínimo de personas es de 60 (15%).

12. ¿Cuántas habitaciones tiene su establecimiento?

Cuadro N° 14. Capacidad del establecimiento con número de habitaciones

N° habitaciones que tiene el establecimiento	N° encuestados
6	9
8	2
10	2
11	43
12	8
15	2
16	3
20	9
23	7
28	2
30	67
39	11
40	18
Total	183

Fuente: Encuestas aplicadas a los Gerentes, Propietarios de Hoteles, Hosterías y Turistas del cantón Baños
Elaborado por: Tamara González

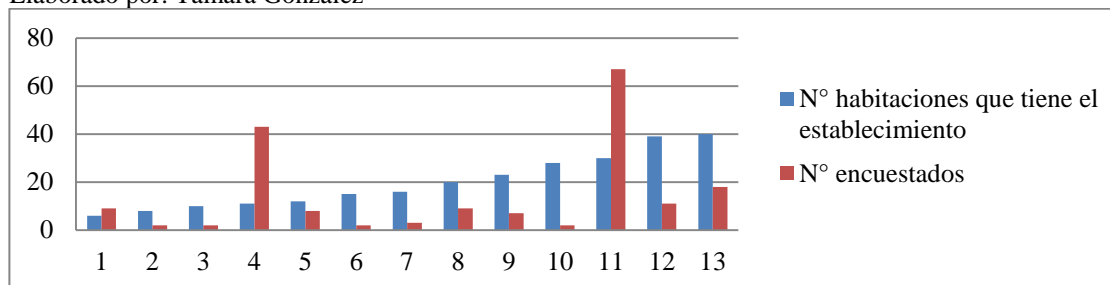


Gráfico N° 16. Capacidad del establecimiento con número de habitaciones

Interpretación:

Todos los establecimientos ubicados en Baños deben tener habitaciones suficientes y acorde al tamaño del local sin embargo deben ser adecuadas de manera que atraiga al turista.

Análisis:

En el cuadro 14, se verifica que el máximo de habitaciones existentes en el establecimiento es de 30 (37%), además de 11 (23%) habitaciones que tiene ciertos establecimientos, siendo el mayor número de habitaciones ofertadas.

3.2.2. Análisis de la demanda

Para la demanda se consideró una muestra, la misma que está conformada por turistas, y los propietarios de los hoteles y hosterías, es decir 183 encuestados en total, de las respuestas obtenidas se detalla que la predisposición para adquirir un producto elaborado con los desechos de la caña de azúcar es de 96%, ya que 176 encuestados, contestaron que estarían dispuestos a adquirir este producto, se les preguntó sobre la estantería elaborada de caña de azúcar, ya que es el producto con que se iniciará el negocio. De acuerdo a las respuestas obtenidas en la encuesta, se clasifica a los hoteles visitados por categoría, de acuerdo al número de habitaciones que tienen como capacidad de alojamiento, para lo cual se determina en pequeño, mediano y grande.

Pequeño desde 6 a 8 habitaciones

Mediano desde 10 a 23 habitaciones

Grande desde 28 a 40 habitaciones

Las unidades que podrían comprar son las siguientes:

Cuadro N° 15. Análisis de la demanda

Tipo de hotel/ hostería	Cantidad de producto dispuestos a adquirir	Número de establecimientos	Frecuencia de compra	Número de veces que adquiriría el producto	Precio	Unidades mensuales demandadas	Unidades anuales Demandadas
Pequeño	0	5	Ninguna				
Pequeño	6	6	Mensual	4	15	24	144
Mediano	9	31		2	18	36	558
	12	9		2	18	24	216
	12	17		2	15	24	408
	12	12		2	20	24	288
	6	5		3	25	18	90
Grande	6	69		3	40	18	1.242
	24	13		3	35	72	936
	24	11		3	30	72	792
	12	5		3	15	36	180
						330	4.854

Fuente: Encuestas realizadas a los Gerentes/propietarios de hoteles/ hosterías en el cantón Baños (2016)

Elaborado por: Tamara González

El precio de venta oscila entre 15 a 40 dólares, los establecimientos pequeños están dispuestos a pagar 15 dólares, los medianos entre 15 y 25 dólares, mientras que los grandes desde 15 hasta 40 dólares, por una unidad de producto elaborado con los residuos de la caña de azúcar.

Demanda potencial

Se considera que para el año 2015 hubo un incremento en las ventas del 5% de acuerdo a la información sustentada por los comerciantes de artesanías del cantón Baños, en donde las ventas históricas son como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 16. Demanda potencial

Periodo	Año (X)	Y	XY	X ²
2014	1	5.097	5.097	1
2015	2	5.352	10.704	4
Total	3	10.449	15.801	5

Fuente: Encuestas realizadas a los Gerentes/propietarios de hoteles/hosterías en el cantón Baños (2016)
Elaborado por: Tamara González

Proyección de la demanda

Cuadro N° 17. Proyección de la demanda

Año	Proyección	Unidades de demanda anuales
2016	3	5.603
2017	4	5.855
2018	5	6.107
2019	6	6.359
2020	7	6.611

Fuente: Encuestas realizadas a los Gerentes/propietarios de hoteles/hosterías en el cantón Baños (2016)
Elaborado por: Tamara González

Para el año 2017, el número de unidad que potencialmente se podrían vender es de 5.855 unidades.

3.3. Estudio de la oferta

Para la oferta se consideró aplicar un cuestionario de 19 preguntas, dirigidas a los propietarios de los locales donde se comercializa productos artesanales, realizados con productos orgánicos, que son destinados al turismo en su mayor parte.

De acuerdo a la información proporcionada por el GAD Municipal del cantón Baños, se obtiene que en esa ciudad existe un registro de 212 personas como comerciantes minoristas, en este registro se clasifica que se dedican a actividades de comercio en la ciudad de Baños, por lo que son 85 comerciantes los que se dedican a vender artesanías al por menor y 127 establecimientos que se dedican a la venta de jugo de caña de azúcar.

Se aplica de igual forma la siguiente fórmula para obtener la muestra:

n=muestra

N=universo 212

Z=nivel de confianza 1.96

p=probabilidad de aceptación 50%

q=probabilidad de rechazo 50%

$$n = \frac{z^2 PqN}{e^2(N - 1) + z^2 Pq}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 * 212}{(0.05)^2 (212 - 1) + (1.96)^2 (0.50)(0.50)}$$

n= 137 encuestas

Para conocer con qué porcentaje se va a distribuir esta cantidad de encuestas, se recurre a la información del Instituto Nacional de Estadística y Censos, en donde se determina que en la ciudad de Baños hay 664 establecimientos. (Instituto Nacional de Estadística y Censos,, 2010). Dentro de este segmento se encuentran los establecimientos de artesanías y venta de jugo de caña.

Cuadros N° 18. Estudio de la oferta

Comercio		Porcentaje
Comerciantes de artesanías	85	40.00%
Comerciantes de jugo de caña	127	60.00%
Total	212	100%

*Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos., 2010).

Elaborado por: Tamara González

Para el cálculo de la oferta, es de interés solo los establecimientos que venden artesanías.

Cuadro N° 19. Cálculo de la oferta

Total de encuestas		
(137x40%)	55	Comerciantes artesanías
(137x60%)	82	Comerciantes de jugo de caña
Universo	212	
Total de la muestra	137	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tamara González

3.3.1. Resultados de la aplicación de las encuestas a los comerciantes de artesanías

1. ¿Su negocio de artesanías hace cuánto tiempo funciona?

Cuadro N° 20. Funcionamiento de la actividad

Funcionamiento del negocio	Tiempo de funcionamiento										
	1	2	3	4	5	6	7	8	10	12	16
Años	7	5	3	6	3	6	6	3	8	3	3
Meses						2					
Total = 55	7	5	3	6	3	8	6	3	8	3	3

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

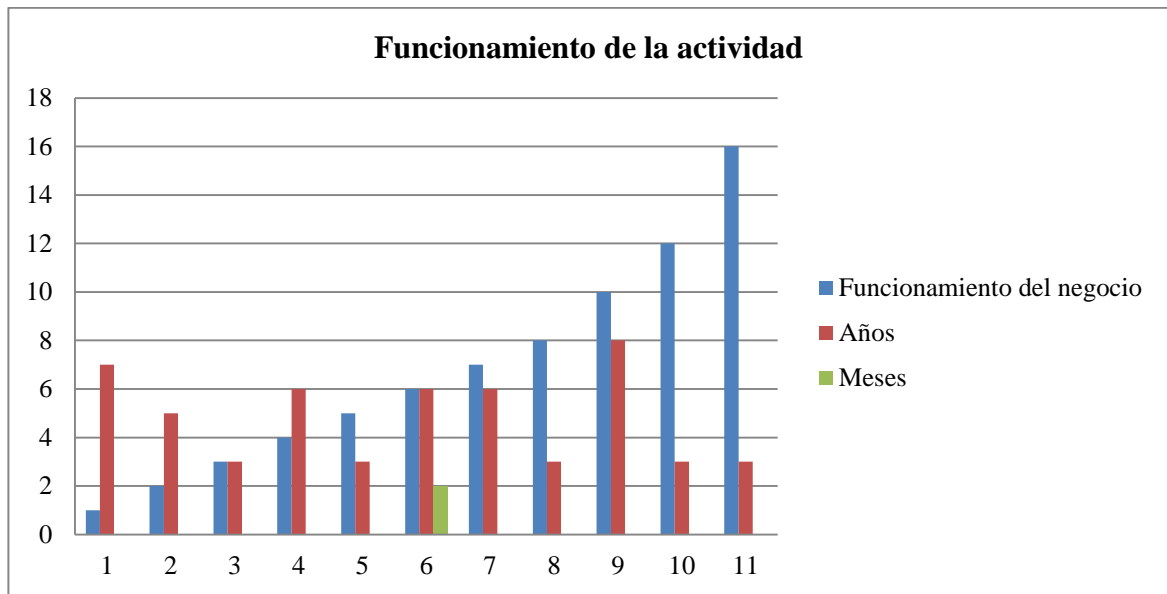


Gráfico N° 17. Funcionamiento de la actividad

Interpretación:

Los dueños de los diferentes establecimientos que se dedican a la labor de expendio de jugos de caña de azúcar, realizan esta actividad hace varios debido a la gran demanda del producto.

Análisis:

Tal como se muestra en el cuadro 20, con relación a la cantidad de tiempo que llevan en funcionamiento el negocio de artesanías, gran parte de las personas encuestadas es decir 15% de comerciantes dueños de los locales manifestaron que su negocio funciona hace 10 años, 6 años y 2 meses, seguido del 13% de comerciantes que designaron que atienden el establecimiento hace 1 año.

2. ¿Cuáles son los principales productos que comercializa en su negocio?

Cuadro N° 21. Principales productos vendidos en el negocio

Principales productos que vende						
Recuerdos/Llaveros	8					
Recuerdos/Adornos		8				
Artesanías			10			
Madera/Cerámica				9		
Madera/Figuras de balsa					14	
Artesanías/Manualidades						6
Total =55	8	8	10	9	14	6

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

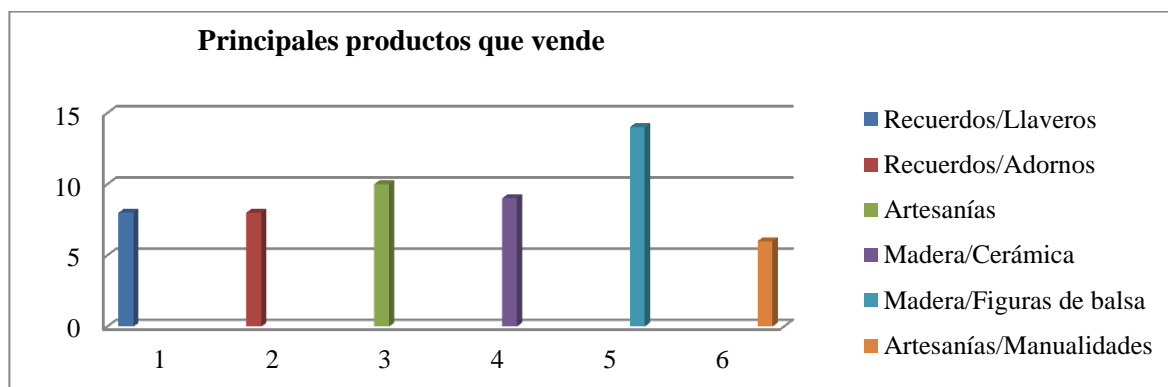


Gráfico N° 18. Principales productos vendidos en el negocio

Interpretación:

Al momento de la distribución de un producto debe existir variabilidad del mismo ya que atrae al cliente por ser un producto llamativo.

Análisis:

Como se muestra en el cuadro 21, en base a cuales son los principales productos que venden en su negocio, la mayoría de los comerciantes existentes en baños es decir 25%, manifestaron que venden gran parte de productos hechos a base de Madera/Figuras de balsa, seguido del 18% que establecieron que distribuyen mayormente los productos como artesanías.

3. ¿Estos artículos son realizados con material ecológico?. Mencione ¿cuál?

Cuadro N° 22. Descripción del material ecológico de los productos

Descripción del material ecológico de los productos	Llaveros	Recuerdos/adornos	Artesanías	Artesanías	Artesanías/figuradas
Tagua/balsa/madera	8				
Madera/tagua/coco		8			
Balsa/madera tallada			10		
Coral/madera				9	
Hoja de choclo/semillas/hojas					15
Balsa/Tagua/bambú				5	
Total = 55	8	8	10	14	15

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

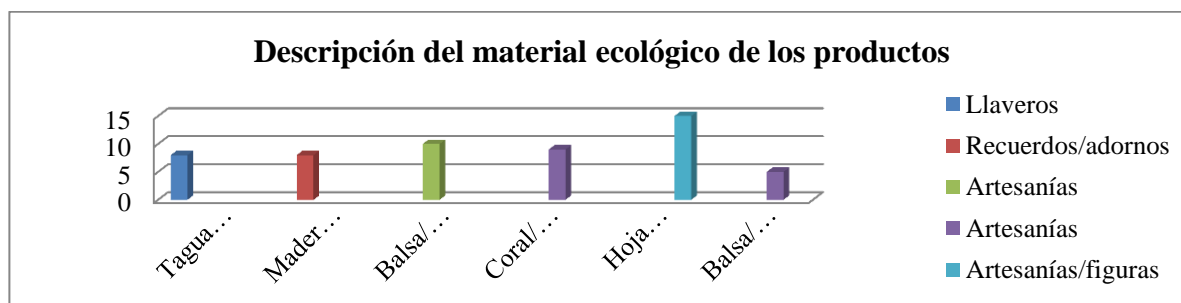


Gráfico N° 19. Descripción del material ecológico de los productos

Interpretación:

La mayoría de los productos que distribuyen los comerciantes de Baños son elaborados con material ecológico de esta manera aportan positivamente al medio ambiente transformando desechos en productos con un fin económico.

Análisis:

Tal como se muestra en el cuadro 22, gran parte de los comerciantes existentes en la ciudad de Baños, designaron que el material que utilizaron para realizar llaveros fue Tagua/balsa/madera (15%), mientras que para la realización de recuerdos/adornos utilizan madera/tagua/coco (15%), para artesanías usan balsa/madera tallada (18%) y coral/madera (25%).

4. ¿Cuál es el precio que paga por este producto? Mencione si es unidad o por docena

Cuadro N° 23. Precio que paga por el producto

Precio de Compra/USD	Producto	Unidad de medida	Material	N° encuestados
15	Recuerdos/ Llaveros	docena	Artesanía/balsa/madera	8
10	Adorno	unidad	Madera	8
20		docena	Artesanía	3
5		unidad	Coral/madera	3
60		unidad	Madera tallada	3
70		docena	Hojas de choclo	3
20		docena/pequeños	Madera/balsa	3
30		docena/pequeños	Madera/ balsa	8
40		docena	Hojas de choclo	3
50		unidad	Madera tallada	3
5		unidad	Coco/Tagua/hoja de choclo	4
8		unidad	Cáscara de coco	3
2		unidad	Balsa	3
Total				55

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

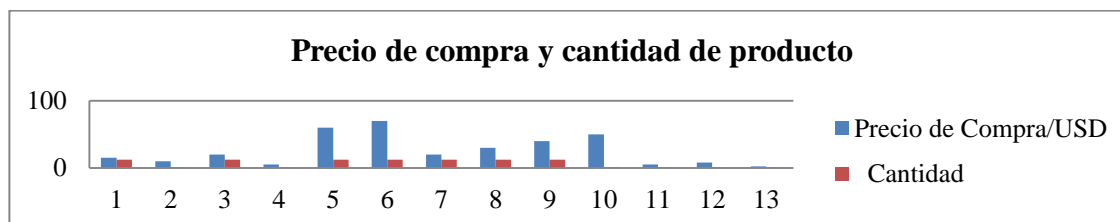


Gráfico N° 20. Precio que paga por el producto

Interpretación:

Actualmente los comerciantes distribuyen sus productos y generalmente les dan valor agregado debido a la transformación de la materia prima.

Análisis: Tal como se muestra en el cuadro 23, la gran mayoría de encuestados manifestaron que el precio más considerable que pagan por el producto adquirido es de \$10, \$15 y \$30 dólares según el 15% de comerciantes, donde adquieren por \$10 las unidades de madera, por \$15 la docena de artesanías hechas a base de balsa y madera y por \$30 la docena pequeña de madera y balsa.

5. ¿Con qué frecuencia adquiere este producto?

Cuadro N° 24. Frecuencia que adquiere el producto

Frecuencia de compra	Recuerdos/llaveros	Recuerdos/adornos	Artesanías	Madera tallada/cerámica	Madera/figuras de balsa	Artesanías/manualidades
Semanal						
Mensual	8			3	3	26
Trimestral		8	3	4		
Semestral						
Anual						
Total =55	8	8	3	7	3	26

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

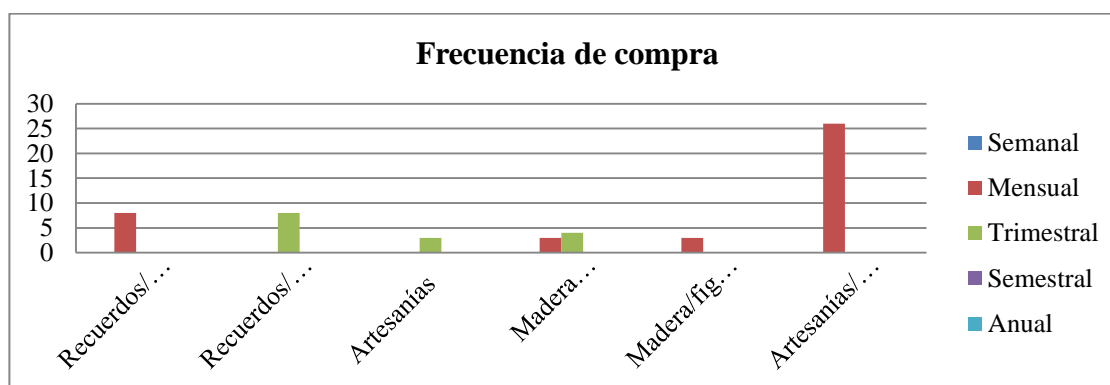


Gráfico N° 21. Frecuencia que adquiere el producto

Interpretación: La adquisición de los productos para distribuir a los turistas, los comerciantes lo hacen al momento de tener poca variabilidad del producto

Análisis:

Según lo verificado en el cuadro 24, y de acuerdo a las encuestas que se aplicaron a los comerciantes, manifestaron que la frecuencia con la que adquieren los productos como recuerdos/llaveros es de manera mensual (15%), mientras que para adquirir recuerdos/adornos (15%) y artesanías (5%) lo hacen de manera trimestral, para la adquisición de madera tallada/cerámica lo hacen mensual (13%) y trimestral, al igual que la adquisición de madera/figuras de balsa (5%) y artesanías/manualidades (47%) que lo hacen de manera mensual.

6. ¿De dónde adquiere el producto? Mencione el principal proveedor?

Cuadro N° 25. Lugar de adquisición de los productos, principal proveedor

Lugar de compra	Recuerdos/ Llaveros	Recuerdos/ Adornos	Artesanías	Madera tallada/Cerámica	Madera/Figuras de balsa	Artesanías / Manualidades
Puyo	3					
De varios lugares	3			5		
Costa/Puyo		3		5		
Oriente					10	
Quito						20
Cuenca						6
Total =55	6	3		10	10	26

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

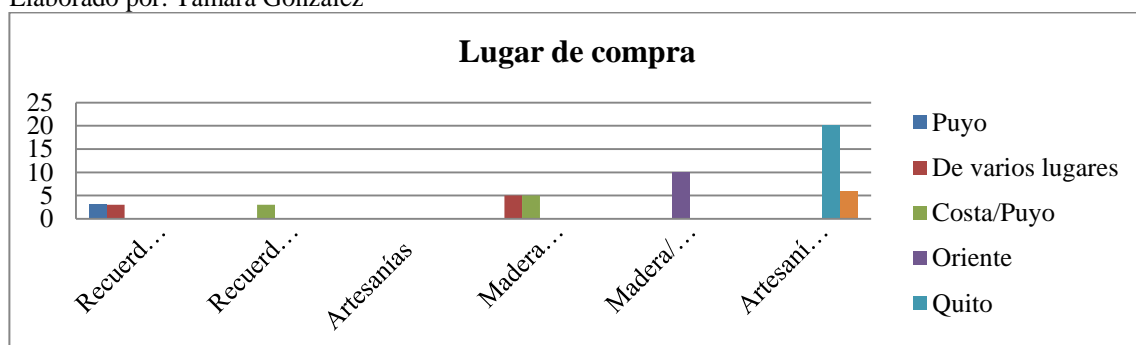


Gráfico N° 22. Lugar de adquisición de los productos, principal proveedor

Interpretación: Los comerciantes de Baños tienen sus proveedores, sin embargo cotizan precios para adquirir el producto más barato pero distribuirlo a un precio que le genere rentabilidad.

Análisis: Tal como se muestra en el cuadro 25, en base a las encuestas aplicadas a los comerciantes de la Ciudad de Baños, manifestaron que los recuerdos/llaveros lo adquieren en el Puyo y de varios lugares (11%), mientras que los recuerdos/adornos lo adquieren en Costa/Puyo (5%), la madera tallada/Cerámica la consiguen en varios lugares y en la Costa/Puyo (18%), la madera/Figuras de balsa la adquieren en el oriente (18%), a diferencia de las artesanías / manualidades que lo hacen desde Quito y Cuenca (26%).

7. ¿La frecuencia de sus ventas son: ?

Cuadro N° 26. Frecuencia de las ventas

Diario	0
Semanal	0
Mensual	52
Trimestral	3
Total =55	55

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

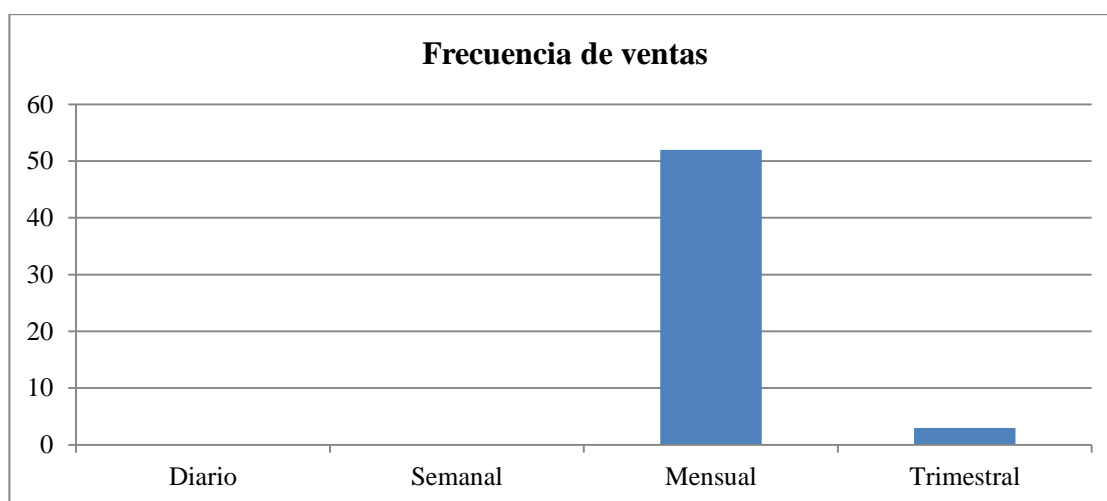


Gráfico N° 23. Frecuencia de las ventas

Interpretación:

La frecuencia de las ventas por parte de los comerciantes generalmente es mensual ya que existe gran afluencia de turistas que adquieren los productos.

Análisis:

Tal como se muestra en el cuadro 26, la gran mayoría de comerciantes a los que se les aplicó las encuestas supieron manifestar que la frecuencia con la que venden es de manera mensual (95%), a diferencia de una cantidad minoritaria de comerciantes que establecieron que sus ventas lo hacen de manera trimestral (5%).

8. Del total de las compras que realiza, ¿Qué porcentaje le queda antes de abastecerse nuevamente?

Cuadro N° 27. Porcentaje de Porcentaje del total de compras realizadas antes de abastecerse nuevamente

Porcentaje del total de compras realizadas antes de abastecerse nuevamente	
10%	5
20%	48
30%	2
Total	55

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

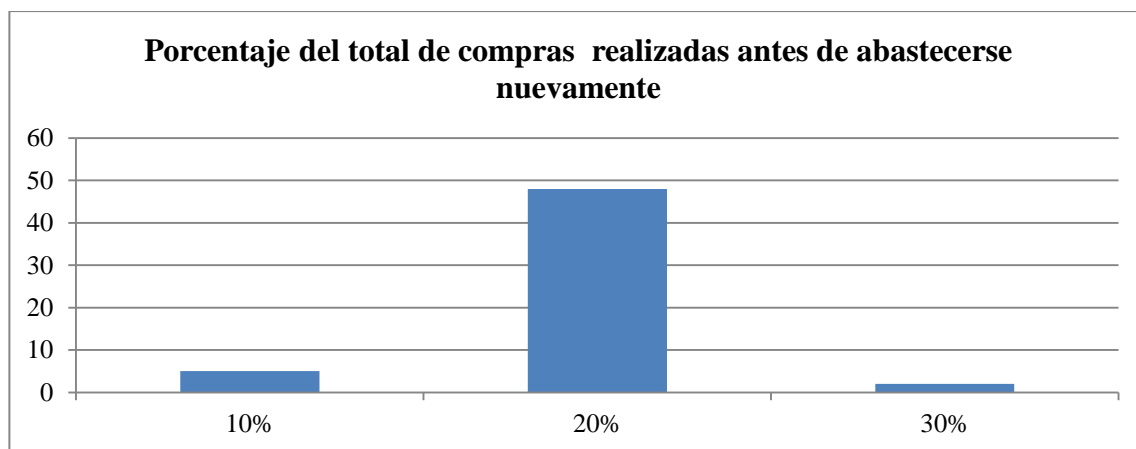


Gráfico N° 24. Porcentaje de Porcentaje del total de compras realizadas antes de abastecerse nuevamente.

Interpretación:

Los comerciantes que venden los productos los hacen de forma continua, ya que a los turistas les gusta adquirirlos, sin embargo ellos adquieren los que están acorde a sus gustos, por ende el comerciante no vende todos los productos quedándose con cierta cantidad.

Análisis:

Tal como se muestra en el cuadro 27 y en base a las encuestas aplicadas, se designa que al momento de realizar las compras o adquirir los nuevos productos el porcentaje de productos que les han quedado de la compra anterior es de 10%(manifestó el 9% de encuestados), 20% (indicó el 87% de encuestados), 30% (señaló el 4% de encuestados).

9. El margen de utilidad de su producto es:

Cuadro N° 28. Margen de utilidad del producto

Margen de utilidad del producto	Frecuencia
20%	10
30%	42
40%	3
Total	55

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías
Elaborado por: Tamara González

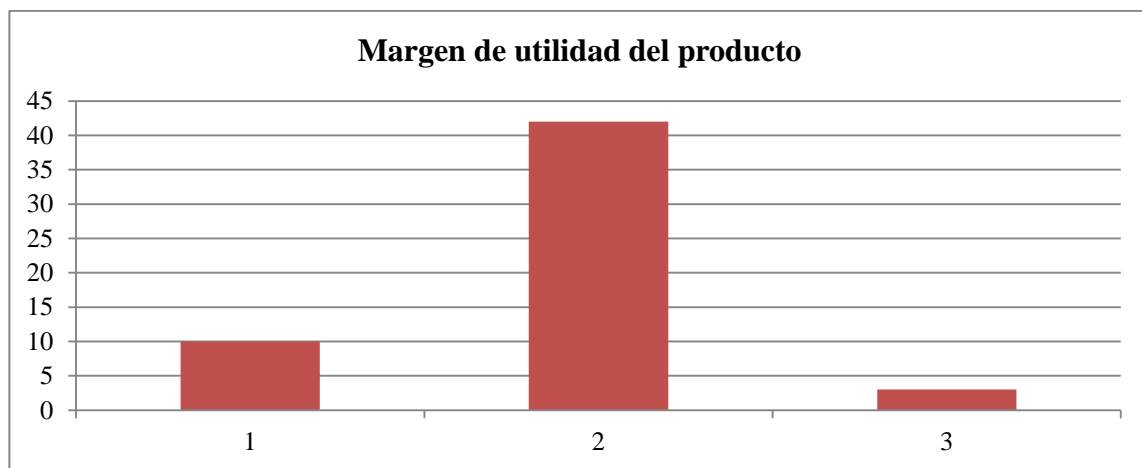


Gráfico N° 25. Margen de utilidad del producto

Interpretación

El margen de utilidad según lo observado es significativo, sin embargo se debe establecer nuevas formas de marketing para elevar las ventas y obtener mayor rentabilidad.

Análisis:

Tal como se observa en el cuadro 28, gran parte de los comerciantes encuestados, manifestaron que el margen de utilidad de los productos que ellos venden tanto a turistas como a locales es de 20% (18% de encuestados), 30% (76% de encuestados) y 40% (5% de encuestados).

**10. ¿En relación a los años anteriores, sus ventas han aumentado o disminuido?
Señale el porcentaje, encerrando en un círculo la cantidad**

Cuadro N° 29. Porcentaje de aumento y disminución de en relación a años anteriores

Porcentaje de aumento y disminución de las ventas	Aumentaron	Disminuyeron
5%		3
10%	52	
20%		
30%		
40%		
50%		
Total = 55	52	3

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

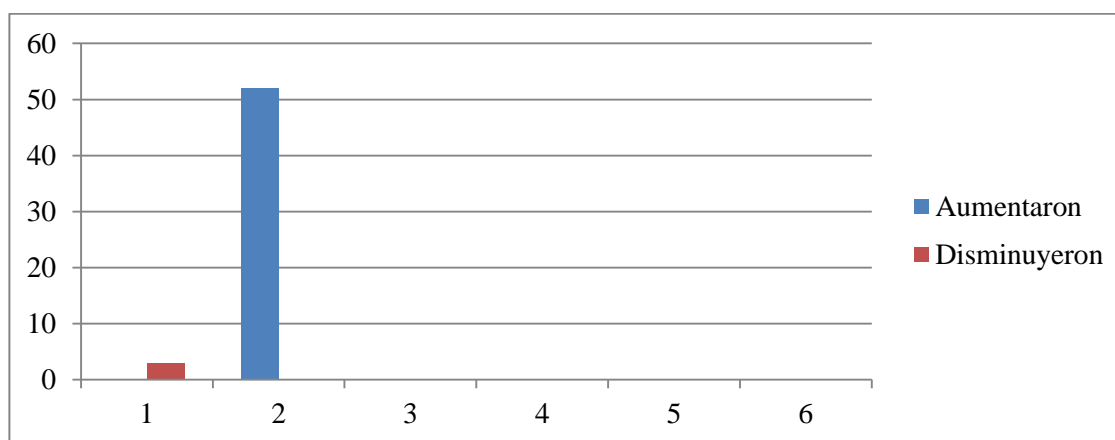


Gráfico N° 26. Porcentaje de aumento y disminución de en relación a años anteriores

Interpretación:

Las ventas en la actualidad son satisfactorias para los comerciantes, ya que de esta manera ayudan a su círculo familiar de manera económica.

Análisis:

En el cuadro 29, se verifica que gran parte de los comerciantes de la ciudad de Baños aumentaron sus ventas en relación con los años anteriores en un 10% (95% de encuestados), mientras que el resto de comerciantes (5% de encuestados), disminuyeron en un 5%.

11. ¿Usted conoce si en la ciudad de Baños existen productos elaborados con el residuo de la caña de azúcar?

Cuadro N° 30. Conocimiento de productos existentes elaborados con residuos de caña de azúcar

Conoce productos con residuos de caña de azúcar		
SI	3	
NO		52
Total=55	3	52

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

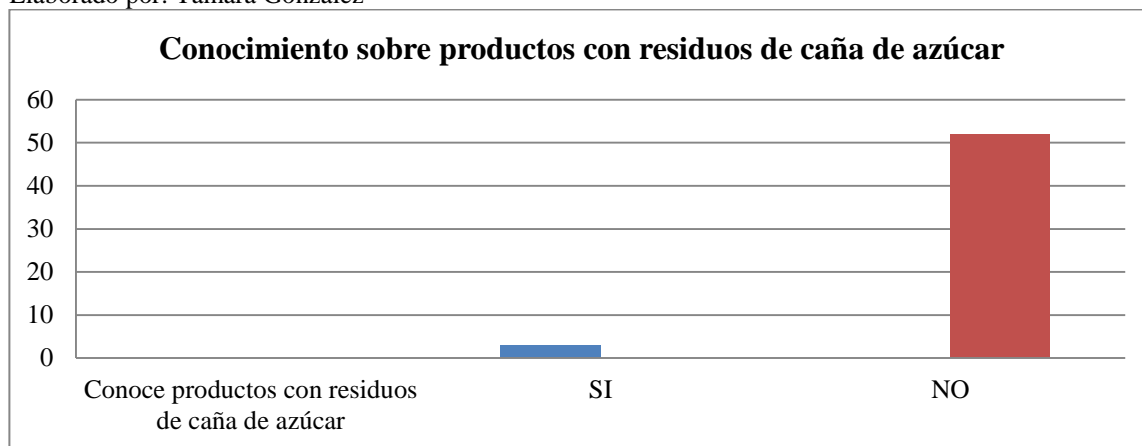


Gráfico N° 27. Conocimiento de productos existentes elaborados con residuos de caña de azúcar

Interpretación:

Generalmente no se tiene mucho conocimiento acerca de la existencia de productos elaborados con residuos de caña de azúcar disminuyendo la venta de los mismos.

Análisis:

Tal como se muestra en el cuadro 30, con relación a las encuestas aplicadas a los comerciantes, gran parte de ellos (95% de encuestados) manifestaron que no conocen si en la ciudad de Baños existen productos elaborados con residuos de caña de azúcar, mientras que el restante de encuestados (5% de encuestados) designaron que si tienen tal conocimientos acerca de productos elaborados a base de caña de azúcar.

12. ¿Cree que la elaboración de muebles, especialmente repisas, elaboradas con los desechos de la caña de azúcar tendrá aceptación para los turistas que visitan Baños?

Cuadro N° 31. Aceptación del producto realizado con residuos de caña de azúcar para los turistas

Aceptación para los turistas	Encuestados
Si	55
No	
Total	55

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

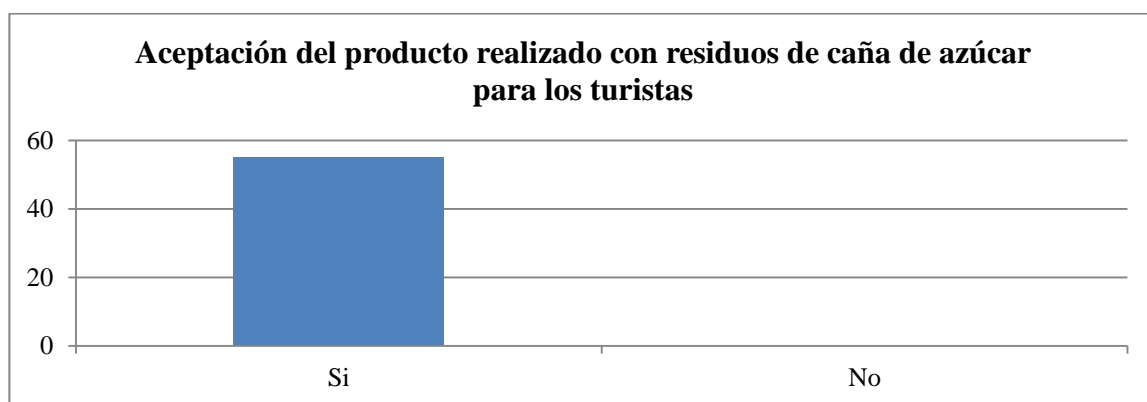


Gráfico N° 28. Aceptación del producto realizado con residuos de caña de azúcar para los turistas

Interpretación:

La aceptación de los productos por parte de los turistas que visitan Baños va a depender de la estrategia que utilicen los comerciantes, para llamar la atención acerca del producto.

Análisis:

En el cuadro 31, según las encuestas aplicadas a los comerciantes de la ciudad de Baños, todos supieron manifestar que creen que la elaboración de muebles especialmente repisas, elaboradas con los desechos de la caña de azúcar si tendrán aceptación por parte de los turistas que visitan la ciudad.

13. ¿Estaría dispuesto a adquirir este producto elaborado con los desechos de la caña de azúcar?

Cuadro N° 32. Disponibilidad de aceptación del producto

Disponibilidad de aceptar el producto de caña de azúcar	
Si	55
No	
Total	55

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

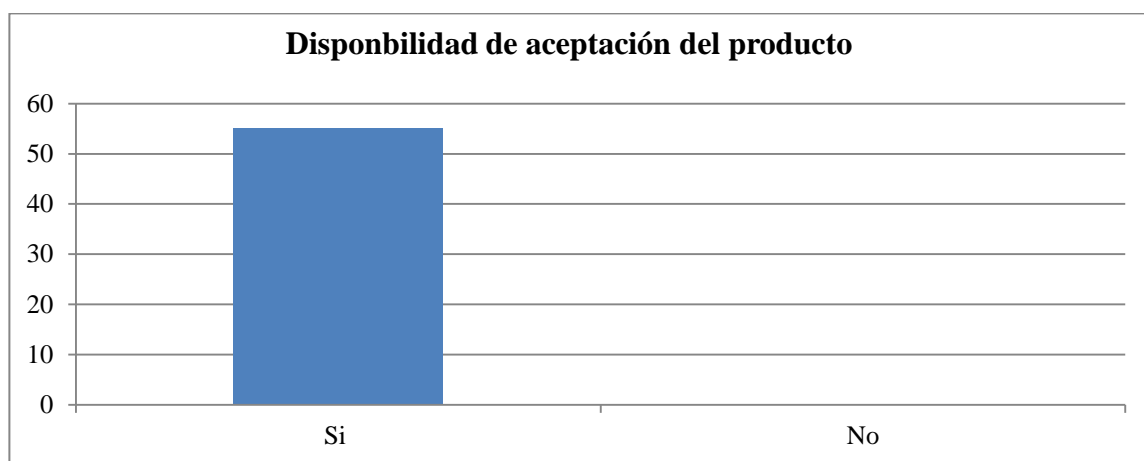


Gráfico N° 29. Disponibilidad de aceptación del producto

Interpretación:

Al ser elaborados los diversos productos con residuos de caña de azúcar se está evitando una contaminación del medio ambiente y por ende con la compra del mismo se aporta de manera positiva.

Análisis:

En el cuadro 32, en base a las encuestas que se les aplicó a los diferentes comerciantes de la ciudad de Baños, todos supieron manifestar que si están dispuestos a pagar por el producto adquirido, ya que está elaborado con desechos de caña de azúcar.

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una repisa de 40 cm x 25 de alto?

Cuadro N° 33. Precio de compra que estaría dispuesto a pagar

	Dólares				
Precio de compra que estaría dispuesto a pagar	\$10	\$12	\$15	\$20	\$25
Total	11	3	16	3	22

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

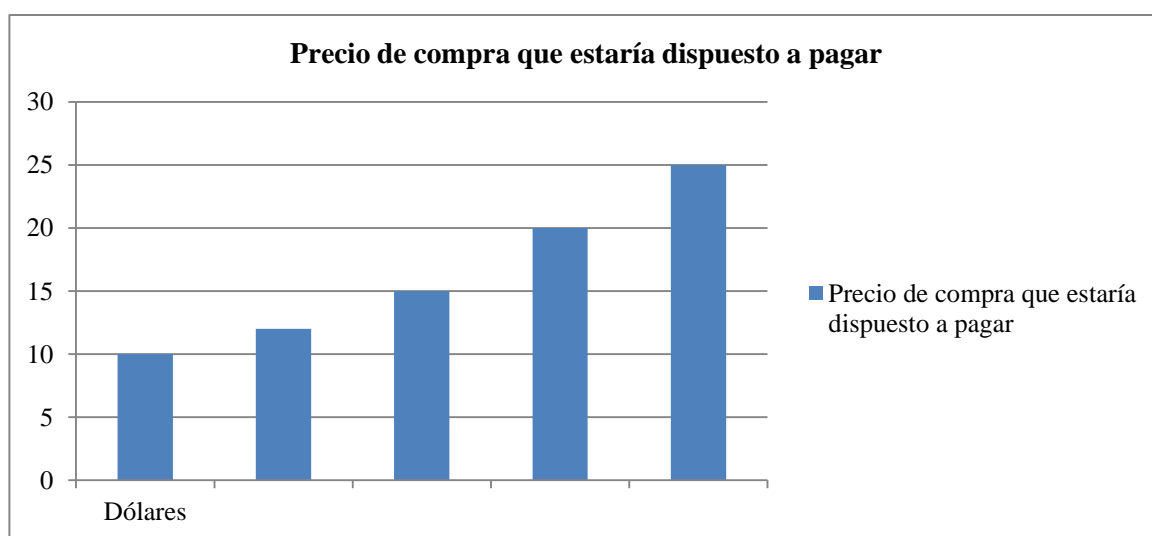


Gráfico N° 30. Precio de compra que estaría dispuesto a pagar

Interpretación:

No todos los comerciantes se encuentran de acuerdo con el precio, pero sin embargo las dimensiones de la repisa les hacen cambiar de opinión, además de ser un producto amigable con el ambiente.

Análisis:

Tal como se observa en el cuadro 33, con relación a las encuestas que se les aplicó a diferentes comerciantes de la ciudad de Baños, gran parte (40%) manifestaron que están dispuestos a pagar hasta \$25 dólares por una repisa de 40 cm x 25 de alto, mientras que la minoría (5%) de comerciantes establecieron un pago de \$12 y \$20 dólares.

15. ¿Si le gusta el producto, cuántas unidades cree que podría comercializar en su establecimiento?

Cuadro N° 34. Número de unidades que probablemente adquiriría

Número de unidades que podría adquirir	Unidades					
	1	2	3	4	6	12
Total	3	6	22	3	15	6

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

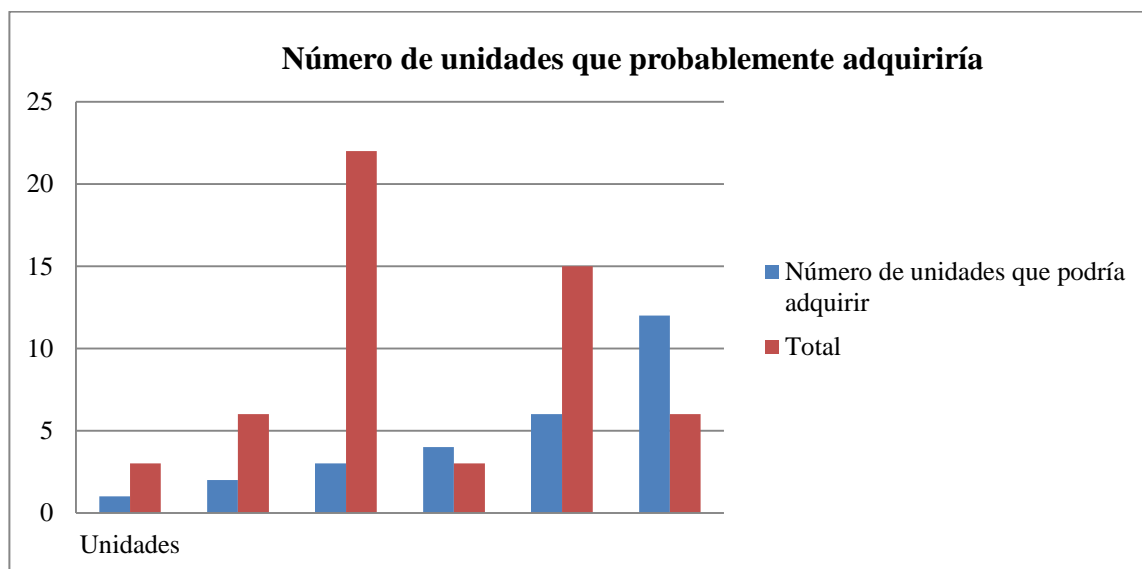


Gráfico N° 31. Número de unidades que probablemente adquiriría

Interpretación:

La gran mayoría de comerciantes primer verifican si el producto es comercial y por tal razón compran una mínima cantidad de unidades.

Análisis:

Tal como se observa en el cuadro 34, con relación a las encuestas que se aplicaron a los diferentes comerciantes de la ciudad de Baños, la gran mayoría manifestaron que al gustarle el producto comprarían solo 3 unidades para vender en el establecimiento según el 40% de encuestados, mientras que la minoría optan por comprar 4 unidades (5% de encuestados).

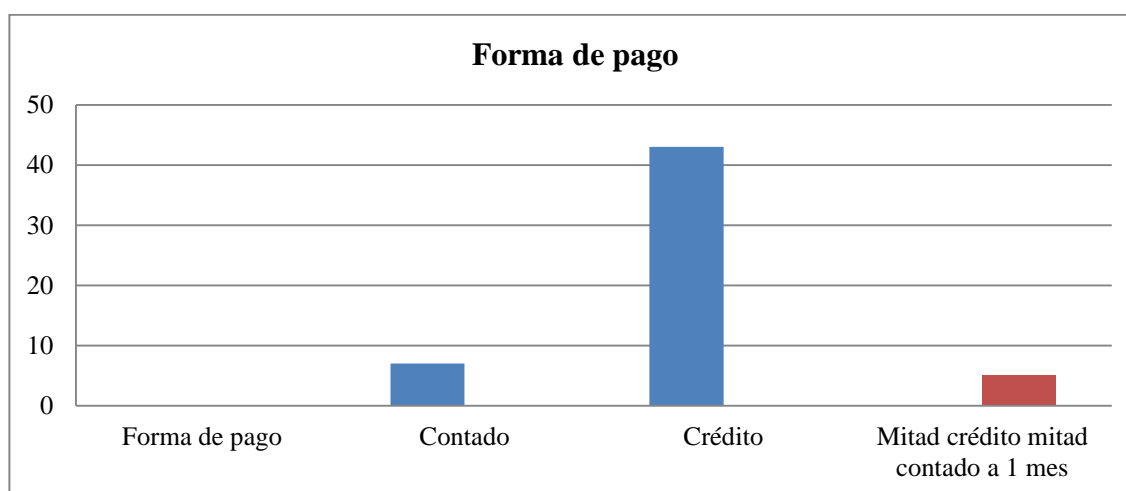
16. ¿Cómo le gustaría que fuera la forma de pago de la compra de repisas?

Cuadro N° 35. Forma de pago del producto

Forma de pago		
Contado	7	
Crédito	43	
Mitad crédito mitad contado a 1 mes		5
Total = 55	50	5

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González



Cuadro N° 32. Forma de pago del producto

Interpretación:

Los comerciantes están de acuerdo que el producto sea a crédito ya que existe mayor facilidad de pago en algún caso de no lograr distribuir el producto y venderlo a los turistas.

Análisis:

En el cuadro 35, se establece que la mayoría (91% de encuestados) de los comerciantes a los que se les aplicó las encuestas están de acuerdo que la forma de pago por la compra de los productos sea a crédito, mientras que el resto de comerciantes opinaron que están de acuerdo que sea al contado y mitad crédito mitad contado a 1 mes (9% de encuestados).

17. ¿Con que frecuencia compraría este tipo de producto:

Cuadro N° 36. Frecuencia de compra

Frecuencia de compra		
Mensual	13	
Trimestral		7
Total = 55	36	19

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

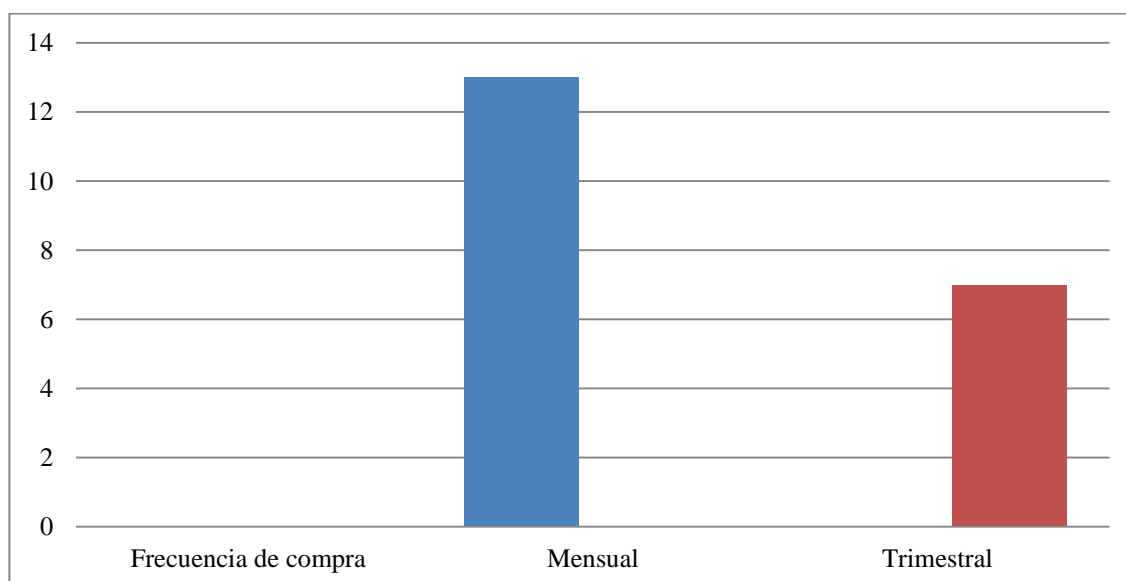


Gráfico N° 33. Frecuencia de compra

Interpretación:

Los comerciantes hacen la compra para renovar la mercadería siempre y cuando vayan vendiendo los productos.

Análisis:

Como se observa en el cuadro 36, y en base a las encuestas aplicadas a los diferentes comerciantes de la Ciudad de Baños, gran parte de ellos manifestaron que al momento de la compra lo harían de manera mensual (65% de encuestados), mientras que el resto de encuestados lo harían trimestral (35% de encuestados).

18. Que aspectos considera usted que es importantes tomar en cuenta del producto:

Cuadro N° 37. Características que los compradores observan en el producto que adquieren

Aspectos que los compradores toman en cuenta	
La calidad y el acabado	17
El precio y el acabado	25
El valor añadido para el medio ambiente	1
Observan lo ecológico del producto	12
Total	55

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

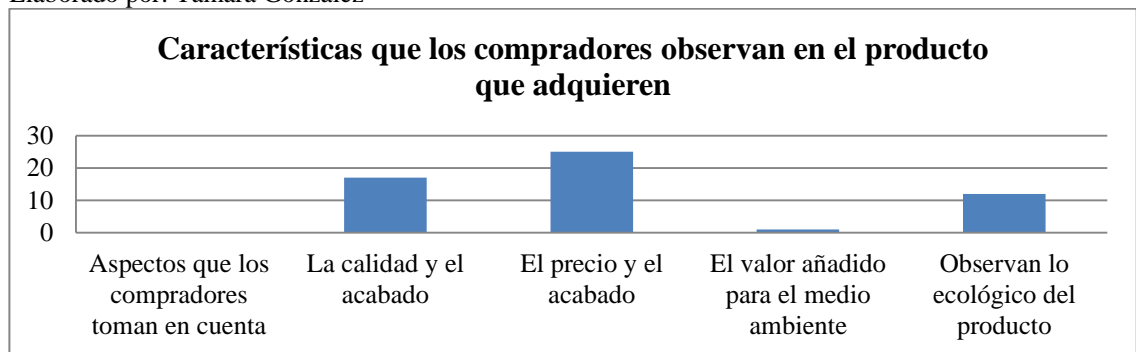


Gráfico N° 34. Características que los compradores observan en el producto que adquieren

Interpretación:

El cliente verifica diversas características al momento de comprar el producto, y por ende se debe tratar de unir las características que estén más acordes con el cliente e incentivar la compra del producto.

Análisis:

En el cuadro 37, se verifica que la mayoría de los comerciantes a los que se les aplicó las encuestas manifiestan que los compradores que van a su negocio verifican al momento de adquirir el producto es el precio y el acabado (45% de encuestados), además de percatarse de la calidad y el acabado (31% de encuestados), también observan lo ecológico del producto (22% de encuestados), y finalmente analizan el valor añadido para el medio ambiente (2% de encuestados).

19. ¿Cree que para sus clientes lo más importante del producto es:

Cuadro N° 38. Razones por las que el cliente acepta el producto

Razones	
Apariencia/bonito	9
Economía/Falta liquidez	24
Ayuda al medio ambiente/Atrae al turista	22
Total	55

Fuente: Encuestas aplicadas a los comerciantes de artesanías

Elaborado por: Tamara González

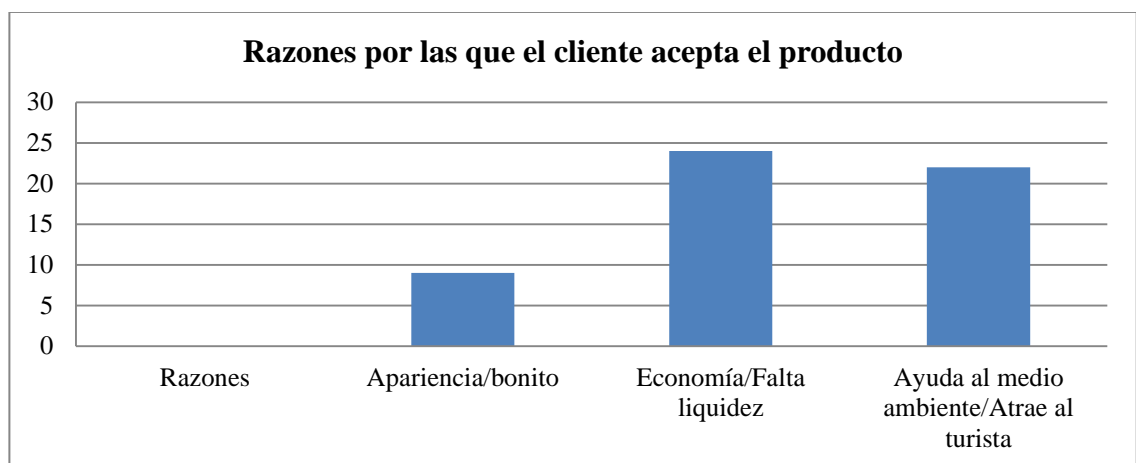


Gráfico N° 35. Razones por las que el cliente acepta el producto

Interpretación:

El cliente antes de realizar la adquisición de algún producto es exigente al momento de la compra, por tal razón se le debe ofrecer un producto de acuerdo a sus gustos.

Análisis:

Tal como se muestra en el cuadro 38, en base a las encuestas que se les aplicó a los diversos comerciantes de la ciudad de Baños gran parte de ellos (44% de encuestados) creen que para sus clientes lo más importante al momento de adquirir el producto es la economía/falta liquidez, además de ayudar al medio ambiente/atrae al turista (40% de encuestados), y finalmente otra de las características es la apariencia del producto (16% de encuestados).

3.3.2. Estudio de la Oferta

En el estudio de la oferta, se consideró los locales comerciales que se dedican a la venta de artesanías, son en total 39 establecimientos de este tipo de producto.

La siguiente es la composición de los 39 establecimientos: Son 6 establecimientos, los que venden productos similares al producto propuesto de caña de azúcar, realizados con madera tallada y otros productos que son fabricados con material orgánico como hoja de choclo, semillas, bambú, balsa y tagua.

Los otros 33 locales corresponden a artesanías que tienen productos de tamaño pequeño, realizados con material orgánico como hojas, semillas, coco, tagua y balsa.

Se procedió a efectuar dos grupos, el grupo A en donde se ubican los negocios que venden artesanías grandes y el grupo B de ventas de artesanías pequeñas.

Para realizar el análisis de la oferta se unió en el grupo A, a las artesanías grandes (6 negocios) y en el grupo B a las artesanías pequeñas (33 negocios).

El volumen de compra de la competencia se especifica en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 39. Análisis de la Oferta

Artesanía grupo	Número de locales	Frecuencia de compra	Veces que compra	Volumen de compra	Unidades de compra mensuales	Precio de compra USD	Precio unitario de compra USD	Compra por cada local USD	Total de compra mensual USD	Anual USD
A1	3	*Trimestra 1	1	6 unidades	2	60 c/u.	60	120	360	4.320
A2	3	Mensual	3	3 unidades	9	50 c/u.	50	450	1.350	16.200
B1	6	Mensual	2	1 docena	24	20 doc.	1,66	39,84	239,04	2.868,48
B2	3	Mensual	1	1 docena	12	70 doc.	5,83	69,96	209,88	2.518,56
B3	8	Mensual	2	1 docena	24	30 doc.	2,5	60	480	5.760
B4	3	Mensual	3	1 docena	36	40 doc.	3,33	119,88	359,64	4.315,68
B5	7	Mensual	2	5 unidades	10	5 c/u	5	50	350	4.200
B6	3	Mensual	1	6 unidades	6	8 c/u	8	48	144	1.728
B7	3	Mensual	2	12 unidades	24	2 c/u	2	48	144	1.728
Total	39								3.636,56	43.638,72

*Los establecimientos cuya frecuencia de compra es trimestral, se realiza el cálculo por 2 unidades de forma mensual, para que las frecuencias sean similares.

Fuente: Encuestas realizadas a los propietarios de venta de artesanías en el cantón Baños (2016)
Elaborado por: Tamara González

a) Ofertantes y volumen de venta en unidades mensuales

Para calcular el volumen de venta en unidades mensuales, se determina a través del porcentaje que les queda del producto de forma frecuente, es decir el 80% de los productos se vende.

Cuadro N° 40. Ofertantes y volumen de venta en unidades mensuales

Artesanía Grupo	Número de establecimientos	Volumen en unidades mensuales	Precio unitario	Venta mensual por establecimiento USD	Total de ventas mensual USD	Anual USD
A1	3	2	78	156	468	5.616
A2	3	7	65	455	1.365	16.380
B1	6	19	2,17	41,23	247,38	2.968,56
B2	3	10	7,50	75	225	2.700
B3	8	19	3,25	61,75	494	5.928
B4	3	29	4,33	125,57	376,71	4.520,52
B5	7	8	6,50	52	364	4.368
B6	3	5	10	50	150	1.800
B7	3	19	2,6	49,4	148,2	1.778,40
Total	39	118			3.838,29	46.059,48

Fuente: Encuestas realizadas a los propietarios de venta de artesanías en el cantón Baños (2016)

Elaborado por: Tamara González

Con respecto a los establecimientos de categoría A, se determina que los precios por unidad de producto oscilan entre 65 y 78 dólares, mientras que en los establecimientos de categoría B, los precios varían desde 2,17 hasta 10 dólares.

El precio de estas artesanías varían por su tamaño y de acuerdo al material con que están realizadas, así las elaboradas con madera y cerámica tienen los precios más altos (78

dólares) mientras que las elaboradas de menor tamaño y realizadas con material orgánico como la hoja de choclo cuestan 2,17 dólares.

b) Proyección de la Oferta

La siguiente información es dada por los comerciantes de la cantidad de ventas de los años anteriores, como se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 41. Oferta histórica

Periodo	Año (X)	Y	XY	X ²
2014	1	2215	2215	1
2015	2	1704	3408	4
Total	3	3919	5623	5

Fuente: Encuestas realizadas a los propietarios de venta de artesanías en el cantón Baños (2016)

Elaborado por: Tamara González

Cuadro N° 42. Proyección de la oferta

Periodo	Año de proyección	Unidades potenciales proyectadas para los cinco años siguientes
2016	3	1850
2017	4	1777
2018	5	1704
2019	6	1631
2020	7	1558

Fuente: Encuestas realizadas a los propietarios de venta de artesanías en el cantón Baños (2016)

Elaborado por: Tamara González

Para el año 2017 se obtiene que las unidades potenciales de venta en los productos orgánicos y artesanías son en total 1777 unidades.

3.4. Mercado potencial para el proyecto

El mercado potencial para el proyecto se determina con la oferta y la demanda potencial, que se calculó para los próximos 5 años del proyecto. En la columna de año de proyección se consideró a partir del tercer año, porque el año 1 y 2 corresponde a las ventas de los años anteriores, información dada por los comerciantes, las unidades potenciales corresponden al resultado de la aplicación de la fórmula de los mínimos cuadrados para obtener la oferta. (Anexo N°5).

Cuadro N°. 43. Mercado potencial para el proyecto

Oferta			Demanda			Demanda insatisfecha	Cantidad a utilizarse en el proyecto	Porcentaje para producir en el proyecto
Periodo	Año de proyección	Unidades potenciales proyectadas para los cinco años siguientes	Periodo	Año de proyección	Unidades de demanda anuales			
2016	1	1850	2016	1	5.603	-3.753	1.877	50%
2017	2	1777	2017	2	5.855	-4.078	2.039	50%
2018	3	1704	2018	3	6.107	-4.403	2.202	50%
2019	4	1631	2019	4	6.359	-4.728	2.364	50%
2020	5	1558	2020	5	6.611	-5.053	2.527	50%

Fuente: Investigación de campo en el cantón Baños (2016)
Elaborado por: Tamara González

En el cuadro N° 23, se aprecia la oferta calculada y la demanda también calculada de acuerdo a la fórmula de los mínimos cuadrados, una vez realizado este cálculo se procedió a restar la oferta menos la demanda dando como resultado la demanda insatisfecha.

De esta cantidad se procedió a utilizar el 50% para la producción, es decir la capacidad que se va a utilizar para este proyecto es de la mitad de toda la capacidad instalada, para el año inicial 2016 es de 1.877 unidades pudiendo aumentarse como valor máximo en 3.753 unidades, para el año 2017 es de 2.039 unidades y la máxima producción es de 4.078 unidades, para el año 2018 es de 2.202 y como máximo de demanda es de 4.403 unidades; para el año 2019 es 2.364 unidades y como máximo 4.728 unidades de demanda, finalmente para el año 2020 corresponde 2.527 unidades y como máximo es 5.053 unidades de demanda.

3.5. Precios

El precio de una repisa de 40 cm x 25 de alto, se establece de acuerdo a la información obtenida en el mercado, con las encuestas aplicadas, tanto a los propietarios de los hoteles y hosterías y de parte de los comerciantes de artesanías. En la columna de tipo de hotel/hostería se clasifican los establecimientos por tamaño, es decir hay hoteles/hosterías pequeñas, medianas y grandes, en la segunda columna se especifican cuantos establecimientos pequeños, medianos y grandes existen y finalmente la columna del precio indica las respuestas que se obtienen de cada establecimiento, se les preguntó cuál es el precio que estarían dispuestos a pagar por este producto, y respondieron de la siguiente manera:

De los establecimientos pequeños se obtuvo opiniones de los encuestados que pagarían máximo hasta 15 dólares, porque de 5 establecimientos pequeños respondieron que no pagarían ningún precio ya que no les interesa adquirir el producto, de 6 establecimientos pequeños respondieron que pagarían hasta 15 dólares por el producto.

Mientras que las personas propietarias, gerentes, turistas que se encontraban en el momento de la encuesta en los establecimientos medianos respondieron de forma variada, así: de 31 establecimientos medianos respondieron que pagarían hasta 15 dólares, de 9 establecimientos medianos respondieron que pagarían hasta 18 dólares, de los siguientes 17 establecimientos se obtuvo que las personas estarían dispuestos a pagar hasta 15 dólares, seguidamente de los 12 establecimientos, los encuestados manifestaron que pagarían hasta 20 dólares, finalmente en los siguientes 5 establecimientos medianos, las personas respondieron que pagarían hasta 25 dólares por la repisa.

Seguidamente de los establecimientos grandes, las personas respondieron que pagarían hasta 40 dólares por la repisa, en los 13 establecimientos se encontró que los encuestados respondieron que pagarían hasta 35 dólares por el producto, en los siguientes 11 establecimientos grandes, las personas respondieron que podrían pagar hasta 30 dólares por este producto y finalmente en los 5 establecimientos se encontró que las personas encuestadas respondieron que podrían pagar hasta 15 dólares por cada repisa elaborada.

Los precios mencionados son distintos porque en cada establecimiento se encontraron gerentes, propietarios y turistas que pensaron diferente en relación al precio del producto de acuerdo a su percepción sobre el precio.

Cuadro N° 44. Precios del producto

Tipo de hotel/hostería	Número de establecimientos	Precio
Pequeño	5	0
Pequeño	6	15
Mediano	31	15
Mediano	9	18
Mediano	17	15
Mediano	12	20
Mediano	5	25
Grande	69	40
Grande	13	35
Grande	11	30
Grande	5	15

Para tener el precio del producto, se toma en cuenta el criterio de los precios del mercado, tanto de los comerciantes de la competencia que venden la unidad de artesanías grandes en 78 dólares, como el criterio de los gerentes, propietarios y turistas, quienes exponen que estarían dispuestos a pagar de 15 a 40 dólares por el producto.

Se considera que el precio adecuado para la estantería de 40 cm x 25 de alto es de 30 dólares, por ser un precio competitivo.

3.6. Canales de comercialización

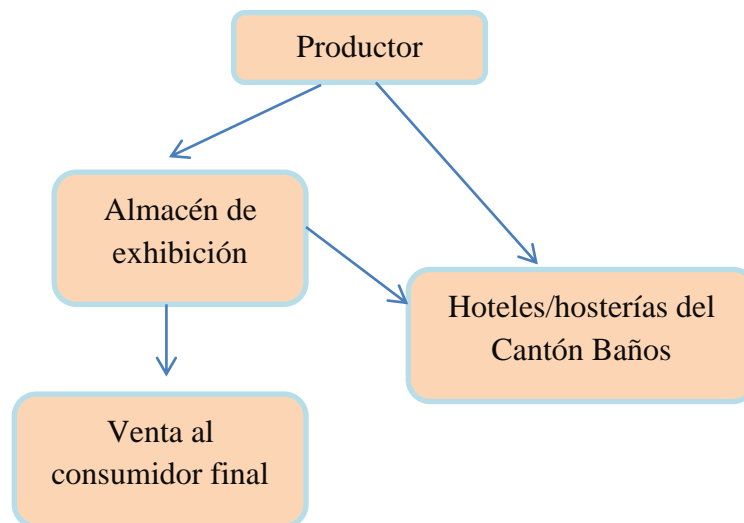


Gráfico N° 36. Sistemas de comercialización para las repisas de caña de azúcar

Elaborado por: Tamara González

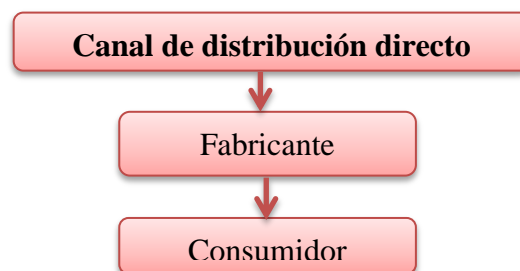
El canal de comercialización generalmente se caracteriza por un número relativamente alto de etapas, las cuales se reflejan a continuación:

El canal de comercialización será dinámico y se lo realizará en base a la demanda existente en el cantón Baños.

- La materia prima es transportada hasta los predios del local, el cual está implementado con todos los materiales que se utilizan para la transformación de la misma.
- Se establece un proceso para llegar al producto final, en donde la materia prima una vez llegada se la pasa a secar al sol durante un lapso de tres días o a su vez cuando se encuentre con un grado de humedad inferior.
- Luego del secado se pasa al área de prensado con el fin de que el material obtenido se compacte.
- Después de pasar por el proceso de prensado se pasa al cortado. Al material obtenido se le da forma con la ayuda de la cortadora.
- Se trasladada al área de pegado de las partes y posteriormente brindarle el acabado final.
- El fabricante al tener listo el producto recurre directamente con los dueños de los hoteles /hosterías en donde se le oferta el producto y se les invita a visitar el local en donde se desarrolla la producción, además de aplicar tácticas de negociación y propaganda del producto.

3.7. Canales de distribución

Según lo establecido por (Molinillo, 2012), manifiesta que “un canal de distribución se produce cuando no hay intermediarios y la venta se realiza desde el fabricante al consumidor final, el mayor inconveniente es la gran inversión a realizar para distribuir el producto, perdiendo flexibilidad a la hora de adaptarse al mercado”



Fuente: (Molinillo, 2012).

Gráfico N° 37. Canales de distribución

Aplicado en el desarrollo del proyecto se establece el canal de distribución del producto (repisas de caña) como a continuación se detalla:

Canal de distribución para las repisas de caña de azúcar

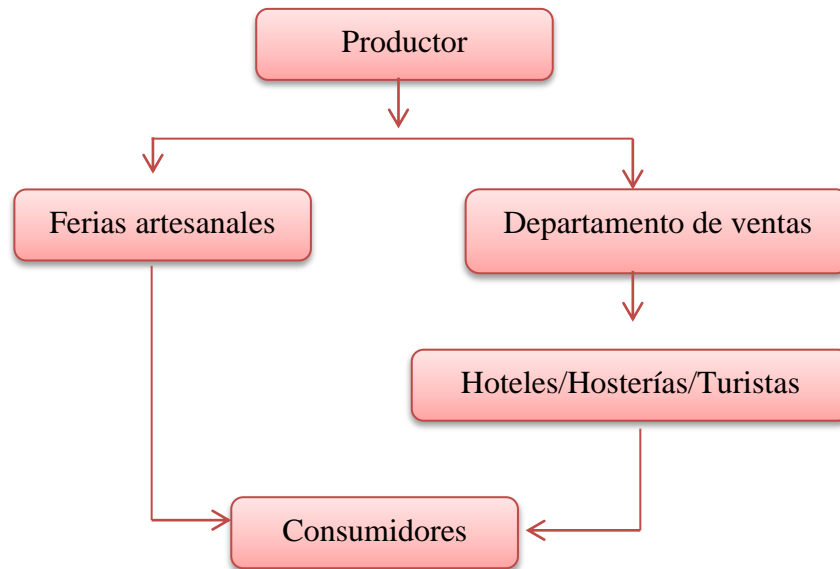


Gráfico N° 38. Canal de distribución para las repisas de caña de azúcar

Elaborado por: Tamara González

Productor: Constituye la empresa fabricante de las repisas de 40 cm x 25 , utilizando como materia prima los desechos de caña de azúcar.

Departamento de ventas: Se ubica en la estructura de la empresa dentro del organigrama estructural y la función de sus miembros es la de dedicarse a vender los productos.

Hoteles/Hosterías: Son los establecimientos a los cuales se les va a vender los productos, se ubican en el cantón Baños.

Ferias artesanales: Son los sitios a los cuales se acudirá para vender los productos a las personas asistentes.

Consumidores: Son las personas que comprarán el producto.

En el gráfico N° 38 se observa que hay dos formas de distribuir el producto, la primera es con el departamento de ventas, allí se llega a los hoteles, hosterías y turistas, los

mismos que son los consumidores y la segunda forma son las ferias artesanales, en donde se encontrarán también consumidores para vender el producto.

3.8. Estrategias de comercialización

Para identificar las estrategias de comercialización se procede a realizar el cuadro N° 45 de la matriz FODA.

Cuadro N° 45. Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Producto ecológico • Distribución directa • Punto de venta ubicado estratégicamente • Costos de producción bajos 	<ul style="list-style-type: none"> • Producto nuevo en el mercado • Poca preparación de los empleados de producción • Costo de publicidad elevada
OPORTUNIDADES	AMENZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Venta del producto hacia otros mercados • Implementación de tecnología • Entrega del producto al por mayor • Expansión de líneas de productos • Conseguir nuevos segmentos de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de la producción de la caña de azúcar • Situación económica de la población • Disminución del turismo • Disminución del poder adquisitivo de la población

Cuadro N° 46. Matriz Fortalezas – Oportunidades (FO)

Matriz Fortalezas-Oportunidades		Impacto		
		Alto	Medio X	Bajo
F105	Disponer del producto ecológico de forma suficiente con el objeto de conseguir nuevos segmentos de mercado			
F203	Desarrollar estándares de distribución directas para entregar el producto elaborado al por mayor	X		
F301	Incorporar un punto de venta estratégico, para vender el producto a otros mercados		X	
F404	Obtener costos de producción bajos para fabricar mayor cantidad de productos y por ende expandir la línea de producto	X		
F102	Implementar nuevas tecnologías para desarrollar mayor cantidad de productos ecológicos	X		

Cuadro N° 47. Matriz Fortalezas-Amenazas (FA)

Matriz Fortalezas-Amenazas		Impacto		
		Alto X	Medio	Bajo
F1A1	Utilizar materias primas ecológicas para aprovechar los desechos.			
F2A4	Distribuir directamente el producto con la implementación de nuevas estrategias de venta, para contrarrestar la disminución del poder adquisitivo de la población	X		
F3A3	Establecer un punto de venta estratégico con este producto innovador, y aprovechar el turismo		X	
F4A2	Producir el producto a bajo costo y ofrecer al mercado un precio adecuado	X		

Cuadro N° 48. Matriz Debilidades – Oportunidades (DO)

Matriz Debilidades – Oportunidades		Impacto		
		Alto	Medio	Bajo
D104	Introducir el producto al mercado y analizar canales de distribución		X	
D202	Incorporar nuevas tecnologías con y prepara a los empleados que laboran en la empresa	X		
D301	Adoptar nuevas estrategias de publicidad en sitios estratégicos para lograr incorporar el producto en nuevos mercados	X		
D103	Segmentar el producto para realizar entregas en nuevos mercados al por mayor		X	

Cuadro N° 49. Matriz Debilidades – Amenazas (DA)

Matriz Debilidades – Amenazas		Impacto		
D2A1	Capacitar a la mano de obra existente para ofrecer productos de calidad		X	
D313	Realizar publicidad para atraer a clientes	X		

3.8.1. Matriz de estrategias de Comercialización

Para el desarrollo de la matriz se procedió a unir FO, FA, DO, DA, y a analizarlas sirviendo como compilación en donde se puede aprovechar y disminuir los factores internos y externos de la empresa:

Cuadro N° 50. Matriz de estrategias de Comercialización

	Estrategias
F1O2	Adquirir nuevas tecnologías , para lograr una mejor variedad y cantidad de productos ecológicos
F2A4	Aplicar técnicas de distribución de mercado, considerando el área geográfica del cantón a través de zonas
D3O1	Impulsar una campaña de publicidad para los productos ecológicos en el cantón Baños
D2A1	Preparar a todos los empleados de la empresa por medio de capacitaciones acerca de los manejos generales

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

“Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto” (Meza, 2013).

Objetivo general del estudio técnico

- Determinar la factibilidad técnica del proyecto

Objetivos específicos

- Identificar la localización del proyecto
- Realizar la distribución de la planta con el fin de tener una colocación adecuada de equipos y maquinaria.
- Describir el balance de materiales: maquinarias y equipos.

4.1. Tamaño del emprendimiento

4.1.1. Factores determinantes del tamaño

“El tamaño se define por la concurrencia de 2 factores, el balance oferta/demanda y su pronóstico y por la tecnología y costos de producción o de uso” (Galván, 2016), en el caso del proyecto de emprendimiento de Arte Caña, se considera del pronóstico de la demanda, siendo el aporte del proyecto del 50% para el año 2017, con lo cual se cubrirá con 2039 unidades de producto anual, es decir 170 unidades mensuales.

4.1.2. Tamaño óptimo

Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la

maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo. (Meza, 2013).

El tamaño óptimo del proyecto Arte Caña, se determina en base a la demanda insatisfecha, es decir de esta cantidad se toma en cuenta el 50% de la producción, considerando estas unidades, se calcula más adelante la cantidad de materia prima que se utiliza y el personal que intervendrá en la producción del producto.

Materia prima

Con respecto a la materia prima, se encuentra que en el cantón Baños existen 82 comerciantes de venta de jugo de caña, a los cuales se les comprará el desecho, cada semana se obtienen alrededor de 195 libras de residuos, por cada comerciante, al mes se recolecta aproximadamente 4.20 toneladas de residuo de caña de azúcar, por lo que hay la suficiente materia prima para la elaboración del producto.

Mano de obra

Con respecto a la mano de obra, para el proceso de producción es necesaria la capacitación del personal de modo que se obtenga un producto de buena calidad, especialmente en los acabados finales de las repisas. Se designan empleados con conocimientos acordes al área de trabajo, en donde desarrollen las actividades pertinentes para las diferentes áreas. Además deben tener un nivel de estudio y desempeño relacionado con las actividades acorde al puesto.

Recursos financieros

Para el año 2017, se espera obtener de este proyecto ingresos de \$ 46.925 a un precio de mercado de \$ 25 por unidad de repisa, determinando que los costos no están aún descontados, este cálculo se realiza en el estudio económico del proyecto.

4.2. Localización

4.2.1. Macro-localización

“Se refiere a la ubicación geográfica del proyecto y depende del área de influencia”. (Meza, 2013). El proyecto de emprendimiento se ubica en la provincia de Tungurahua y se considera las características del cantón Baños de Agua Santa, detalladas en la Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2014-2019).

Distribución poblacional

La población del cantón Baños se localiza principalmente a lo largo de la vía E-35, es una distribución lineal en la que se diferencian dos áreas, una zona consolidada y otra dispersa. Más del 70% de la población se asienta en la cabecera parroquial Baños. Esta distribución también está avocada a las condiciones del relieve y por estar en medio de dos áreas de protección como son el Parque Nacional Llanganates y Sangay y el río Pastaza. (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Baños de Agua Santa, 2014)

Sistema económico productivo

El desarrollo económico productivo del cantón se ha diversificado en la medida en que ha crecido la población. De esta manera, la dependencia a sectores secundarios y terciarios es cada vez mayor, por lo que otras actividades del sector primario como las agro-productivas se han mermado cada vez más hacia actividades marginales casi de subsistencia, que sin embargo, se mantienen vigentes sobre todo en parroquias como Lligua donde el potencial agropecuario es alto y continúa en aumento. A pesar de este panorama, la realidad económica y productiva del cantón Baños, permanece estable y en crecimiento en referencia a su provincia en la que se destaca por ser el cantón más cercano a la Amazonía y por tener una realidad distinta en cuanto a su desarrollo económico. (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Baños de Agua Santa, 2014)

La Población Económicamente Activa (PEA), de acuerdo a información del Censo de Población y Vivienda del año 2010, comprende 9.830 personas, mientras que la población Económicamente Inactiva representa un poco más del 40% alcanzando las 6.668 personas. En todas las parroquias del cantón Baños, la PEA supera el 60% de la población mayor a 10 años de edad, lo que determina un gran porcentaje de población dispuesta a trabajar o en ocupación. (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Baños de Agua Santa, 2014)

En el cantón Baños de Agua Santa se ejercen diversas actividades económicas, y de acuerdo a información del Servicio de Rentas Internas – SRI del año 2011, el sector servicios es el que mayor población abarca con 5.040 contribuyentes reportados, así como también la industria manufacturera con 5.741 contribuyentes reportados. Esto va en línea con la información de la PEA observada anteriormente.

De acuerdo a información del censo económico del año 2010, el 67% de los establecimientos reportados en el cantón pertenecen a las actividades de comercio al por mayor y menor y actividades de alojamiento y servicio de comida. De esta manera, la población ocupada se ubica en su mayoría en el sector terciario que abarca el 60% de esta población, mientras que el sector primario abarca el 25% y el secundario el 15%, siendo estos sectores minoritarios en el cantón. (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Baños de Agua Santa, 2014)

Sector Turístico

En lo que tiene que ver con el sector servicios, existen más de 300 establecimientos de alojamiento y servicio de comidas en todo el cantón, concentrándose la mayoría en la cabecera cantonal, pero distribuidos también en el resto de parroquia, con excepción de Lligua que es una parroquia netamente agrícola y más cerca a la realidad del resto de la provincia de Tungurahua. La actividad turística dentro del Cantón Baños de Agua Santa es diversificada en cuanto atractivos, atrayendo a turistas nacionales y extranjeros por sus las actividades que se pueden desarrollar en los mismos. Los mayores atractivos del cantón se encuentran alrededor del tema religioso y las actividades donde se aprovecha

el recurso agua. Teniendo como alternativas dentro de estos dos atractivos a las caminatas y deportes de riesgo. Además, Baños de Agua Santa explota los beneficios que le brinda la cercanía al Volcán Tungurahua, debido que su fama bien ganada como cantón turístico es por las piscinas de agua termal que se puede encontrar y demás actividades relacionadas a la sanación con rocas volcánicas. (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Baños de Agua Santa, 2014).



Fuente: (Google Maps, 2016).

Gráfico N° 39. Macro localización

4.2.2. Micro-localización

Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad, considerando las variables mencionadas anteriormente en un mayor detalle (costos de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales, etc.). (Meza, 2013). Para la micro-localización se realiza con la ponderación de factores y se considera cuatro direcciones en el cantón Baños. La ponderación de factores se considera de 1 a 10 puntos, siendo el 1, 2 y 3 malo, 4,5 y 6 regular, 7 y 8 bueno, 9 y 10 excelente. Para ello se toma en cuenta la observación de los elementos de cada sitio como por ejemplo: servicios básicos, facilidades de acceso al sitio de venta, recurrencia de las personas a estos sitios públicos, etc.

A= Oriente y 12 de Noviembre

B= Ambato y 12 de Noviembre

C= Eloy Alfaro y Luis A. Martínez

D= Vía Baños y Pastaza

Cuadro N° 51. Factores de ponderación

Elementos de ponderación	A	B	C	D
Acceso a materia prima	9,00	9,00	8,00	9,00
Acceso a hoteles/hosterías	7,00	7,00	9,00	6,00
Disponibilidad de energía	9,00	9,00	9,00	9,00
Vías de acceso para turistas	8,00	7,00	9,00	6,00
Vías de parqueo	6,00	6,00	7,00	8,00
Facilidades administrativas	7,00	7,00	8,00	5,00
Puntos	46	45	50	43

Fuente: Investigación en el cantón Baños

La ubicación más idónea para la empresa es la C, en la calle Eloy Alfaro y Luis A. Martínez por tener más disponibilidad de variables que contribuirán para el funcionamiento del proyecto.



Fuente: (Google Maps, 2016).

Gráfico N° 40. Micro localización

4.3. Ingeniería de proyecto

Esta segunda etapa es la más científico-técnica y en la que más se en juego todos los conocimientos adquiridos de Ingeniería (Cabras, Lucas, Ruíz, & Ramos , 2010). De la definición dada por los autores, se determina que en esta parte del proyecto se desglosa

de manera detallada la forma de producción así como los materiales que se necesitarán para la producción del producto.

4.3.1. Producto-proceso

El proceso de producción de las repisas elaboradas con el residuo de la caña de azúcar, inicia con la recolección del bagazo en los puestos de venta de jugo de caña de azúcar, en el cantón Baños, luego del reciclaje, se procede a ingresar esta materia prima al área de producción. Como la cáscara de la caña de azúcar contiene aún líquido, es necesario secarla, para ello, se deja secar aproximadamente tres días en el área de secado, al ambiente, esta cáscara se utiliza para la parte superior de la repisa. Para la base de la repisa se procede a compactar el bagazo seco y molido de 2 cm de espesor, se procede a secar nuevamente, para lo cual se traslada este material a las mesas de secado. El proceso continúa con el corte, en esta área, se procede a medir correctamente la plancha de 45 cm x 18 cm procediendo al corte respectivo, luego se traslada al área de elaboración final en donde se une la plancha cortada con la cáscara seca. Finalmente, se barniza el producto para darle un acabado brillante y se deja secar de tres a cuatro días.

4.3.2. Balance de materiales

Las maquinarias y materiales que se utilizar para el proyecto se detallan a continuación, coincidiendo con Meza (2013), quien indica que la tecnología que se seleccione debe estar acorde con el proceso que se va a realizar.

Cuadro N° 52. Balance de materiales

Rubro	Cantidad	Valor unitario en dólares	Valor total en dólares
Maquinaria			
Prensadora	1	5000.00	5000.00
Cortadora	1	3000.00	3000.00
Equipos			
Laptop HP 15 Intel Pentium Quad Core Turbo Bosst 2.4 GHz/4 GB/1TB	1	489.00	489.00
Impresora sencilla	1	150.00	150.00
Escritorios L dimensiones de 140 x 50 con ext. de 80 x 50	3	150.00	450.00
Sillas de oficina Ergonómicas 1200 x 1037	3	40.00	120.00
Sillas para sala de espera Sigma 582 x 185	8	30.00	240.00
Muebles de espera Actyl 793 x 340	7	80.00	560.00
Mesa de centro	4	25.00	100.00
Archivadores	7	140.00	980.00
Teléfono inalámbrico	4	45.00	180.00
Papelera metálica	1	20.00	20.00
Extintidor	1	60.00	60.00
Instalación eléctrica	1	400.00	400.00
Materiales de oficina (útiles de oficina)	1	200.00	200.00
Mesa de producción (madera)	2	60.00	120.00
Mesa de secado	6	50.00	300.00
Total			\$ 12369.00

Fuente: Investigación de campo

4.3.3. Diagrama de flujo del proceso de producción de la repisa de caña de azúcar

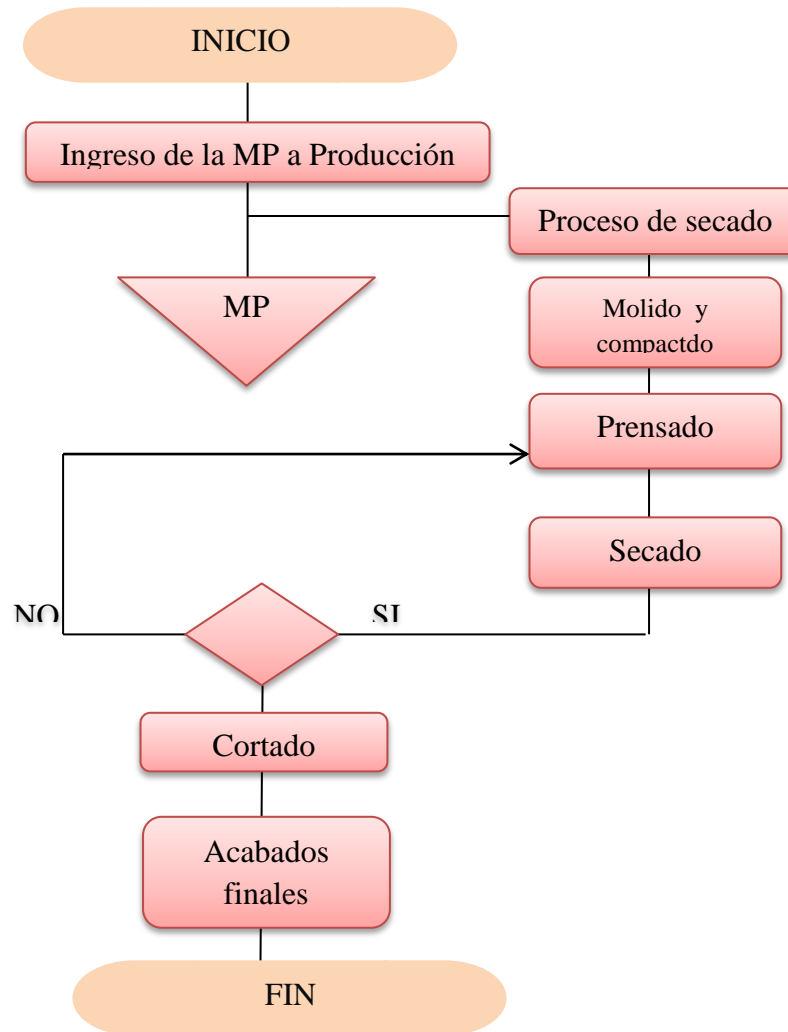


Gráfico N° 41. Diagrama de flujo del proceso de producción de la repisa de caña de azúcar

4.3.4. Periodo operacional estimado de la planta

Este periodo operacional se lo conoce como el periodo económico del proyecto, para lo cual se toma en cuenta los cálculos de acuerdo a la demanda y a la oferta calculada anteriormente con las proyecciones del año 2016, 2017, 2018, 2019, y 2020, por lo que el periodo operacional del presente proyecto es de cinco años, todos los valores y resultados son información solo para los cinco años mencionados.

4.3.5. Capacidad de producción

Para el año 2017, se espera producir en este proyecto un total de 2.039 unidades anuales, la producción mensual será de 170 unidades. La línea de producción opera 6 días a la semana en turnos específicos de 8 horas de trabajo, el diseño de la capacidad de producción se calcula en 43 unidades de producción, siendo por lo tanto el rendimiento diario de 7 unidades.

Al inicio del proyecto se estima que se requieren los tres primeros meses como una holgura en el proceso, especialmente porque este producto artesanal y ecológico, necesita del secado al ambiente, con ello se espera que el rendimiento en la producción sea a partir del cuarto mes de iniciado el proceso.

4.3.6. Distribución de maquinarias y equipos

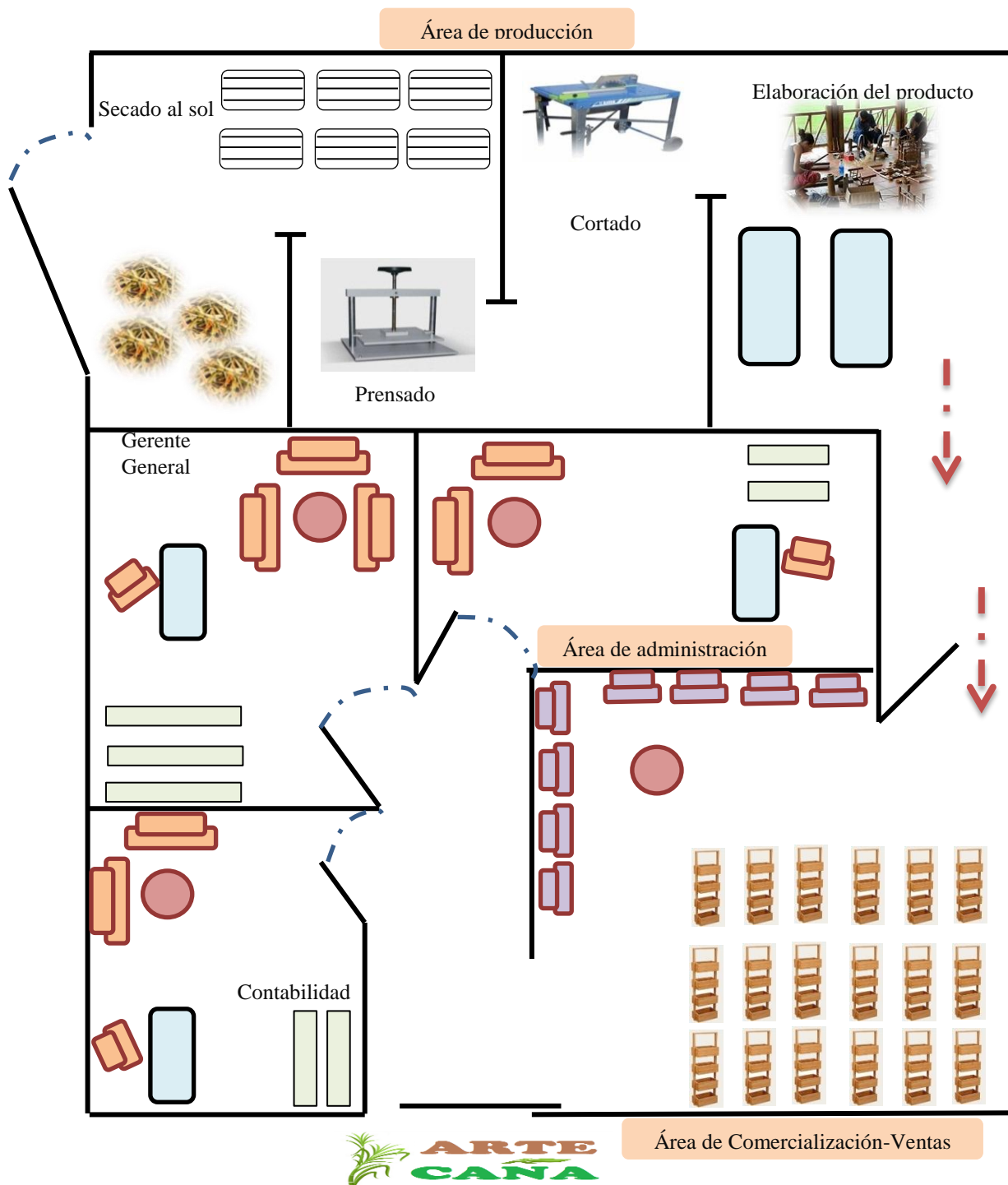


Gráfico N° 42. Distribución de maquinarias y equipos

Elaborado por: Tamara González

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Objetivo general del estudio organizacional

- Desarrollar la estructura organizacional y funcional de la empresa

Objetivos específicos

- Identificar la misión, visión y valores de la empresa
- Realizar los organigramas estructural y funcional de la empresa
- Determinar cuáles son las funciones específicas dentro de la empresa

5.1. Aspectos generales

Este proyecto de emprendimiento de producción y comercialización muebles elaborados con los desechos de la caña de azúcar para la ciudad de Baños”, está estructurado adecuadamente ya que es una empresa familiar que cuenta con aspectos básicos que pueda funcionar y sobre todo se pueda aprovechar los recursos existentes que se derivan del estudio del mercado y del estudio técnico.

5.1.1. Aspecto Legal

La empresa se constituye como una compañía limitada, de acuerdo a los requisitos de una compañía de este tipo. El Art. 2 de la Ley de Compañías, establece que este tipo de compañía limitada es una persona jurídica. (Registro Oficial 312, 1999).

Pasos para crear una empresa

- Una vez decidido qué tipo de compañía constituir, se reserva el nombre de la empresa en la Superintendencia de Compañías.
- Obtener una cuenta en una institución bancaria con el monto mínimo de 400 usd.
- Elevar a escritura pública la constitución de la compañía en una Notaría.

- Con auspicio de un profesional de Derecho, se presenta la papeleta del depósito del capital y tres copias de la escritura pública, a la Superintendencia de Compañías.
- En 48 horas se obtiene la aprobación de la entidad.
- Realizar la publicación de los datos proporcionados por la Superintendencia de Compañías.
- Acudir al registro mercantil a marginar las resoluciones.
- Inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento del representante legal de la empresa.
- Acudir a la Superintendencia de Compañías con los siguientes documentos: Inscripción de la escritura, ejemplar de la publicación, copia del nombramiento del representante legal de la empresa, copia de la cédula de identidad del representante, llenar y firmar el formulario del Registro Único de Contribuyentes por el representante legal.
- La Superintendencia de Compañías tiene que revisar la documentación, para proceder a devolverla con la aceptación de la existencia de la compañía.
- Presentar la documentación al Servicio de Rentas Internas para obtener el RUC
- Obtener el permiso de funcionamiento en el GAD Municipal y el permiso de Bomberos. (Revista Judicial, 2013)

5.1.2. Nombre de la empresa

“Elija un nombre que sea descriptivo de lo que la empresa fabrica o vende. A ser posible, que el nombre refleje lo que la empresa hace mejor que otras empresas.” (Gil, 2010)

Se considera las siguientes características para asumir el nombre de la empresa.

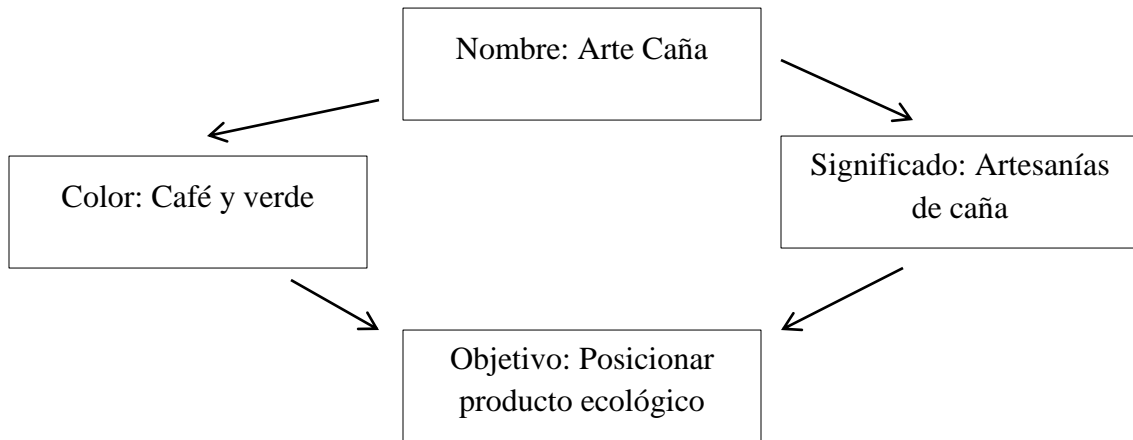


Gráfico N° 43. Nombre de la empresa

Elaborado por: Tamara González

5.1.3. Logotipo

Utilizando la psicología del color se realizó el logotipo de Arte Caña, con los colores verde y marrón y se utiliza una caña de azúcar para complementar la idea de este producto ecológico.



Gráfico N° 44. Logotipo

“Marrón: Color sobrio que expresa severidad, tranquilidad y madurez. Se asocia principalmente a la madera, la tierra, el otoño y el campo.” (Añaños, 2009)

“Verde. Es el color natural por excelencia, de la calma y la esperanza. Asociado también a productos de cultivo biológico, naturales o con mucha fibra.” (Añaños, 2009)

5.1.4. Misión

Arte Caña es una empresa creada para ofrecer productos ecológicos al mercado con responsabilidad y honestidad para satisfacer al consumidor nacional y extranjero.

5.1.5. Visión

Al año 2020 ser una empresa líder en la línea de negocio de muebles decorativos hechos con los residuos de caña de azúcar, que sea reconocida y con competitividad en el mercado nacional.

5.1.6. Valores

- **Responsabilidad:** Con los clientes externos e internos, cumpliendo con las normas legales y éticas establecidas para el funcionamiento de la empresa.
- **Puntualidad:** En los procesos de atención al cliente, de modo que se proteja la imagen de la empresa.
- **Honestidad:** Brindando un producto realizado estrictamente con los residuos de la caña de azúcar, con usos estéticos y cuyo fin es posicionar esta artesanía en el mercado local.

5.2 Diseño Organizacional

(Robles & Alcérreca, 2012) Es la actividad directiva de crear y modificar deliberadamente esos patrones en una estructura organizacional. (Pág.303).

En el diseño organizacional de este emprendimiento se determina que existen niveles jerárquicos tanto de nivel directivo como ejecutivo, que servirán para la buena marcha de la administración interna de esta empresa, así también se consideran las distintas funciones con las cuales se tendrá una mejor organización para el manejo de las operaciones y decisiones en la empresa.

5.3 Estructura organizativa

(Rico & Navarro, 2012)“La estructura organizativa se considera en términos más amplios al análisis y aspectos vinculados al funcionamiento interno” (pág. 118).

Lacalle, (2012) “La estructura organizativa de la empresa; esto es, de las diferentes áreas funcionales de la empresa y de sus funciones, de los niveles de autoridad y de los canales de transmisión de información” (pág.11).

El organigrama estructural está compuesto por tres departamentos y agrupa al personal de las áreas operativas en Operaciones, Ventas y Contabilidad.

5.3.1. Organigrama Estructural Arte Caña

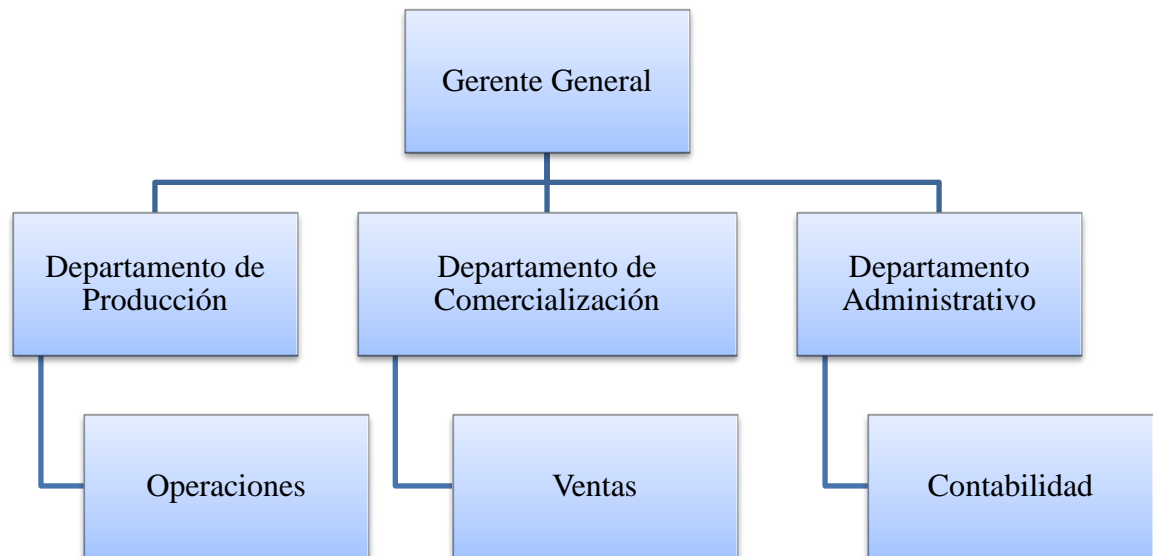


Gráfico N° 45. Organigrama Estructural Arte Caña

Elaborado por: Tamara González

En este organigrama se especifican tres departamentos: Producción, Comercialización y Administrativo, las funciones de cada uno de ellos se especifica en el organigrama funcional, este nivel es el ejecutivo, mientras que el nivel directivo lo constituye el de Gerente General.

El área de operaciones se observa en el nivel inferior, lo constituyen operaciones, ventas y contabilidad, cada una de estas áreas tiene su función específica detallada en el manual de funciones.

5.4 Estructura funcional

Según Sánchez, (2012) “Se agrupan las actividades y se crean departamentos, de acuerdo con las funciones principales de la empresa, tales como producción, compras, ventas, financiación, recursos humanos etc.” (pág.16)

La estructura funcional tiene, en general, las siguientes ventajas: es una estructura muy clara, todo el personal sabe quién es su jefe, quienes sus subordinados y que se espera de él; es económica, requiere de unos pocos especialistas es estable, ya que es fácilmente admitida por todos. (Sanchez, 2011, pág. 201)

5.4.1. Organigrama funcional

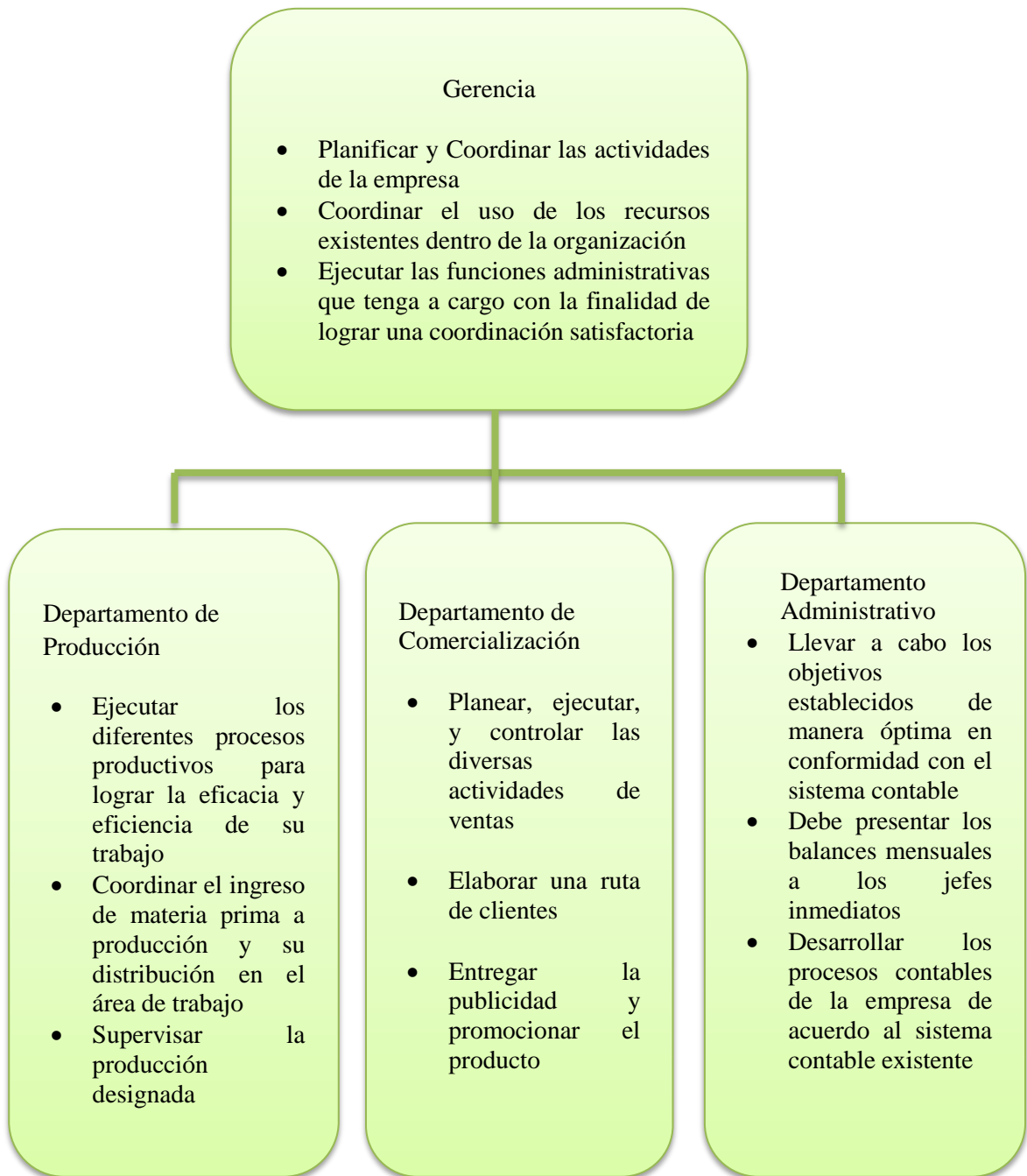
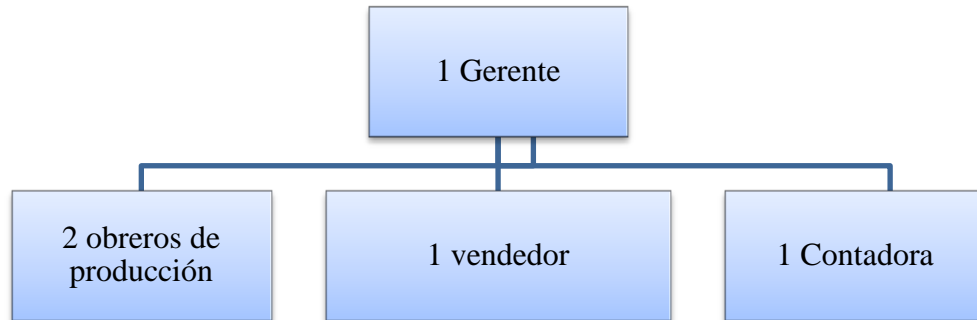


Gráfico N° 46. Organigrama funcional
Elaborado por: Tamara González

5.4.2. Organigrama de posición Arte Caña



Elaborado por: Tamara González
Gráfico N° 47. Organigrama de posición Arte Caña

5.5. Manual de Funciones

Gómez (2012) “Manual de perfiles y de contratación, analizar las características propias de cada empresa, su misión y su visión, que nos permita definir las calidades humanas, técnicas y cognitivas de las personas que requerimos vincular para desempeñar cargos en la empresa” (Pág. 30).

5.5.1. Descripción de funciones específicas


Cuadro N° 53. Cargo Gerente general

<p>Logo de Arte Caña con una ilustración de caña de azúcar a la izquierda. El texto "ARTE" está en color marrón y "CAÑA" en color verde.</p>	<h2>Manual de Funciones</h2>
<p>Denominación del cargo: Gerente General</p>	
<p>Unidad, departamento, área: Gerencia</p>	
<p>Función principal: Planificar y Coordinar las actividades de la empresa</p>	
<p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar el uso de los recursos existentes dentro de la organización • Ejecutar las funciones administrativas que tenga a cargo con la finalidad de lograr una coordinación satisfactoria • Planificar las actividades para la empresa 	

<ul style="list-style-type: none"> • Alcanzar los objetivos y metas trazados en la empresa por medio del uso de estrategias • Desarrollar un ambiente laboral positivo para los empleados • Incentivar su desarrollo
<p>Líneas de autoridad:</p> <p>Es el máximo rango existente en la empresa, ya que es el que desarrolla todas las planificaciones para aplicar a los empleados.</p>
<p>Condiciones de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente El cargo desarrollado se encuentra acorde al área de trabajo establecido • Riesgo El cargo desempeñado está sometido a desarrollar con eficacia las funciones y responsabilidades establecidas • Esfuerzo Medio acorde con su conocimiento sobre Administración de Empresas y Marketing
<p>Perfil del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudios Ingeniero/a en Administración de Empresas o Marketing y Gestión de Negocios • Experiencia Tener 2 años de experiencia en cargo similares • Conocimientos En administración de negocios, planeación, negociación y comercialización.
<p>Competencias:</p> <p>Líder motivador Figura autoritaria Emprendedor Negociador Representante</p>
<p>Habilidades y destrezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación de esfuerzos para lograr los objetivos organizacionales • Organizar, direccionar y controlar las funciones generales • Conducta en el funcionamiento de la empresa • Debe tener poder de negociación • Debe tener la capacidad de relacionarse con todas las áreas existentes de la empresa

Elaborado por: Tamara González


Cuadro N° 54. Cargo Obrero 1

	<h1>Manual de Funciones</h1>
<p>Denominación del cargo: Obrero 1</p>	
<p>Unidad, departamento, área: Producción</p>	
<p>Función principal:</p> <p>Ejecutar los diferentes procesos productivos para lograr la eficacia y eficiencia de su trabajo</p>	
<p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar el ingreso de materia prima a producción y su distribución en el área de trabajo • Supervisar la producción designada • Coordinar las actividades a realizar a diario • Controlar la producción diaria 	
<p>Líneas de autoridad:</p> <p>Depende directamente del Gerente de la Empresa</p>	
<p>Condiciones de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente de trabajo <p>La tareas a realizar están enfocados en base al ambiente laboral requerido</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riesgo <p>El cargo desarrollado está sometido a un riesgo moderado, en el desempeño de sus funciones sometidas con responsabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esfuerzo <p>El presente cargo requiere de constante esfuerzo físico ya que debe estar moviéndose de un área a otra para vigilar las operaciones realizadas</p>	
<p>Perfil del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para incorporarse al puesto debe tener como mínimo un estudio técnico en carpintería • Como experiencia debe tener 3 meses en procesos similares 	

<ul style="list-style-type: none"> • Sus conocimientos deben visualizarse en la producción ya que debe desarrollar el producto con características que llamen la atención al cliente • Competencias: • Debe trabajar con dinamismo • Desarrollar los productos con los diseños designados
<p>Habilidades y destrezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Debe tener un amplio conocimiento en la elaboración de productos a base de caña de azúcar • Saber manipular la materia prima • Iniciativa de mejorar el producto • Interrelación con el resto de personal de la empresa • Identificar los sitios claves para la obtención de la materia prima

Elaborado por: Tamara González


Cuadro N° 55. Cargo Obrero 2

	<h1>Manual de Funciones</h1>
<p>Denominación del cargo: Obrero 2</p>	
<p>Unidad, departamento, área: Producción</p>	
<p>Función principal:</p> <p>Ejecutar los diferentes procesos productivos para lograr la eficacia y eficiencia de su trabajo</p>	
<p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar el ingreso de materia prima a producción y su distribución en el área de trabajo • Supervisar la producción designada • Coordinar las actividades a realizar a diario • Controlar la producción diaria 	
<p>Líneas de autoridad:</p> <p>Depende directamente del Gerente de la Empresa</p>	
<p>Condiciones de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente de trabajo <p>La tareas a realizar están enfocados en base al ambiente laboral requerido</p>	

<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo <p>El cargo desarrollado está sometido a un riesgo moderado, en el desempeño de sus funciones sometidas con responsabilidad</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Esfuerzo <p>El presente cargo requiere de constante esfuerzo físico ya que debe estar moviéndose de un área a otra para vigilar las operaciones realizadas</p>
<p>Perfil del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para incorporarse al puesto debe tener como mínimo un estudio técnico en carpintería • Como experiencia debe tener 3 meses en procesos similares • Sus conocimientos deben visualizarse en la producción ya que debe desarrollar el producto con características que llamen la atención al cliente • Competencias: • Debe trabajar con dinamismo • Desarrollar los productos con los diseños designados
<p>Habilidades y destrezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Debe tener un amplio conocimiento en la elaboración de productos a base de caña de azúcar • Saber manipular la materia prima • Iniciativa de mejorar el producto • Interrelación con el resto de personal de la empresa • Identificar los sitios claves para la obtención de la materia prima

Elaborado por: Tamara González


Cuadro N° 56. Cargo vendedor

	<h1>Manual de Funciones</h1>
<p>Denominación del cargo: Vendedor</p>	
<p>Unidad, departamento, área: Ventas – Comercialización</p>	
<p>Función principal:</p> <p>Planear, ejecutar, y controlar las diversas actividades de ventas</p>	

<p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar una ruta de clientes • Entregar la publicidad y promocionar el producto • Llevar un control adecuado y un análisis de las ventas establecidas
<p>Líneas de autoridad:</p> <p>Depende directamente del jefe inmediato es decir del Gerente de la Empresa</p>
<p>Condiciones de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente de trabajo El área establecida cuenta con los requerimientos necesarios para desempeñar sus labores • Riesgo El cargo establecido está sometido a un alto riesgo de desempeño de las diversas funciones de ventas, que se deben manejar con responsabilidad • Esfuerzo El cargo establecido exige que el encargado de dicho departamento tenga un buen estado físico, ya que debe atender a los clientes personalmente, además de tener un percepción visual alto
<p>Perfil del puesto:</p> <p>La persona encargada del puesto debe tener como mínimo una Ingeniería en Marketing y Gestión de Negocios</p>
<p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Debe desarrollar las actividades afines con la venta de los productos • Captar a los clientes por medio de la aplicación de estrategias • Trabajar en equipo junto con el Gerente de la Empresa • Debe elaborar ideas de marketing • Cumplir con las promociones y descuentos a los clientes que llevan más productos
<p>Habilidades y destrezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Debe establecer medidas de control para realizar las operaciones de ventas • Debe mantener una relación directa con el cliente • Elaborar un inventario para verificar las ventas • Elaborar planeaciones de ventas

Elaborado por: Tamara González

Cuadro N° 57. Cargo Contador

	<h1>Manual de Funciones</h1>
<p>Denominación del cargo: Contadora</p>	
<p>Unidad, departamento, área: Financiera</p>	
<p>Función principal:</p>	
<p>Llevar a cabo los objetivos establecidos de manera óptima en conformidad con el sistema contable</p>	
<p>Actividades:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Debe presentar los balances mensuales a los jefes inmediatos • Desarrollar los procesos contables de la empresa de acuerdo al sistema contable existente • Analizar y establecer los pagos contables a los empleados de la empresa • Elaborar los planes de cuentas y preparar el manual de instrucciones • Sistematizar adecuadamente el cálculo de los precios de costos, reposición, y de venta • Tener ordenadamente los libros, formularios y registros que se llevan • Debe realizar el pago de impuestos y tributaciones de la empresa, además de depurar las cuentas con relación a lo establecido • Debe ordenar toda la información financiera existente y entregar oportunamente a su superior para ser analizada 	
<p>Líneas de autoridad:</p>	
<p>Depende del jefe inmediato, directamente del Gerente</p>	
<p>Condiciones de trabajo:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente 	
<p>El área de trabajo esta adecuada a su cargo</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo 	
<p>El cargo designado está sometido a un mediano riesgo, con responsabilidad en base a sus funciones</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Esfuerzo 	
<p>Para realizar las actividades relevantes al cargo el esfuerzo físico es medio, además de tener un visibilidad efectiva y una capacidad de memorización alta</p>	

Perfil del puesto:

- Manejar el entorno financiero, de manera profesional con una orientación práctica
- Debe tener una educación con el fin al puesto (Licenciado en Contabilidad y Auditoría)
- Para ejercer el cargo establecido como mínimo debe tener 2 años de experiencia en cargos similares
- Debe una persona con alto índice de responsabilidad, con dotes carismáticos, y ejercer un rango de autoridad
- Sus conocimientos deben basarse en el manejo administrativo, la contabilidad y presupuesto de la empresa

Competencias:

- Debe desarrollar la contabilidad de toda la empresa de manera detallada y entendible
- Direccionar a las personas que estén a su cargo
- Para el desarrollo de algunas actividades debe trabajar en equipo y cooperativamente con todos los involucrados

Habilidades y destrezas:

- Comunicar sobre la liquidez de la Empresa
- Identificar los indicadores financieros
- Establecer y poner en marcha el sistema adecuado para realizar el control de costes

Elaborado por: Tamara González

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero le da conocer cuánto tiempo necesitas para estar libre de todas las deudas, levantar un capital y así lograr la “Libertad Financiera”. Este término es sustancialmente reducido mediante dicho sistema. Estamos hablando de una deuda de 30 años que puede ser eliminada en un espacio de 2 a 10 años (Andaluz, 2014).

Con la aplicación del estudio económico se pretende determinar generalmente cual es el monto de los diversos recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, uno de los indicadores son los costes totales que se necesitan para realizar las operaciones, el abarque de las funciones de producción, además de la administración definida y las ventas estipuladas. Además del análisis de otros indicadores que sirven como base principal para definir la parte final y definitiva del proyecto establecido, que viene a ser la evaluación económica.

En el presente proyecto se integra generalmente la formulación de los presupuestos establecidos como son los ingresos y gastos, además de la determinación y las fuentes de financiamiento existente, que se requieren durante el proceso de instalaciones y al momento de operar el proyecto.

6.1. Inversiones en activos fijos tangibles

En este subgrupo del activo fijo se clasifican los bienes de una empresa que se pueden tocar o palpar y que pierden valor por su uso. La mayoría de activos fijos que la empresa utiliza en la producción son depreciables. Los edificios, la maquinaria y equipo, los muebles y enseres, los vehículos, las herramientas y los equipos de cómputo son claros ejemplos de estos activos (Guzmán & Romero , 2012).

Cuadro N° 58. Inversión en activos fijos tangibles

Cantidad	Descripción	Valor unitario en dólares	Valor total en dólares
1	Prensadora	5000.00	5000.00
1	Cortadora	3000.00	3000.00
1	Laptop HP 15 Intel Pentium Quad Core Turbo Bosst 2.4 GHz/4 GB/1TB	489.00	489.00
1	Impresora multifuncional	150.00	150.00
3	Escritorios L dimensiones de 140 x 50 con ext. de 80 x 50	150.00	450.00
3	Sillas de oficina Ergonómicas 1200 x 1037	40.00	120.00
8	Sillas para sala de espera Sigma 582 x 185	30.00	240.00
7	Muebles de espera Actyl 793 x 340	80.00	560.00
4	Mesa de centro	25.00	100.00
7	Archivadores	140.00	980.00
4	Teléfono inalámbrico	45.00	180.00
1	Papelera metálica	20.00	20.00
1	Extinguidor	60.00	60.00
1	Instalación eléctrica	400.00	400.00
1	Materiales de oficina (útiles de oficina)	200.00	200.00
2	Mesa de producción (madera)	60.00	120.00
6	Mesa para secar (madera)	50.00	300.00
Total			12369.00

Elaborado por: Tamara González

Posteriormente de detalla la depreciación anual correspondiente a los activos tangibles del presente proyecto

Cuadro N° 59. Depreciación de activos fijos tangibles

Cantidad	Descripción	Valor unitario en dólares	Porcentaje de depreciación	Vida útil años	Valor del bien en dólares	Valor residual en dólares	Valor a depreciar en dólares	Dep. Anual en dólares
1	Prensadora	5000.00	10%	10	5000.00	500.00	4500.00	450.00
1	Cortadora	3000.00	10%	10	3000.00	300.00	2700.00	270.00
1	Laptop HP 15 Intel Pentium Quad Core Turbo Bosst 2.4 GHz/4 GB/1TB	489.00	33%	3	489.00	161.37	327.63	109.21
1	Impresora multifuncional	150.00	33%	3	150.00	49.50	100.50	33.50
3	Escritorios L dimensiones de 140 x 50 con ext. de 80 x 50	150.00	10%	10	450.00	45.00	405.00	40.50
3	Sillas de oficina Ergonómicas 1200 x 1037	40.00	10%	10	120.00	12.00	108.00	10.80
8	Sillas para sala de espera Sigma 582 x 185	25.00	10%	10	200.00	20.00	180.00	18.00
7	Muebles de espera Actyl 793 x 340	80.00	10%	10	560.00	56.00	504.00	50.40
4	Mesa de centro	25.00	10%	10	100.00	10.00	90.00	9.00
2	Mesa de producción (madera)	60.00	10%	10	120.00	12.00	108.00	10.80
6	Mesa de secado (madera)	50.00	10%	10	300.00	30.00	270.00	27.00
Total					10489.00			1029.21

Elaborado por: Tamara González

6.2. Inversiones en activos fijos intangibles

En los activos intangibles no amortizables se registran aquellos activos que representan derechos de carácter permanente para la empresa, como el Knim How (el conocimiento específico relacionado con el objeto social del negocio), las marcas comerciales valuadas, entre otros (Guzmán & Romero , 2012).

Cuadro N° 60. Activos fijos intangibles

Gastos de constitución (en dólares)	
Permisos del Cuerpo de Bomberos (obligatorios por Ley)	35.00
Escritura pública de la Constitución de Compañía *	300.00
Permisos Municipales	100.00
Patente	150.00
Cuenta de integración de capitales	400.00
Nombramientos e inscripciones	100.00
Total	1085.00

Elaborado por: Tamara González

La escritura pública se realiza porque es una empresa que se constituye como compañía limitada, y los gastos son los necesarios de acuerdo a los trámites que se debe realizar, de acuerdo a los requisitos de una compañía de este tipo. El Art. 2 de la Ley de Compañías, establece que este tipo de compañía limitada es una persona jurídica. (Registro Oficial 312, 1999)

6.3. Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo

La relación de activos circulantes a pasivos circulantes muestra a los acreedores la solidez financiera que posee la empresa de cubrir sus deudas a corto plazo. Podría decirse entonces que mide la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo a través de sus activos circulantes (Lavalle, 2014), también denominados Activos de Corto Plazo (Simanovsky, 2011).

Los activos circulantes son los conocidos como capital de trabajo y representa el dinero que se utiliza a corto plazo para comprar la materia prima, insumos o pagos a personal

que son requeridos de forma inmediata, para demostrar cuál es el capital de trabajo para este proyecto se describe la cantidad de dinero que se requiere para cubrir los costos de forma mensual, más adelante se calculan de forma anual, en esta parte se demuestra el cálculo a corto plazo (1 mes).

Cuadro N° 61. Capital de trabajo en insumos

Materia prima	Cantidad	Valor unitario en dólares	Costo mensual en dólares	Costo Anual en dólares
Cáscara de caña y bagazo	1/2 k	0.30	51	612
Goma blanca industrial	100 g	0.33	56.1	673.2
Barniz (capa protectora)	50 g	0.4	68	816
Total			\$ 175.1	\$2101.2

Elaborado por: Tamara González

Cálculo de pago de personal

Número de personas	Cargo	Sueldo por empleados en dólares	Sueldo mensual en dólares	Aporte patronal 11.15%	Sueldo Anual en dólares
1	Gerente (mano de obra indirecta)	366	460.85	44.21	5530.2
1	Obreros de producción (mano de obra directa)	366	460.85	44.21	5530.2
1	Obreros de producción (mano de obra directa)	366	460.85	44.21	5530.2
1	Contadora (mano de obra indirecta)	366	460.85	44.21	5530.2
1	Vendedor (mano de obra indirecta)	366	515.12	49.78	6181.44
TOTAL		1830	2358.52	\$ 226.62	28302.24

Elaborado por: Tamara González

Cuadro N° 62. Capital necesario para pagar a corto plazo (1 mes) en materia prima y sueldos

Materia prima	175.10
Mano de obra directa e indirecta	2358.52
Total	\$ 2533.62

Elaborado por: Tamara González

Cuadro N° 63. Capital necesario para pagar a 1 mes y a 5 meses (corto plazo)

	Capital a corto plazo en dólares	
	1 mes	5 meses
Materia prima	175.1	875.5
Mano de obra directa e indirecta	2358.52	11792.6
Total	\$2,533.62	\$ 12668.1

6.4. Resumen de las inversiones

Para el desarrollo del proyecto es de vital importancia la parte inversionista, en donde puede provenir de diferentes fuentes. Posteriormente se detalla minuciosamente el presupuesto de inversión necesario para poner en marcha el mismo, de manera resumida:

Cuadro N° 64. Resumen de inversiones

Descripción	Costo total (Dólares)
Activos fijos tangibles	12369.00
Activos fijos intangibles	1085.00
Capital de operación Mano de obra directa e indirecta (5 meses del primer año de proyecto)	12668.10
Total	26122.10

Elaborado por: Tamara González

6.5. Financiamiento

Para el desarrollo del presente proyecto se estableció un estudio técnico en donde la parte financiera es uno de los indicadores de vital importancia. La adquisición de la parte financiera se la realizará con la ayuda del Banco del Pichincha (38.28%) y la segunda parte del costo lo aportará la dueña del proyecto (61.72%). La tasa de interés cobrada por la institución para realizar el prestamos será de 15.20%. La estructuración del proyecto se determina de la siguiente manera:

Cuadro N° 65. Financiamiento

Concepto	%	Total
Aporte personal	61.72	16122.10
Financiamiento	38.28	10000.00
Total	100%	

Elaborado por: Tamara González

Cuadro N° 66. Capital propio

Aporte personal		
Tamara Leonor González Díaz	\$ 16122.10	61.72 %

Elaborado por: Tamara González

Cuadro N° 67. Valor del préstamo

Valor del préstamo	\$ 10000.00
Anualidad (A)	\$4394.30
Tasa	15.20%
Periodo	3 años

Elaborado por: Tamara González

Cuadro N° 68. Amortización del préstamo

CAPITAL		10000.00		
INTERÉS		15.20%		
TIEMPO		3 años		
PAGO		Mensual		
Anual	Capital	Interés	Dividendo	Saldo insoluto
0				10000.00
1	2874.30	1520.00	4394.30	7125.70
2	3311.19	1083.11	4394.30	3814.51
3	3814.50	579.80	4394.30	0.0
Total	10000	3182.91		

Elaborado por: Tamara González

6.6. Plan de inversiones

Por medio del plan de inversiones se detallan los rubros que serán utilizados en el desarrollo del proyecto.

La inversión para el primer año del proyecto es de \$ 26122.10

Cuadro N° 69. Plan de inversiones

Activos fijos tangibles			
Activo	Cantidad (unidades)	Costo unitario (dólares)	Costo total (dólares)
Prensadora	1	5000.00	5000.00
Cortadora	1	3000.00	3000.00
Laptop HP 15 Intel Pentium Quad Core Turbo Boost 2.4 GHz/4 GB/1TB	1	489.00	489.00
Impresora sencilla (Anexo 6 proforma)	1	150.00	150.00
Escritorios L dimensiones de 140 x 50 con ext. de 80 x 50	3	150.00	450.00
Sillas de oficina Ergonómicas 1200 x 1037	3	40.00	120.00
Sillas para sala de espera Sigma 582 x 185	8	30.00	240.00
Muebles de espera Actyl 793 x 340	7	80.00	560.00
Mesa de centro	4	25.00	100.00
Archivadores	7	140.00	980.00

Teléfono inalámbrico	4	45.00	180.00
Papelera metálica	1	20.00	20.00
Extintor	1	60.00	60.00
Instalación eléctrica	1	400.00	400.00
Materiales de oficina (útiles de oficina)	1	200.00	200.00
Mesa de producción (madera)	2	60.00	120.00
Mesa de secado	6	50.00	300.00
Total		9939.00	12369.00
Activos fijos intangibles			
			Costo total (dólares)
Permisos del Cuerpo de Bomberos			35.00
Escritura pública de la Constitución de Compañía			200.00
Permisos Municipales			100.00
Patente			150.00
Cuenta de integración de capitales			500.00
Nombramientos e inscripciones			100.00
Total			1085.00
Capital de trabajo			
Materia prima			Costo total (dólares)
Cascara de caña			255.00
Goma blanca industrial			280.50
Barniz (capa protectora)			340.00
Total			875.50
Mano de obra directa e indirecta (5 meses)			
Gerente (mano de obra indirecta)			2304.25
Obreros de producción (mano de obra directa)			2304.25
Obreros de producción (mano de obra directa)			2304.25
Contadora (mano de obra indirecta)			2304.25
Vendedor (mano de obra indirecta)			2575.60
Total			11792.60
INVERSIÓN TOTAL			26122.10

Elaborado por: Tamara González

6.7. Presupuesto de Gastos e Ingresos

Los gastos e ingresos presupuestarios se imputarán de acuerdo con su naturaleza económica y, en el caso de los gastos, además, de acuerdo con la finalidad que con ellos se pretende conseguir. Los gastos e ingresos presupuestarios se clasificarán, en su caso, atendiendo al órgano encargado de su gestión. Las obligaciones presupuestarias derivadas de adquisiciones, obras, servicios, prestaciones o gastos en general se imputarán al presupuesto del ejercicio en que éstos se realicen y con cargo a los respectivos créditos; los derechos se imputarán al presupuesto del ejercicio en que se reconozcan o liquiden (González, 2007).

Para el desarrollo del presente proyecto se visualiza la importancia de los costos como recursos financieros necesarios para la entidad. Tanto los ingresos como egresos denominados actividades financieras son el factor importante en la producción del producto ya que se lleva un registro detallado de las actividades a desarrollar.

Cuadro N° 70. Presupuestos de gastos de sueldos (mano obra directa e indirecta)

Número de personas	Cargo	Sueldo por empleados	Sueldo mensual	Aporte patronal 11.15	Sueldo anual
1	Gerente	366	460.85	44.21	5530.2
1	Obreros de producción	366	460.85	44.21	5530.2
1	Obreros de producción	366	460.85	44.21	5530.2
1	Contadora	366	460.85	44.21	5530.2
1	Vendedor	366	515.12	49.78	6181.44
TOTAL		1830	2358.52	226.62	28302.24

Elaborado por: Tamara González

6.7.1. Situación financiera actual

Cuadro N° 71. Situación financiera actual

BALANCE GENERAL	
ACTIVO	
Activo corriente	
Caja y bancos	12668.10
Total activo corriente	12668.10
Activo no corriente	
Muebles y enseres	11730.00
Equipo de computación	639.00
Total activo no corriente	12369.00
Intangibles	
Gastos de constitución	1085.00
Total Intangibles	1085.00
TOTAL ACTIVOS	26122.10
PASIVO	
Obligaciones financieras	10000.0
TOTAL PASIVOS	10000.0
PATRIMONIO	
Capital Social	16122.10
TOTAL PATRIMONIO	16122.10
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	26122.10

Elaborado por: Tamara González

Cuadro N° 72. Presupuesto de gastos publicitarios

	Costo	Unidades	Total
Volantes	0.10	1000.00	\$100.00
Total			\$100.00

Elaborado por: Tamara González

Cuadro N° 73. Presupuestos de gastos administrativos

Rubro	Mensual	Anual
Sueldos	2358.52	28302.24
Aporte patronal	226.62	2719.44
Alquiler	150.00	1800.00
Teléfono	30.00	360.00
Energía eléctrica	20.00	240.00
Agua	20.00	240.00
Internet	30.00	360.00
Publicidad	8.33	100.00
Total	2843.47	34121.68

Elaborado por: Tamara González

6.7.2. Situación financiera proyectada

Cuadro N° 74. Balance general proyectado

BALANCE GENERAL	Año Base				
ACTIVO	2016	2017	2018	2019	2020
Activo corriente					
Caja y bancos	12668.10	14233.65	17331.95	21015.13	25441.46
Total activo corriente	12668.10	14233.65	17331.95	21015.13	25441.46
Activo no corriente					
Muebles y enseres	11730.00	11730.00	11730.00	11730.00	11730.00
Equipo de computación	639.00	639.00	639.00	639.00	639.00
Total activo no corriente	12369.00	12369.00	12369.00	12369.00	12369.00
Intangibles					
Gastos de constitución	1085.00	1085.00	1085.00	1085.00	1085.00
Total Intangibles	1085.00	1085.00	1085.00	1085.00	1085.00
TOTAL ACTIVOS	26122.10	27687.65	30785.95	34469.13	38895.46
PASIVO					
Obligaciones financieras	9999.99	2874.30	3311.19	3814.50	0.00
TOTAL PASIVOS	9999.99	2874.30	3311.19	3814.50	0.00
PATRIMONIO					
Capital Social	16122.10	16122.10	16122.10	16122.10	16122.10
TOTAL PATRIMONIO	16122.10	24813.35	27474.76	30654.64	38895.46
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	26122.09	27687.65	30785.95	34469.13	38895.46

Elaborado por: Tamara González

Cuadro N° 75. Costos totales proyectados

Costos de producción					
Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Costos fijos					
Mano de obra indirecta					
Gerente	2304.25	5674.2	5818.2	5962.2	6106.2
Contador	2304.25	5674.2	5962.2	5962.2	6106.2
Vendedor	2575.6	6325.44	6469.44	6613.44	6757.44
Mano de obra directa					
Obrero de producción 1	2304.25	5674.2	5818.2	5962.2	6106.2
Obrero de producción 2	2304.25	5674.2	5818.2	5962.2	6106.2
Otros costos fijos					
Depreciación	1029.21	1029.21	1029.21	1029.21	1029.21
Gastos de publicidad	100	100			
Gastos financieros	1520	1083.11	579.8	0	0
Total Costos Fijos	14441.81	31234.56	31495.25	31491.45	32211.45
Costos variables					
Caña	255	1142.00	1386.90	1655.00	1839.24
Goma	280.5	1084.90	1232.80	1390.20	1591.65
Barniz	340	1427.50	1602.64	1820.50	2051.46
Subtotal Costos variables	875.5	3654.4	4222.34	4865.7	5482.35
Energía eléctrica	100	240	240	240	240
Total Costos Variables	975.5	3894.4	4462.34	5105.7	5722.35
Total costos de operación	15417.31	35128.96	35957.59	36597.15	37933.8

Elaborado por: Tamara González

6.7.3. Presupuesto de ingresos

Para el presupuesto de ingreso se considera, las ventas proyectadas para los 5 años siguientes, considerando el 70% y el 100% de la demanda.

Cuadro N° 76. Presupuesto de ingresos

Periodo	Demanda anual	Precio de venta	Ingreso total con 100% de ventas (dólares)	Ingreso total con 70% de ventas (dólares)	Unidades demanda anual solo con 70%
2016	1877	25.00	46925.00	32847.50	1314
2017	2039	28.00	57092.00	39964.40	1427
2018	2202	31.00	68262.00	47783.40	1541
2019	2364	31.00	73284.00	51298.80	1655
2020	2527	31.00	78337.00	54835.90	1769

Elaborado por: Tamara González

6.7.4. Estado de resultados proyectados

Cuadro N° 77. Estado de resultados proyectados

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos netos	46925.00	57092.00	68262.00	73284.00	78337.00
Costos Totales	33151.85	35128.96	35813.59	36597.15	37933.80
Utilidad bruta en ventas	13773.15	21963.04	32448.41	36686.85	40403.20
(-) 15% utilidad de trabajadores	2065.97	3294.46	4867.26	5503.03	6060.48
Utilidad antes del impuesto de la renta	11707.18	18668.58	27581.15	31183.82	34342.72
(-) 25% utilidad impuestos de la renta	2926.79	4667.15	6895.29	7795.96	8585.68
Utilidad neta	8780.38	14001.44	20685.86	23387.87	25757.04

Elaborado por: Tamara González

6.7.5. Flujo de caja

Cuadro N° 78. Flujo de caja con toda la capacidad instalada

Rubros	0	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS						
Venta de repisas		46925.00	57092.00	68262.00	73284.00	78337.00
Total de ingresos		46925.00	57092.00	68262.00	73284.00	78337.00
EGRESOS						
Inversión Fija Tangible	12369.00					
Inversión Fija Intangible	1085.00					
Capital de operación Mano de obra directa e indirecta (5 meses del primer año de proyecto)	12668.1					
Sueldos (mano de obra directa e indirecta)		28302.24	29022.24	29742.24	30462.24	31182.24
Depreciación		1029.21	1029.21	1029.21	1029.21	1029.21
Gastos financieros		1520.00	1083.11	579.80		
Total Egresos	26122.10	30851.45	31134.56	31351.25	31491.45	32211.45
FLUJO DE CAJA	26122.10	16073.55	25957.44	36910.75	41792.55	46125.55

Elaborado por: Tamara González

En el cuadro N° 78 del Flujo de caja se observa que la información del año cero (0) se refiere a todos los cálculos del dinero que es necesario para pagar a corto plazo es decir a 5 meses, para el año 2016 el cálculo es anual, se detalla que los sueldos corresponden a mano de obra directa e indirecta, cuyo valor mensual es de \$ 2358.52, siendo anual \$ 28302.24.

Para el año 2016 se encuentran los valores de sueldos (mano de obra directa e indirecta), el sueldo calculado para este año parte del valor de \$ 366 que es la remuneración básica unificada más el fondo de reserva, la provisión y el aporte patronal, dando como resultado \$ 460,85. Para el año 2017 en adelante se considera un incremento de \$ 12 de acuerdo a la última alza efectuada en el año 2015. Este incremento fue fijado por el Ministerio de Trabajo, con lo cual para el año 2017 el valor que se considera es de \$ 472.85.

6.8. Punto de equilibrio

Cuadro N° 79. Punto de equilibrio

Presentación	2016	2017	2018	2019	2020
Costos fijos	30950.65	31234.56	31351.25	31491.45	32211.45
Costos variables	2201.20	3894.40	4462.34	5105.70	5722.35
Total de ingresos	46925.00	57092.00	68262.00	73284.00	78337.00
P.e. monetario	32473.97	33521.13	33544.05	33849.76	34749.85
P.e. en unidades	1299	1197	1082	1092	1121

Elaborado por: Tamara González

6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos

Lo primero que se tiene que calcular es la tasa de descuento a partir del tipo de interés previsto.

- La tasa de interés del mercado se puede adaptar en función de condiciones del negocio y el mercado.
- La tasa de descuento sirve para traer a valor presente los beneficios generados por los clientes leales a través del tiempo.
- La tasa de descuento del primer año siempre será igual a 1, porque es el presente.

La tasa de descuento se calcula con la fórmula: $D = (1 + i)^{-n}$, donde

i = tasa de interés n = número de años(Domínguez & Muñoz , 2013).

Cuadro N° 80. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos

TMAR	TASA DE INFLACIÓN	PREMIO AL RIESGO PAÍS
	3.43%	11.55
TOTAL		14.98

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016).

6.10. Valor presente neto

$$VAN = -I + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{E_n}{(1+i)^n} + \frac{VR}{(1+i)^n}$$

Inversión	26122.10	16073.55	25957.44	36910.75	41792.55	46125.55	
Tasa de interés	15.06%	1.1506	1.3238804	1.52325674	1.7526592	2.0166097	
	26122.10	13969.71145	19607.089	24231.47	23845.223	22872.82	1195.87

Van positivo
79600

Inversión	26122.10	16073.55	25957.44	36910.75	41792.55	46125.55	
Tasa de interés	90%	1.9	3.61	6.859	13.0321	24.76099	1195.87
	-26122.1	8459.763158	7190.4266	5381.36026	3206.893	1862.8314	1195.87

Van negativo
-24947.06

TIR= $Tm+(TM-Tm)$ VanTm
(VanTm-VanTM)

TIR= $15.06+(90-15.06)$ 79600
79600+24947.06

TIR= 90 79600
104547.06

TIR= 90 0.7613796

TIR 68.52

Gráfico N° 48. Valor presente neto
Elaborado por: Tamara González

6.11. Indicadores financieros

Cuadro N° 81. Indicadores financieros

	Razón corriente = activo corriente /pasivo corriente	2016	2017	2018	2019	2020
Liquidez		1.27	3.04	3.48	3.89	0.00
Capital de trabajo	Activo-pasivo	16122.11	19309.56	21667.56	24475.24	32155.27
Índice de solvencia	Activo total/pasivo total	2.61	7.72	7.54	7.42	0.000
Razón de endeudamiento	Total de pasivo/total de activo	0.38	0.13	0.13	0.13	0.00
Apalancamiento o financiero	Activo total/patrimonio	1.62	1.15	1.15	1.16	1.00
Rotación de activos totales	Ventas netas/activos totales	1.80	2.57	2.73	2.59	2.44
Rentabilidad sobre activos	Utilidad neta/activos	0.34	0.63	0.83	0.83	0.80

Elaborado por: Tamara González

6.12. Tasa beneficio –costo

Cuadro N° 82. Tasa beneficio –costo

		Total ingresos				
		2016	2017	2018	2019	2020
		46925	57092	68262	73284	78337
15.06		1.15	1.32	1.52	1.75	2.02
Beneficios	209357.11	40781.58	43121.58	44808.27	41806.91	38838.77
		Total costos de producción				
		33151.85	35128.96	35813.59	36597.15	37933.8
90		1.90	3.61	6.859	13.0321	24.76099
Costos	36740.99	17448.34	9731.01	5221.40	2808.23	1532.00
Relación B/C		2.34	4.43	8.58	14.89	25.35

Elaborado por: Tamara González

6.13. Periodo de recuperación de la inversión

Cuadro N° 83. Periodo de recuperación de la inversión

Año	Flujo neto descontado	
0	-26122.10	
1	16073.55	
2	25957.44	42030.99
3	36910.75	78941.74
4	41792.55	120734.29
5	46125.55	166859.84

Periodo de recuperación de capital =	(Año anterior de la inversión + inversión - suma de los flujos) = flujo que supera la inversión
PRC=	$2 \quad + \quad \frac{26122.1}{78941.74} - 42030.99$
	$2 \quad + \quad \frac{-15908.89}{78941.74}$
PRC=	$2 \quad + \quad -0.20$
PRC=	2.20

Elaborado por: Tamara González

6.14. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR) o tasa de retorno (r) de una inversión es el tipo de descuento que hace igual a 0 el VAN de dicho proyecto, es decir, la tasa para la cual la inversión no generará beneficios ni pérdidas, ya que iguala el valor de los flujos generados durante la vida de la inversión con el valor del desembolso necesario para realizarla (Vial, Castro, & Montoro, 2014).

$$VAN = -I + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{E}{(1+i)^n} + \frac{VR}{(1+i)^n}$$

Inversión	26122.10	16073.55	25957.44	36910.75	41792.55	46125.55	
Tasa de interés	15.06%	1.1506	1.3238804	1.5232567	1.7526592	2.0166097	
	26122.1	13969.711	19607.089	24231.47	23845.223	22872.82	1195.87

Van positivo 79600

Inversión	26122.10	16073.55	25957.44	36910.75	41792.55	46125.55	
Tasa de interés	90%	1.9	3.61	6.859	13.0321	24.76099	1195.87

	-26122.1	8459.7632	7190.4266	5381.3603	3206.893	1862.8314	1195.87
Van negativo		-24947.06					

$$TIR = T_m + (T_M - T_m) \frac{Van_{T_m}}{(Van_{T_m} - Van_{T_M})}$$

$$TIR = 15.06 + (90 - 15.06) \frac{79600}{79600 + 24947.06}$$

$$TIR = 90 \frac{79600}{104547.06}$$

$$90 (0.76137961) = 68.5241651$$

Cuadro N° 84. Tasa interna de retorno

TIR	68.5241651
-----	------------

La Tasa interna de retorno significa que es la medida del rendimiento de la inversión, en este caso representa el 68% y se obtiene de los ingresos y egresos actualizados calculados de acuerdo al Van positivo y al Van negativo.

6.15. Análisis de sensibilidad

Cuadro N° 85. Análisis de sensibilidad

tasa de Interés			
Años	15.06%	25% Menos ingresos	15.06 Más ingresos
0	-26122.10	-26122.10	-26122.10
2016	13969.71	10981.84	18048.02
2017	19607.09	14785.82	23919.57
2018	24231.47	17150.79	28712.79
2019	23845.22	15617.37	28026.53
2020	22872.82	13830.95	26757.41
	\$104526.31	\$72366.77	\$125464.31
	TIR=68.52	TIR=86.73	TIR=102.32
	TMAR=15.06 %	TMAR=25%	TMAR=15.06%

Elaborado por: Tamara González

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

Se concluye que:

El presente proyecto de emprendimiento es factible con respecto al estudio de mercado, la demanda que se encuentra focalizada en el segmento de los comerciantes minoristas de artesanías en la ciudad de Baños, para el año 2017 es de 5.855 unidades anuales. Estas unidades anuales representan el 100% del mercado.

Con respecto al estudio técnico se concluye que la capacidad instalada para la planta corresponde a la totalidad de la demanda, es decir se va a producir para el año 2017 5.855 unidades, mientras que la capacidad utilizada corresponde al 50% de la demanda insatisfecha es decir de -4.078 unidades anuales (capacidad de producción total), 2.039 (capacidad utilizada).

En referencia al estudio organizacional se va a utilizar para esta empresa una estructura por niveles, siendo el nivel directivo el gerente, nivel ejecutivo el departamento administrativo de producción y comercialización, nivel operativo siendo operaciones, ventas y contabilidad.

En base al estudio financiero se designa que el costo de los activos tangibles, intangibles y el capital de operación para cubrir los primeros 5 meses del primer año es de \$26122.10 dólares, para el cubrimiento del proyecto el 61.72% es aporte personal y el 38.28% es financiamiento por parte del Banco. Sin embargo la amortización del proyecto está proyectada para tres años. Además el total de pasivo y patrimonio para el año 2020 es de \$38895.46 según la demanda proyectada. Se prevé que para el año 2020 existirá un ingreso de \$78337.00 dólares, mientras que el total de egresos es de \$32211.45, reflejando un flujo de caja de \$46125.55, con la capacidad instalada.

7.2. Recomendaciones

Con la implementación del proyecto de factibilidad como herramienta se aprovecharán los desperdicios de la caña de azúcar para transformarla en una artesanía con acabados llamativos para que el turista consuma el producto. Además de ser responsabilidad social y evitar la contaminación del medio ambiente.

Aumentar el número de unidades anuales de las artesanías elaboradas con los residuos de caña de azúcar e implementar nuevos diseños y expandir el tipo de producto elaborado, mejorando la demanda insatisfecha existente.

Aumentar el número de producción en los años posteriores al proyecto, y de esta manera abastecer al mercado local con objetivos de abrir nuevos mercados.

Utilizar en mayor escala la materia prima para aprovechar este desecho, ya que de la actividad comercial de la venta de caña de azúcar, se desglosa un buen número de toneladas de desecho que puede ser utilizado en la elaboración de productos atractivos para el mercado, especialmente para los turistas del cantón Baños.

Aplicar técnicas de Marketing a través de la publicidad para difundir este producto en el cantón, de modo que se conozca su elaboración y los materiales con los cuales se elaboró, para que sea reconocido en el mercado.

CAPÍTULO VIII

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Añaños, E. (2009). *Psicología y Comunicación Publicitaria*. España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Andaluz, L. (2014). *Educación Financiera*. España: Palibrio.
- Banco Central del Ecuador. (2016). *Primer Riesgo Ecuador*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion_mensual
- Cabras, L., Lucas, A., Ruíz, F., & Ramos, M. (2010). *Metodologías del diseño aplicado y gestión de proyectos para ingenieros químicos*. España: La Mancha.
- Cantoni, N. (2010). *Reciclado una solución al problema de la basura*. Albatros.
- Centro de Investigación de la Caña de Azúcar del Ecuador. (2013, abril 18). *CINCAE*. Obtenido de <file:///C:/Users/dv4/Downloads/cana-de-azucar-cultivo-para-la-sostenibilidad.pdf>
- Contreras, A., & Molero, M. (2011). *Ciencia y Tecnología Medioambiental*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Domínguez, A., & Muñoz, G. (2013). *Métricas del marketing*. España: Esic-Segunda edición.
- Galaviz et al. (2012). *Estrategia Tecnológica Sustentable para Deshidratar frutas, verduras y legumbres*. Universidad Politécnica Tulancingo.
- Galván, S. (2016). *Desarrollo de Proyectos*. Digital UNID.
- García, F., & Mellado, L. (2013). *Eficiencia energética y derecho*. España: Avs.
- Gil, M. (2010). *Cómo Crear y hacer funcionar una empresa*. Madrid: ESIC.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Baños de Agua Santa. (2013, noviembre 13). *Ordenanza que establece las normas de control*. Obtenido de <http://www.municipiobanos.gob.ec/banos/index.php/es/jstuff/user-pages/2-latest/150-ordenanza-que-establece-las-normas-de-control-para-el-tratamiento-de-los-desechos-solidos-dentro-del-canton-banos-de-agua-santa>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Baños de Agua Santa. (2014, 11 15). *Diagnóstico del Cantón Baños de Agua Santa Actualización del Plan de*

- Desarrollo y ordenamiento Territorial (2014.2019)*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1860000480001_Diagn%C3%B3stico%20GADBAS%20VF_16-03-2015_03-31-23.pdf
- Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Baños de Agua Santa. (2014, 11 15). *Diagnóstico del cantón Baños de Agua Santa*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/?ion=1&espv=2#q=diagnostico%20del%20canton%20ba%C3%B1os%20de%20agua%20santa>
- González, J. (2007). *Manual de presupuestos y contabilidad de las corporaciones locales*. España: Alcobendas.
- Google Maps. (2016). Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/Ba%C3%B1os+de+Agua+Santa/@-1.395233,-78.4344436,15z/data=!3m1!4m5!3m4!1s0x91d3912260082689:0xdb67c8f2fcd8aee9!8m2!3d-1.3928344!4d-78.4268758>
- Guzmán , D., & Romero , T. (2012). *Contabilidad financiera*. Colombia : Universidad del Rosario - Tercera edición.
- Horngren, C., Sundem, G., & Stratton, W. (2006). *Contabilidad administrativa*. México: Pearson .
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, . (2010). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/
- Instituto Nacional de Estadística y Censos,. (2010). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de http://inec.gob.ec/cenec/index.php?option=com_remository&func=select&id=16&Itemid=128&lang=es: www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015, diciembre). *Información Ambiental de Hogares*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/hogares/>
- Lavalle, A. (2014). *Análisis financiero*. México: Unid.
- López et al. (2010). *Los pilares del Marketing*. Barcelona: UPC.
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: ECOE Ediciones.

- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos: 10 casos prácticos resueltos en Excel*. Colombia : Ecoe-Tercera edición .
- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (2011). *Agenda para la Transformación productiva territorial: Provincia de Tungurahua*. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-TUNGURAHUA.pdf>
- Molinillo, S. (2012). *Distribución comercial aplicada*. Esic: España.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO. (2015). *Jóvenes por el cambio Biodiversidad y Estilos de Vida*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente PNUMA.
- Organización Marítima Internacional. (2007). *Directrices relativas al convenio sobre la prevención de la contaminación del mar por vertimiento de desechos y otras materias*. OMI.
- Organización Mundial de la Salud. (2014, marzo 25). *Centro de Prensa*. Obtenido de <http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2014/air-pollution/es/>
- Registro Oficial 312. (1999, Noviembre 5). *Codificación de la Ley de Compañías*. Obtenido de <https://www.supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/CODIFIC%20%20LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>
- Revista Judicial. (2013, julio 17). *Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada*. Obtenido de <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechosocietario/2012/12/08/compania-unipersonal-de-responsabilidad-limitada>
- Rico, M., & Navarro, M. (2012). *Fundamentos empresariales*. Madrid: ESIC.
- Robles, G., & Alcérreca, C. (2012). *Administración*. México: Prentice Hall.
- Rosado, M. S. (2005). *Población y ambiente*.
- Sanchez, J. (2011). *Business y Fitness El negocio de los centros deportivos*. Bogotá: UOC.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional Buen Vivir 2013. 2017*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>

- Simanovsky, S. (2011). *Contabilidad para Principiantes*. España: Global.
- Sistema Nacional de Información. (2016, Junio 24). *Expedientes de Distritos*. Obtenido de SNI SENPLADES: <http://indestadistica.sni.gob.ec/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=SNI.qvw&host=QVS@kukuri&anonymous=truehttp://indestadistica.sni.gob.ec/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=SNI.qvw&host=QVS@kukuri&anonymous=true&bookmark=Document/BM08>
- United Nations. (2007). *Manual sobre las Instituciones sin Fines de Lucro en el Sistema de Cuentas Nacionales*. New York: Naciones unidos .
- Vial, I., Castro, G., & Montoro, M. (2014). *Economía de la empresa*. España: Paraninfo.

CAPÍTULO IX

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario dirigido a los comerciantes que se dedican a la venta de jugo de caña en la ciudad de baños

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS**

ENCUESTA

Objetivo: Conocer la cantidad de desecho que se deriva de la actividad productiva, para aprovecharlo como materia prima en el proyecto

1. ¿Desde hace cuánto tiempo se dedica a este tipo de negocio?

Años _____

Meses _____

Días _____

2. ¿De qué lugar proviene la caña de azúcar?

Costa

Sierra

Oriente

3. ¿Qué cantidad compra de producto?

20 unidades 60 unidades

30 unidades 70 unidades

40 unidades 80 unidades

50 unidades 100 unidades

4. ¿Cuál es el precio que paga por este producto?

0.80

0.85

0.90

1.00

5. ¿Con qué frecuencia adquiere este producto?

Todos los días

Cada 3 días

Semanal

Mensual

6. ¿Qué hace con el desecho de la caña de azúcar?

La coloca en los contenedores de basura ()

Quema el desecho ()

Entierra el desecho ()

Lleva el desecho a las quebradas ()

Otra acción ¿Cuál? _____

7. ¿Cree que este desecho tiene un valor monetario?

Si _____ **No** _____

8. ¿Cuál es el valor que pediría por la cantidad de desecho de caña de azúcar?

9. ¿Usted conoce si en la ciudad de Baños existen productos elaborados con el residuo de la caña de azúcar?

Si _____ **No** _____

10. ¿Cree que la elaboración de muebles, especialmente estanterías, elaboradas con los desechos de la caña de azúcar tendrá una aceptación por parte de los turistas?

Si _____ No _____

11. ¿Qué opinión le merece si en la ciudad de Baños se propone la elaboración de estanterías elaboradas con los desechos de la caña de azúcar? (seleccione una alternativa)

El producto es interesante ()

Ayudará a la economía de la ciudad de Baños ()

Servirá como un atractivo para el turismo ()

Se utilizará un desecho que se va al botadero ()

Los comerciantes de jugo de caña tendrán un ingreso adicional ()

Otra opinión ¿Cuál? _____ ()

Gracias por su atención

Anexo 2. Cuestionario dirigido a los gerentes o propietarios de los hoteles y hosterías en la ciudad de baños (demanda)

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS**

ENCUESTA

Objetivo: Conocer la cantidad de demanda de repisas elaboradas con el desecho de caña de azúcar

1. ¿Usted conoce si en la ciudad de Baños existen productos elaborados con el residuo de la caña de azúcar?

Si _____ No _____

2. ¿Cree que la elaboración de muebles, especialmente repisas, elaboradas con los desechos de la caña de azúcar tendrá aceptación en hoteles y hosterías de la ciudad?

Si _____ No _____

3. ¿Cree que será atractivo contar con una repisa fabricada con los desechos de caña de azúcar, en su establecimiento?

Si _____ No _____

4. ¿Considera que los turistas apreciarán este tipo de producto en su establecimiento?

Si _____ No _____

¿Por qué? _____

5. ¿Estaría dispuesto a adquirir productos elaborados con los desechos de la caña de azúcar?

Si _____ No _____

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una repisa de 45cm x 18 cm?

\$25

\$45

\$60

Otros _____ Especifique

7. ¿Si le gusta el producto, cuántas unidades cree que compraría para su establecimiento?

8. ¿Cómo le gustaría que fuera la forma de pago por la compra de estas repisas?

Contado () Crédito () Otros () Especifique _____

9. Piensa que para sus clientes es importante:

La calidad y el acabado ()

El precio y el acabado ()

El valor añadido para el medio ambiente ()

10. ¿Para usted es más importante considerar el: ?

Modelo ()

Color ()

Costo ()

Producto es ecológico ()

¿Por qué? _____

**11. ¿Cuál es la capacidad que tiene actualmente su establecimiento?
Plazas o huéspedes**

12. ¿Cuántas habitaciones tiene su establecimiento?

Muchas gracias por su tiempo

Anexo 3. Cuestionario dirigido a los propietarios de las tiendas de artesanías de la ciudad de baños (oferta)

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS
ENCUESTA**

Objetivo: Conocer la cantidad de productos ecológicos que se comercializan en las tiendas de artesanías de la ciudad de Baños

1. ¿Su negocio de artesanías hace cuánto tiempo funciona?

Años _____

Meses _____

Días _____

2. ¿Cuáles son los principales productos que comercializa en su negocio?

3. ¿Estos artículos son realizados con material ecológico?

Si _____ No

En caso de haber respondido si, mencione cuál?

4. ¿Cuál es el precio que paga por este producto? (especifique si es unidad o por docena)

5. ¿Con qué frecuencia adquiere este producto?

Semanal ()

Mensual ()

Trimestral ()

Semestral ()

Anual ()

6. ¿De dónde adquiere el producto?. Mencione el principal proveedor

7. ¿La frecuencia de sus ventas son: ?

Diario ()

Semanal ()

Mensual ()

Trimestral ()

Otros (especifique) ()

8. Del total de las compras que realiza, ¿Qué porcentaje le queda antes de abastecerse nuevamente?

10% ()

20% ()

30% ()

Otra cantidad (especifique cuánto) _____

9. El margen de utilidad de su producto es:

20%

30%

40%

Otra cantidad (especifique)_____

10. Estaría dispuesto a adquirir productos elaborados con los desechos de la caña de azúcar

Si _____

**11. ¿En relación a los años anteriores, sus ventas han aumentado o disminuido?
Señale el porcentaje, encerrando en un círculo la cantidad**

Aumentaron 10- 20-30-40-50

Disminuyeron 10-20-30-40-50

12. ¿Usted conoce si en la ciudad de Baños existen productos elaborados con el residuo de la caña de azúcar?

Si _____ No _____

13. ¿Cree que la elaboración de muebles, especialmente repisas elaboradas con los desechos de la caña de azúcar tendrá aceptación para los turistas que visitan Baños?

Si _____ No _____

14. ¿Estaría dispuesto a adquirir este producto elaborado con los desechos de la caña de azúcar?

Si _____ No _____

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una repisa de 40 cm x 25 de alto?

\$25

\$45

\$60

Otros _____ Especifique

16. ¿Si le gusta el producto, cuántas unidades cree que podría comercializar en su establecimiento?

17. ¿Cómo le gustaría que fuera la forma de pago por la compra de repisas?

Contado () Crédito () Otros () Especifique _____

18. ¿Con que frecuencia compraría este tipo de producto:

Mensual ()

Trimestral ()

Otra mencione ¿Cuál?

19. Que aspectos considera usted que es importantes tomar en cuenta del producto:

La calidad y el acabado ()

El precio y el acabado ()

El valor añadido para el medio ambiente ()

Observan lo ecológico del producto ()

20. ¿Cree que para sus clientes lo más importante del producto es:

Apariencia/bonito ()

Economía/Falta liquidez ()

Ayuda al medio ambiente/Atrae al turista ()

¿Por qué? _____

Gracias por su atención

Anexos N°4. Rol de pagos mensual

Número de personas	Cargo	RBU	Fondo de Reserva	Comisiones	Total ganado	XIII sueldo	XIV sueldo	Total provisión	Aporte patronal 11.15 %	Aporte personal 9.35%	Total descuentos	Neto a recibir	Sueldo total
1	Gerente	366	30.50		396.50	33.04	30.50	63.54	44.21 %	37.07 %	37.07%	396.13	460.85
1	Obreros de producción	366	30.50		396.50	33.04	30.50	63.54	44.21 %	37.07 %	37.07%	396.13	460.85
1	Obreros de producción	366	30.50		396.50	33.04	30.50	63.54	44.21 %	37.07 %	37.07%	396.13	460.85
1	Contadora	366	30.50		396.50	33.04	30.50	63.54	44.21 %	37.07 %	37.07%	396.13	460.85
1	Vendedor	366	30.50	50	446.50	37.21	30.5	67.71	49.78 %	41.75 %	41.75%	446.08	515.12

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS COMERCIANTES QUE SE DEDICAN A LA VENTA DE JUGO DE CAÑA EN LA CIUDAD DE BAÑOS

1. ¿Desde hace cuánto tiempo se dedica a la venta de jugos y caña?

Cuadro N° 1. Tiempo de venta de jugos de caña

Años	Tiempo de negocio								
	2	5	6	8	10	12	15	17	20
N° de encuestados	4	16	4	4	12	16	8	4	12

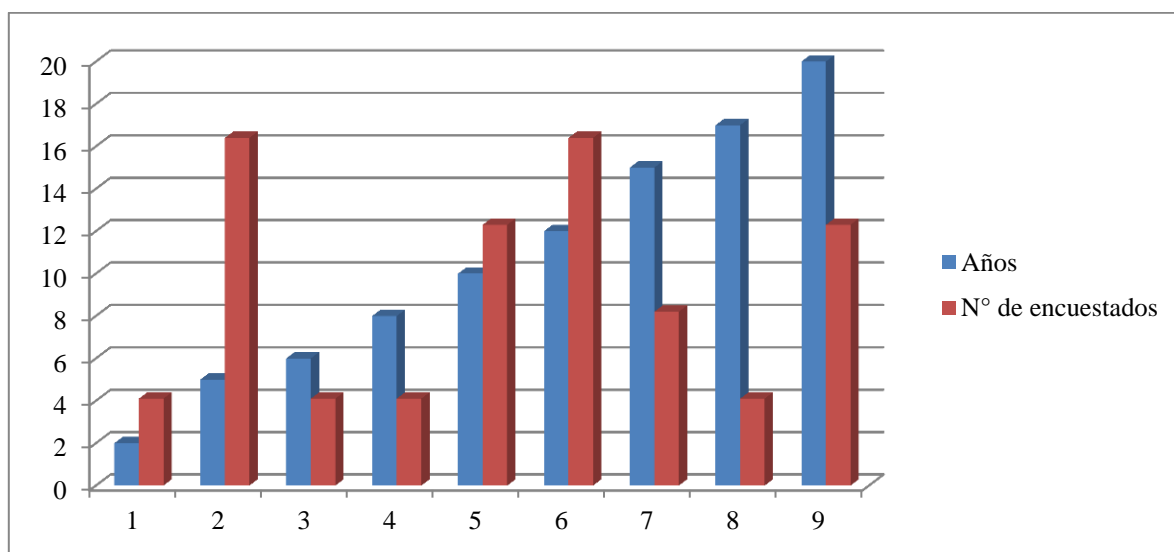


Gráfico N° 1. Tiempo de venta de jugos de caña

Análisis:

Tal como se muestra en el cuadro 1, en base a las encuestas que se les aplicó a los diferentes comerciantes que se dedican a la venta de jugos de caña de azúcar, la gran mayoría supieron manifestar que el tiempo que llevan laborando como distribuidores de jugo a los ciudadanos es de 10 años, mientras que los comerciantes con menos tiempo de labor fue de 2 años, es decir ingresan al negocio de las ventas de la caña de azúcar. Cada vez la demanda de los jugos naturales se incrementa es por esto que varios ciudadanos se dedican a esta labor.

2. ¿De qué lugar proviene la caña de azúcar?

Cuadro N° 2. Lugar que proviene la caña de azúcar

Lugar que proviene la caña de azúcar	N° de encuestados
Puyo	49
Macas	33
Total	82

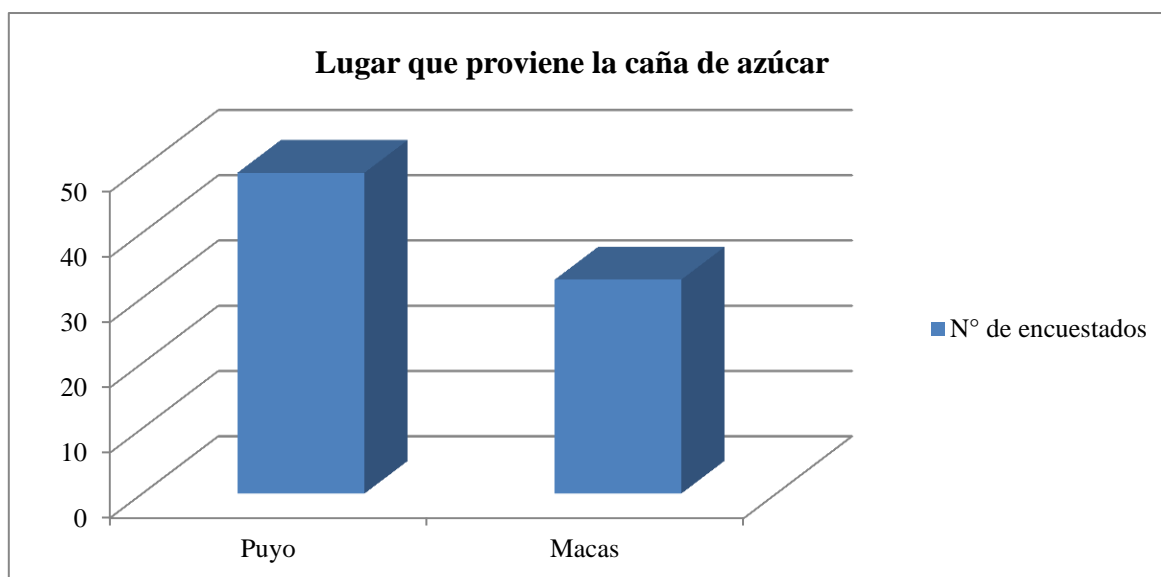


Gráfico N° 2. Lugar que proviene la caña de azúcar

Análisis:

Tal como se muestra en el cuadro 2, con relación a las encuestas que se les aplicó a varios ciudadanos que laboran como comerciantes de jugos de caña de azúcar, la gran mayoría (49%) de ellos supieron manifestar que el lugar de donde proviene la caña de azúcar que ellos transforman en jugo, lo hacen desde el Puyo, mientras que el resto (33%) de encuestados opinaron que adquieren el producto desde Macas. La providencia del producto es de gran importancia ya que en base a la localización del puesto se debe considerar el lugar de compra del producto, para evitar el gasto excesivo por el transporte.

3. ¿Qué cantidad compra de producto?

Cuadro N° 3. Cantidad de compra del producto

Cantidad de compra del producto	N° de encuestados
20	4
30	16
40	4
50	25
70	4
80	25
100	4
Total	82

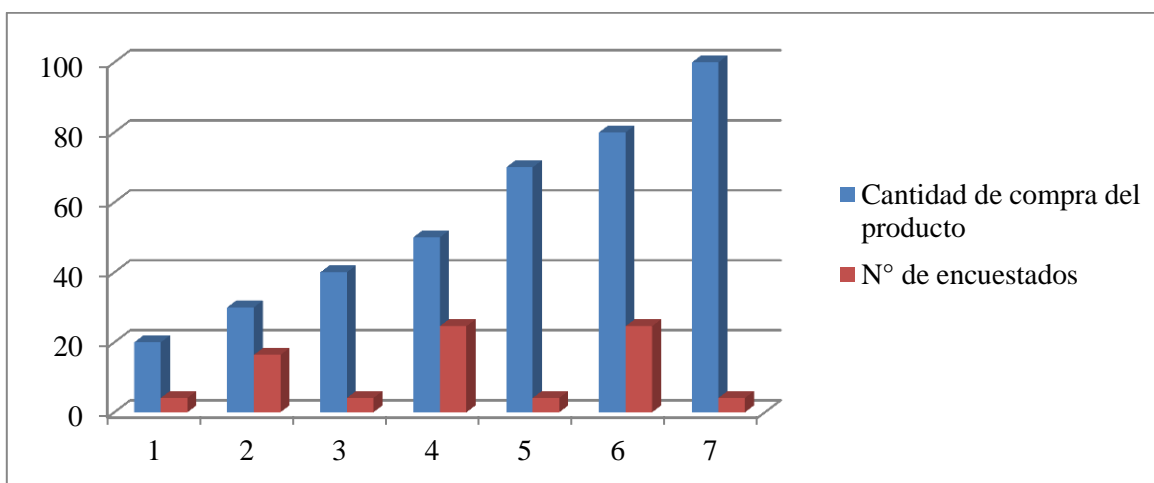


Gráfico N° 3. Cantidad de compra del producto

Análisis:

Tal como se verifica en el cuadro 3, relacionado con la cantidad del producto que ellos compran para realizar las funciones de extracción del jugo de caña de azúcar, manifestaron gran parte de las personas encuestadas que la cantidad de producto que ellos suelen comprar es de 50 y 80 unidades (25 encuestados), mientras que la cantidad minoritaria que ellos compran es de 20 unidades (4 encuestados). La compra del producto la realizan en base a la cantidad que ellos visualizan que van a vender el jugo, y por la experiencia no se exceden con la compra del mismo.

4. ¿Cuál es el precio que paga por este producto?

Cuadro N° 4. Precio que paga por el producto

USD por unidad	N° de encuestados
0.85	4
0.9	49
1	29
Total	82

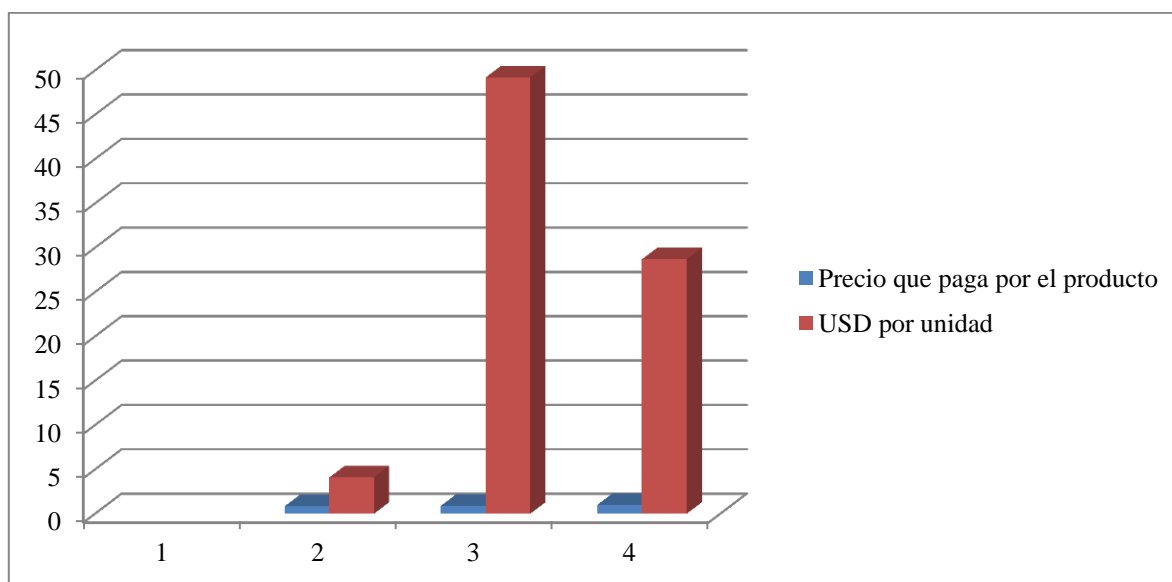


Gráfico N° 4. Precio que paga por el producto

5. ¿Cuál es el precio que paga por este producto?

Tal como se muestra en el cuadro 4, con relación al precio que pagan por las unidades de caña, gran parte (49) de los encuestados supieron manifestar que por cada unidad comprada están cancelando \$0.90, mientras que un grupo menor (4) de vendedores que se dedican a esta actividad opinaron que saben cancelar por cada unidad \$0.85. El precio por la adquisición del producto varía con relación al volumen de compra del mismo, ya que los productores de la caña bajan el coste de las ventas a los comerciantes cuando les compran mayor cantidad de producto.

6. ¿Con qué frecuencia adquiere este producto?

Cuadro N° 5. Frecuencia de adquisición de caña de azúcar

Frecuencia de compra de caña de azúcar	N° encuestados
Todos los días	4
Cada tres días	12
Semanal	62
Mensual	4
Total	82

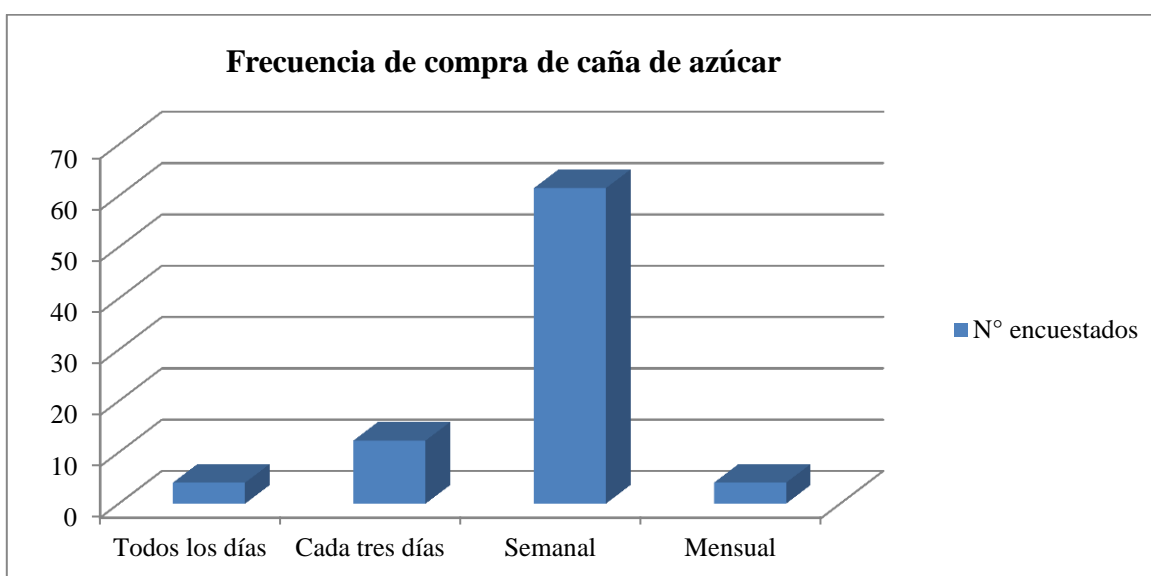


Gráfico N° 5. Frecuencia de adquisición de caña de azúcar

Análisis:

Tal como se muestra en el cuadro 5, con relación a la frecuencia que los comerciantes de jugo de caña compran las unidades para la extracción del jugo, el 62% de ellos supieron manifestar que la frecuencia con la que adquieren el producto es de manera semanal, mientras que un grupo minoritario de comerciantes establecen que lo hacen en dos periodos, todos los días (4%) y de manera mensual (4%). La compra del producto la realizan en base al volumen de ventas, ya que si venden todo el producto (jugo de caña de azúcar) en poco tiempo, ellos optan por adquirir el producto de manera inmediata.

7. ¿Qué hace con el desecho de la caña de azúcar?

Cuadro N° 6. Que acción realiza con el desecho de la caña de azúcar

Que acción realiza con el desecho de la caña de azúcar	N° encuestados
Coloca en los contenedores de basura	37
Lleva el desecho a la quebrada	12
Utiliza de abono/comida para animales	33
Total	82

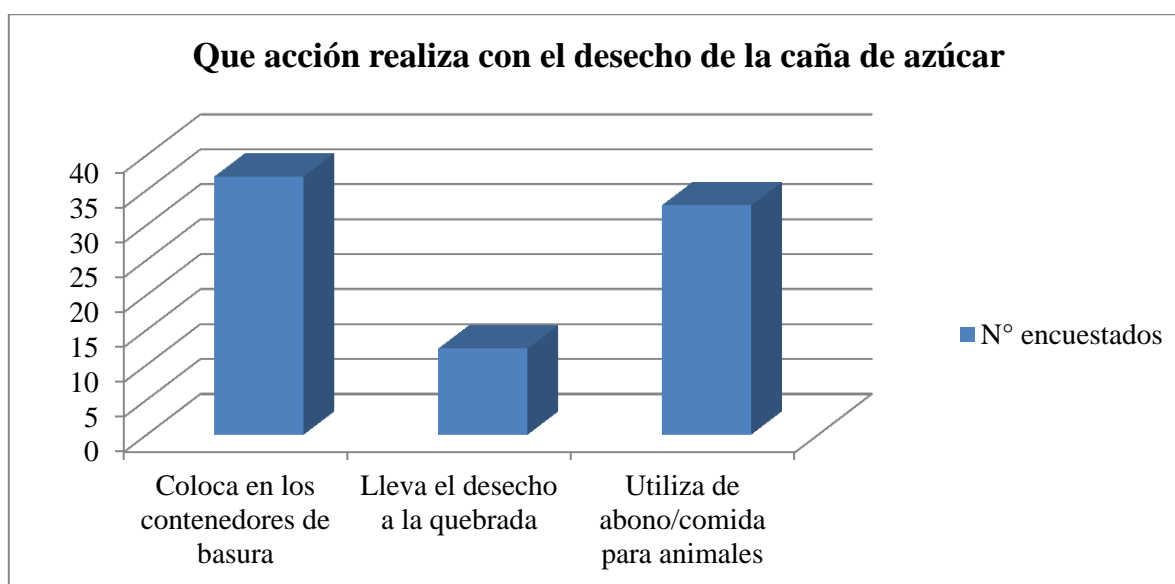


Gráfico N° 6. Que acción realiza con el desecho de la caña de azúcar

Análisis:

Tal como se muestra en el cuadro 6, con relación a las encuestas que se aplicaron a los diferentes comerciantes que se dedican a la labor de la venta de jugo de caña de azúcar, gran parte de ellos es decir 37 encuestados, designaron que después de desechar el bagazo de la caña de azúcar la colocan en los contenedores de basura, mientras que el resto de encuestados dijeron que llevan el desecho a la quebrada. Después de extraer la caña de azúcar, los comerciantes desechar el bagazo

8. ¿Cree que este desecho tiene un valor monetario?

Cuadro N° 7. Valor monetario por el desecho

Cree que el desecho tiene valor monetario	Si	No	N° encuestados
Total	62	21	82

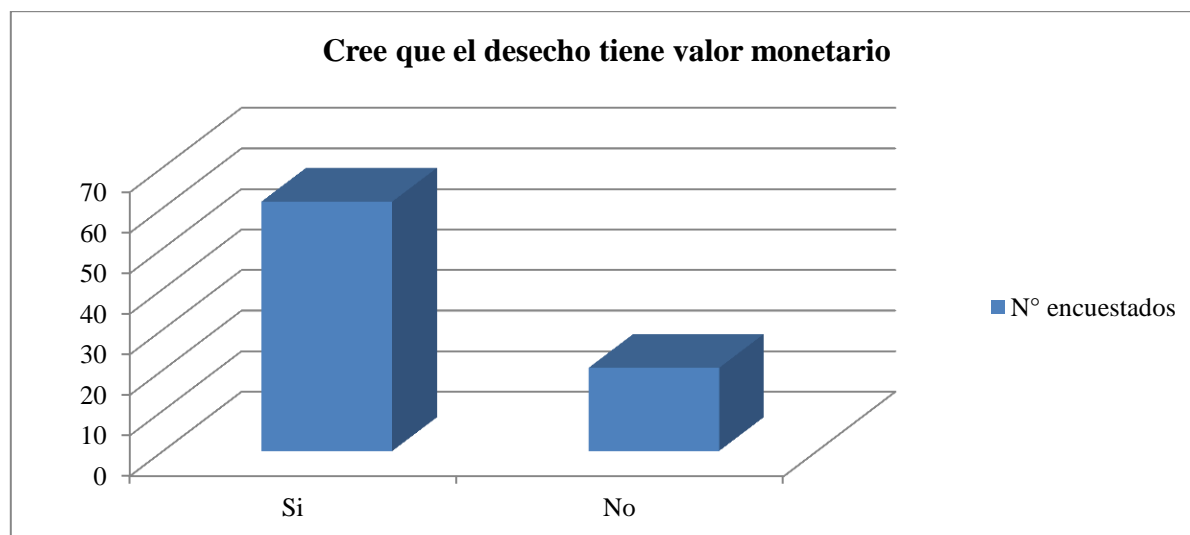


Gráfico N° 7. Valor monetario por el desecho

9. ¿Cuál es el valor que pediría por la cantidad de desecho de caña de azúcar?

Cuadro N° 8. Valor que pediría por el desecho de caña de azúcar

Valor que pediría por el desecho	USD						
	\$1	\$2	3	5	6	7	10
Caneca	12	12	8	6			
Tanque		4	4	16	4	4	12
Total	12	16	12	22	4	4	12

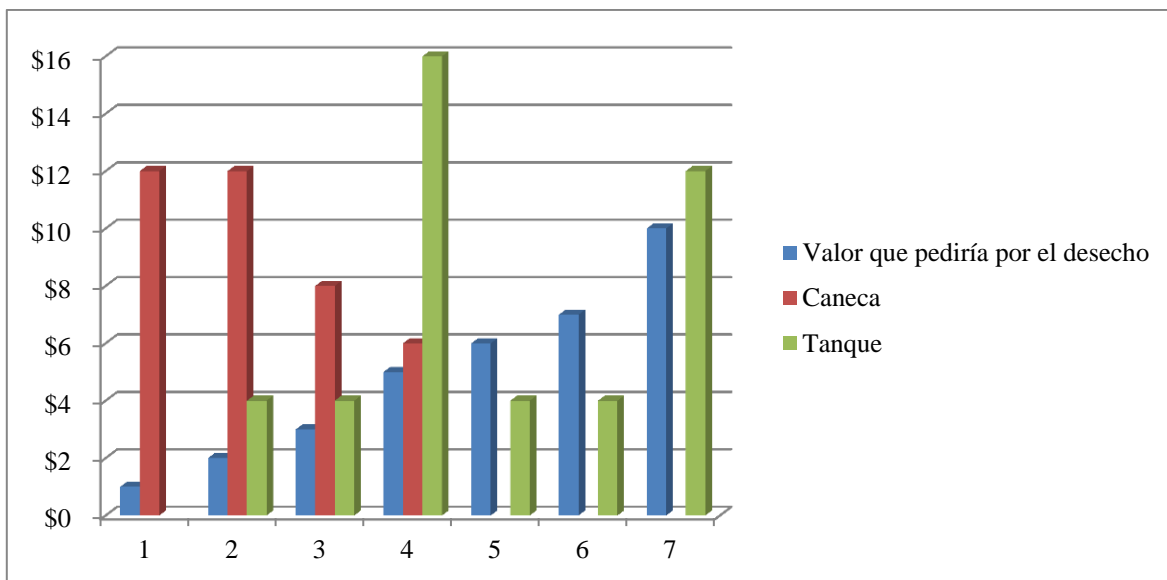


Gráfico N° 8. Valor que pediría por el desecho de caña de azúcar

10. ¿Usted conoce si en la ciudad de Baños existen productos elaborados con el residuo de la caña de azúcar

Cuadro N° 9. Conoce si en la ciudad hay productos realizados con la caña de azúcar

Conoce si en la ciudad hay productos realizados con la caña de azúcar	Si	No
	0	82
Total	0	825

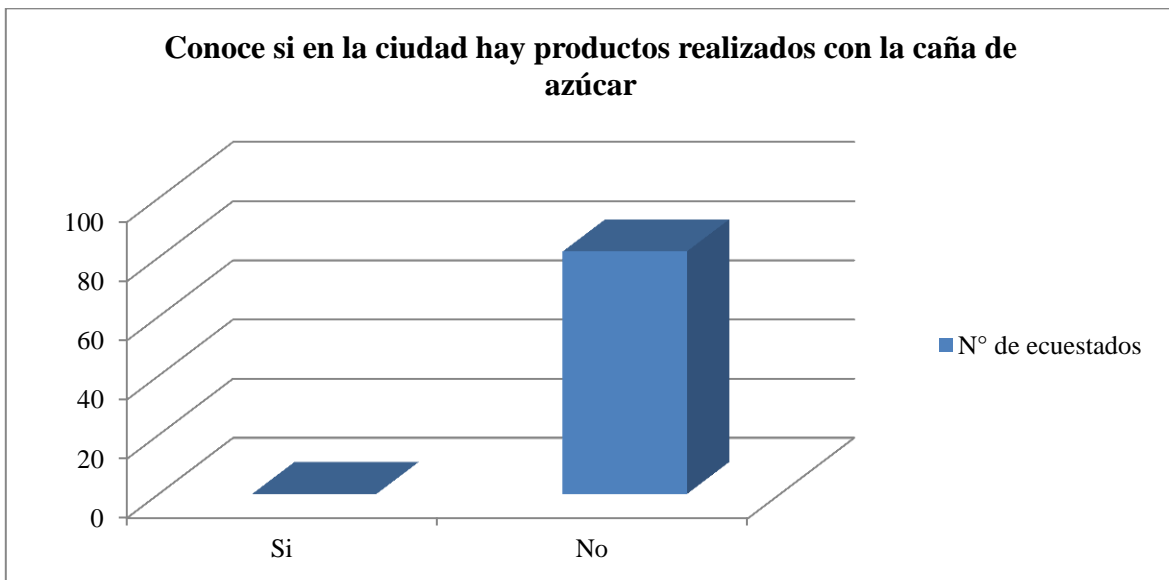


Gráfico N° 9. Conoce si en la ciudad hay productos realizados con la caña de azúcar

11. ¿Cree que la elaboración de muebles, especialmente estanterías, elaboradas con los desechos de la caña de azúcar tendrá una aceptación por parte de los turistas?

Cuadro N° 10. Cree que el producto tendrá aceptación por parte de los turistas

Cree que el producto tendrá aceptación por parte de los turistas	Si	No
N° de encuestados	82	0

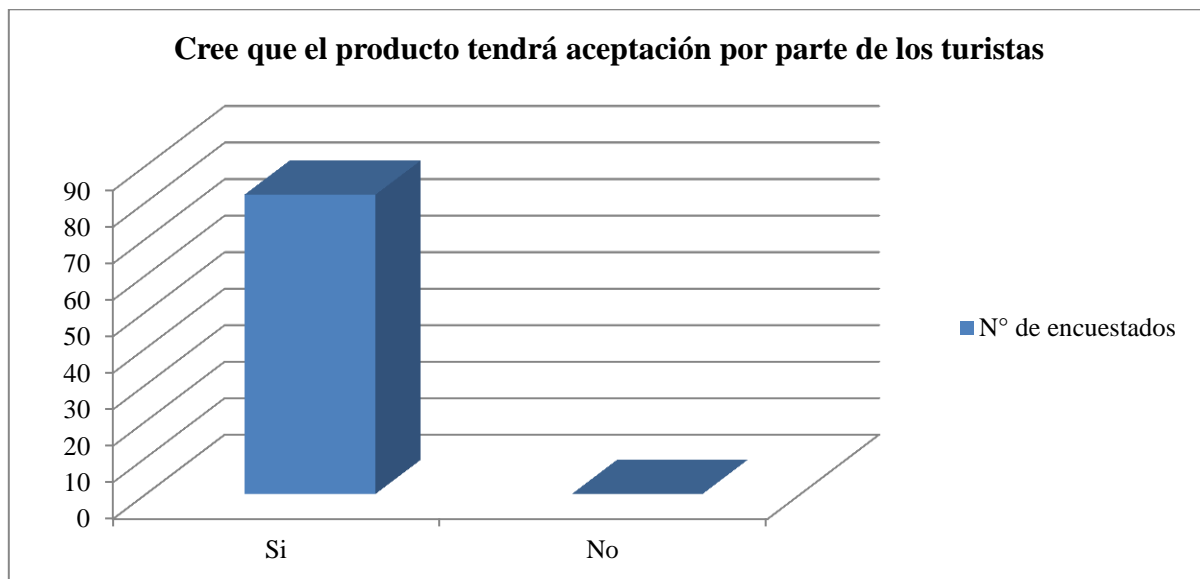


Gráfico N° 10. Cree que el producto tendrá aceptación por parte de los turistas

12. ¿Qué opinión le merece si en la ciudad de Baños se propone la elaboración de estanterías elaboradas con los desechos de la caña de azúcar? (seleccione una alternativa)

Cuadro N° 11. Opinión sobre la elaboración de productos con caña de azúcar

Opinión sobre la elaboración de productos con caña de azúcar	N° encuestados
El producto es interesante	12
Ayudaría a la economía de la ciudad de Baños	21
Se utilizaría un desecho que va al botadero	12
Los comerciantes de jugo de caña tendrían un ingreso adicional	37
Total	82

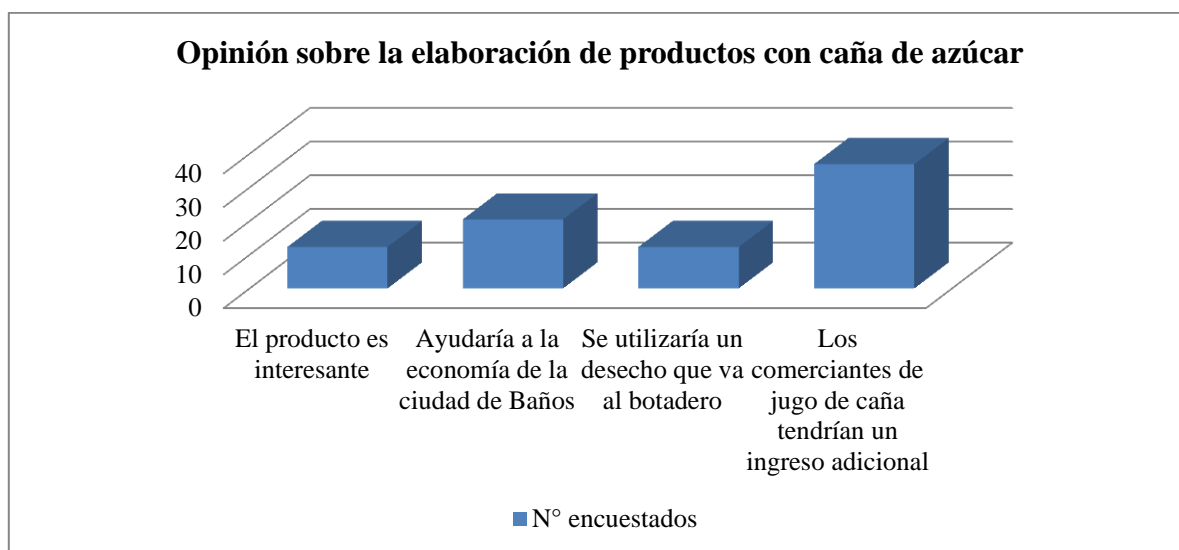


Gráfico N° 11. Opinión sobre la elaboración de productos con caña de azúcar

Anexo 5. Fórmula para calcular la demanda y la oferta en el estudio de mercado

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} ; \quad \bar{y} = \frac{\sum y}{n} ; \quad b = \frac{\sum xy - n\bar{x}\bar{y}}{\sum x^2 - n\bar{x}^2} ; \quad a = \bar{y} - b\bar{x} ;$$

Dónde:

X= número de años

Y= ventas históricas de los comerciantes

b=datos para la proyección de la demanda y de la oferta

a=Fórmula para la proyección de la demanda y la oferta

